



Bloque 3

La transformación digital en atención al cliente

Bloque 3

La transformación digital en atención al cliente



¡Gracias por descargar nuestros Tips de Atención al Cliente!

Estás ante el tercero de los 4 bloques formativos a modo de “tips” que Sotto Tempo Advertising ha creado para impulsar la [mejora de la calidad del servicio de atención al cliente](#) ofrecido, basándose en su experiencia en el certamen Elegido Servicio de Atención al Cliente del Año.

¡Esperamos que lo disfrutes!



Blanca Gener
Formadora & Coach
Líderes en Servicio



Billie Sastre
Social Customer Care
Consultant & Founder
www.billiesastre.com

Y para la ocasión contamos con Billie Sastre, referente en transformación digital en el ámbito de atención al cliente, que aporta el contenido a este tercer Tip.

El trabajo de **Billie Sastre** consiste en identificar las oportunidades que brindan las redes sociales para conectar con los clientes y ayudar a crear una cultura orientada al cliente dentro de las organizaciones.

¡Recuerda que ahora son ellos los que deciden cuándo y cómo comunicarse contigo!

Bloque 3

La transformación digital en atención al cliente



CONTENIDO

Bloque 1. El poder de la escucha activa

Bloque 2. La gestión emocional en reclamaciones y quejas

Bloque 3. La transformación digital en atención al cliente

Bloque 4. Cómo generar empatía con tus clientes



ÍNDICE DE CONTENIDOS

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Qué es el social customer care	4
2. Cómo poner en marcha un servicio de atención al cliente en social media	5
2.1 Define tu estrategia	5
2.2 Prepara a tu equipo	7
2.3 Invierte en una herramienta	8
2.4 Involucra a toda la empresa	10
2.5 Aprende de los demás	11



1. Qué es el social customer care



La atención al cliente en redes sociales, o social customer care, es la capacidad que tienen las marcas de entablar verdaderas relaciones duraderas con sus prospectos y clientes a través de los canales digitales.

- En redes sociales, se dan **conversaciones abiertas**, en las que tenemos la oportunidad de crear una buena imagen de marca, mejorar nuestra reputación y conseguir más clientes fieles.
- Los agentes deben **entender el canal** y ser capaces de redactar correctamente. Necesitan de **mayor empatía**, capacidad de comunicación por escrito y sobre todo de una estrategia clara y definida.
- En realidad atender a tus clientes bien por redes sociales es una **oportunidad para sorprenderles**. Si tienes presencia en redes sociales, tienes que tener un plan de atención al cliente y saber perfectamente cómo responder de manera efectiva



¿Cómo poner en marcha un servicio de atención al cliente en social media?

2.1 Define tu estrategia

Es necesario contar con un **PROTOCOLO DE ACTUACIÓN** en redes sociales, en el que se defina:

Tipos de clientes

Plan de crisis

Tono de voz

lo más importante es definir con claridad tu tono de voz. **Impartir formación para que los agentes puedan sentirse seguros al contestar.**

Etiquetado

Escalado

Palabras prioritarias

Tiempos de respuesta



2.1 Define tu estrategia

Ejemplo: KLM tiene muy clara su apuesta por el social customer care. Es la primera compañía de este tamaño que elimina el email como canal de atención al cliente, y apuesta por todas las redes sociales.

The screenshot shows a customer service page for KLM. On the left, there is a navigation menu with options like 'Atención al cliente', '¿Qué podemos hacer por usted?', 'Póngase en contacto', 'Compensación y reembolsos', 'Por qué volar con KLM', and 'Puede contar con KLM'. The main content area is titled '¿Qué podemos hacer por usted?' and includes a search bar for 'Encuentre usted mismo la respuesta:'. Below this, there are social media contact options for Facebook, Twitter, and LinkedIn, each with a right-pointing arrow. At the bottom, there is a link to 'Vea los datos de contacto por tema'. On the right side, there are two gauge charts showing 'Tiempo de respuesta previsto en Facebook: 48 minutos' and 'Tiempo de respuesta previsto en Twitter: 30 minutos'. The page also has a 'Compartir' button and a 'Imprima esta página' button.

- Atención al cliente 24/7
- 14 idiomas
- Comprometidos con ofrecer una respuesta en menos de 60 minutos.
- Los agentes reciben una formación de **4 meses** antes de poder contestar por canales sociales.
- 200 personas dedicadas a responder y mejorar la experiencia del cliente.

"La atención al cliente en social media es la oportunidad de oro para conectar, sorprender y fidelizar a tus clientes"



2.2 Prepara a tu equipo

Un buen agente digital debe tener estas capacidades

Empatía

Recuerda que para ponerte en los zapatos de tu cliente primero hace falta quitarte los tuyos. Debemos entender los propios medios digitales en los que las comunicaciones por escrito se pueden malinterpretar con facilidad.

Adaptabilidad

Ser capaz de adaptarse a los cambios rápidamente, demostrar especial interés por las redes sociales y por la forma en que la comunicación evoluciona.

Transparencia

Los clientes digitales son exigentes y no toleran las mentiras. Lo mejor es siempre actuar con honestidad y transparencia, entendiendo cómo se debe contestar de la mejor manera posible.

Proactividad

Respuesta casi inmediata, habrá que “perseguir” a personas de otros departamentos para poder ofrecer soluciones. Es importante ofrecer soluciones basadas en las conversaciones que se tienen con los seguidores en redes sociales.





2.3 Invierte en una herramienta

Contratar una herramienta es una inversión, nos ayudará a mejorar los tiempos de respuesta, a analizar qué personas de nuestro equipo están proporcionando las mejores respuestas, a entender a nuestros clientes y a priorizar las conversaciones por palabras clave.

A la hora de elegir tu partner tecnológico, tener en cuenta...

Histórico de conversaciones



Necesitarás poder ver el histórico de asignaciones, conversaciones, etiquetado y resolución de casos con un cliente de forma sencilla.

Correcta extracción de datos



No todas las herramientas funcionan igual. Es muy importante que se realicen pruebas y comparativas para determinar la calidad de las búsquedas de estas herramientas.

Capacidad de priorización por palabras clave



Las redes sociales tienen la característica de que pueden contener miles de mensajes “spam”, es decir menciones a nuestra marca que no tienen por qué tratarse como prioritarias. Para ello lo ideal no es visualizar nuestros casos por orden cronológico, sino por orden de prioridad.



2.3 Invierte en una herramienta

A la hora de elegir tu partner tecnológico, tener en cuenta...

Estadísticas de calidad



Definir bien lo que vas a medir, ¿cómo vas a demostrar el éxito de tu atención al cliente digital? ¿qué datos quieres que la herramienta te ofrezca? Si tienes claro lo que quieres pedir, después es más fácil obtenerlo.

Servicio de atención al cliente



Que dispongan de un buen servicio de atención al cliente y estén dispuestos a desarrollar funcionalidades que te ayuden a ofrecer un mejor servicio a tus clientes.

2.4 Involucra a toda la empresa

La atención al cliente en redes sociales requiere de

tiempos de respuesta muy rápidos.

el **42%** de los clientes que han interactuado con una marca en redes sociales esperan una respuesta en **menos de 60 minutos.**

El **32%**, espera respuesta en **menos de 30 minutos**
estudio de Edison Research

Para poder ofrecer respuestas rápidas es necesario **involucrar a todos los departamentos de la empresa** y hacerles ver sobre la importancia de comunicar de forma efectiva, ofrecer soluciones y formar parte del proyecto.





2.5 Aprende de los demás

digitalizar tu atención al cliente resultará en un incremento de los beneficios para tu empresa

Dar un servicio de atención al cliente de calidad requiere de una apuesta por parte de la organización.

Las empresas que se toman en serio la atención al cliente evalúan cada paso que tienen que dar para poder adelantarse a las necesidades de sus clientes, comunicarse por los canales en los que ya están presentes y mejorar su reputación de marca.

La atención al cliente en redes sociales es el nuevo marketing, es el presente y nuestros clientes ya lo están demandando.

Las empresas que ya están implementando estos nuevos canales de comunicación tienen una tasa de recomendación, retención y compra más elevada.



Si quieres saber más...

Aunque en España todavía hay un largo camino por recorrer en cuanto a atención al cliente en redes sociales, siempre es bueno observar cómo lo hacen los demás y saber qué lecciones puedes aprender (y sobre todo evitar).

Para ello he preparado un sencillo eBook sobre los principales errores que no se deberán cometer en atención al cliente en redes sociales (y cómo evitarlos).

Si te interesa tener el eBook,
descárgalo en esta web:
<http://billiesastre.com/ebooksc>



Billie Sastre



Próximamente....

Bloque 4. Cómo generar empatía con tus clientes

Sotto Tempo Advertising
+34 93 205 85 80 | media@sottotempo.com