

A Genesys eBook

# Cinco tendencias tecnológicas que redefinen la experiencia del cliente



Presentado por:



**GNS**



## **Cinco tendencias tecnológicas que redefinen la experiencia del cliente**

El journey de la información evoluciona constantemente. Los consumidores absorben material en múltiples canales y de múltiples formas. Buscan, observan, escuchan, leen, tipean y hablan, e incluso detectan y se enfocan en las respuestas que necesitan con agilidad e intuición. El compartir la información es una tendencia que crece exponencialmente, y la velocidad a la que ocurre es cada vez mayor. Estas cinco tendencias definen la manera en que los clientes acceden a la información e interactúan con las empresas.



## #1 Multimodal



**El 73% de los adultos encuestados en los Estados Unidos dicen que para ellos lo más importante que puede hacer una empresa para brindar un buen servicio al cliente es valorar su tiempo.**

Redefina la experiencia del cliente para adecuarse a una mentalidad multimodal. Se trata de la velocidad, de las opciones, y de esa sensación de “qué cool”, que es tan difícil de medir. Y el hecho de añadir otro canal no satisface esa demanda. Según un informe de Forrester Research “Trends 2016: The Future of Customer Service”, el 73% de los adultos encuestados en los Estados Unidos dicen que para ellos lo más importante que puede hacer una empresa para brindar un buen servicio al cliente es valorar su tiempo.

Vuelva a pensar en cómo ensamblar y compartir la información. Desarrolle nuevo contenido multimodal que oscile entre el texto, la imagen, el audio, el video y más. Con esto se mejora la comunicación del cliente al agente y se acelera el proceso del cliente.

## #2 Internet de las Cosas

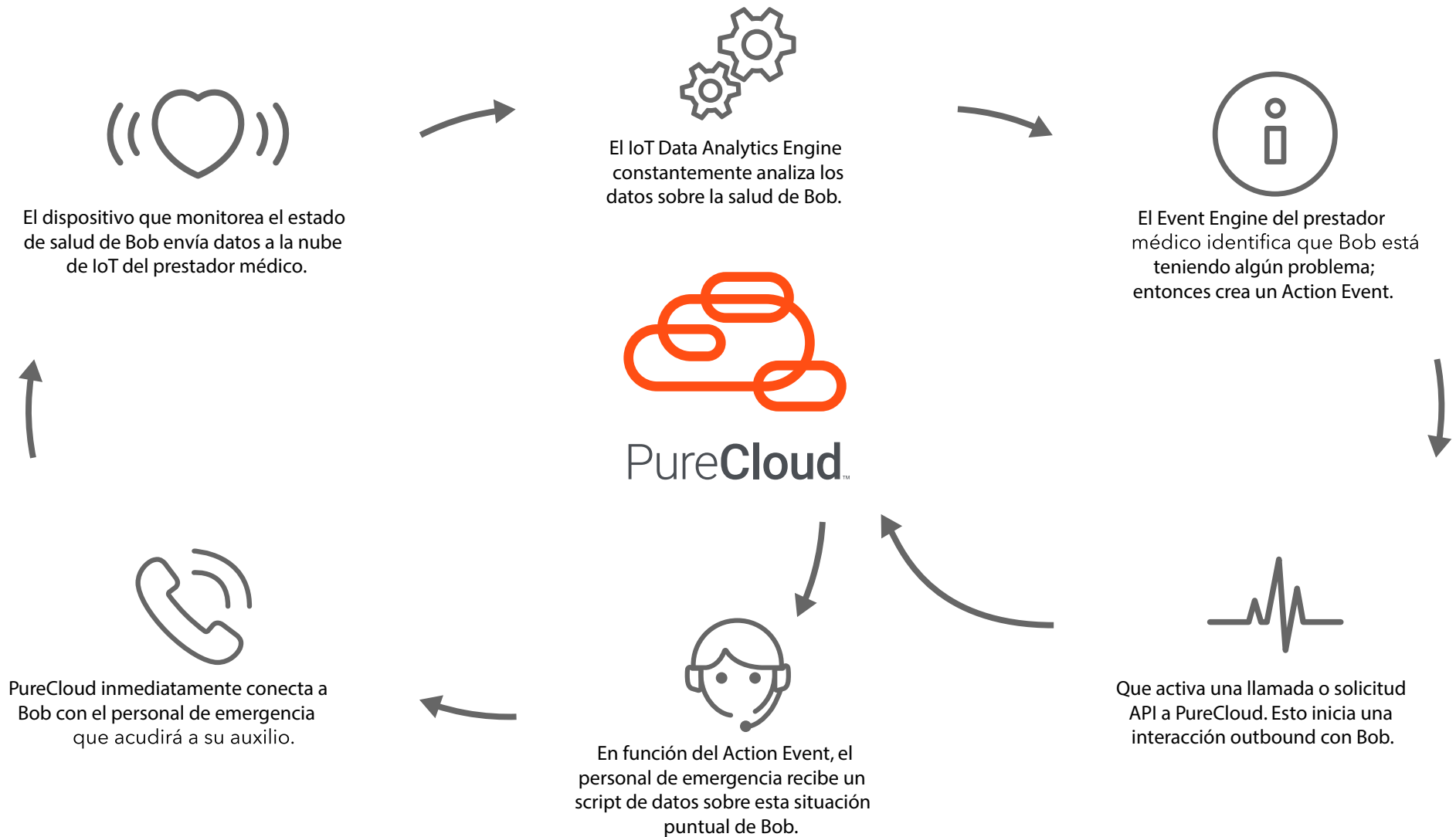


**Se espera que la cantidad de dispositivos conectados crezca a niveles impensados: más de 25.000 millones de “cosas” conectadas a Internet para 2020.**

Una “cosa” no es un canal de voz o de chat o de correo electrónico; es un dispositivo. Pero esos dispositivos —en el hogar, en la muñeca, en el automóvil, en todas partes— generan toneladas de interacciones automáticas y en vivo. Por eso es razonable que pensemos en la Internet de las Cosas (IoT) como el próximo gran canal de comunicación. Se espera que la cantidad de dispositivos conectados crezca a niveles impensados —más de 25.000 millones de “cosas” conectadas a Internet para 2020, según el informe de Gartner, Inc. **“Predicts 2016: CRM Customer Service and Support”**.

Ante este escenario, usted debe tener la capacidad de detectar y vincularse proactivamente, además de generar resultados inmediatos, consistentes y diferenciados. Utilice herramientas de análisis predictivo y automatización para evitar problemas, e incluso resuélvalos antes de que el cliente se dé cuenta de que ocurrieron. Ahora bien, si el cliente nota el problema, usted debe actuar de inmediato para resolverlo. De este modo, usted superará las expectativas del cliente e incluso salvará vidas, en algunos casos.

## PureCloud: Healthcare Example

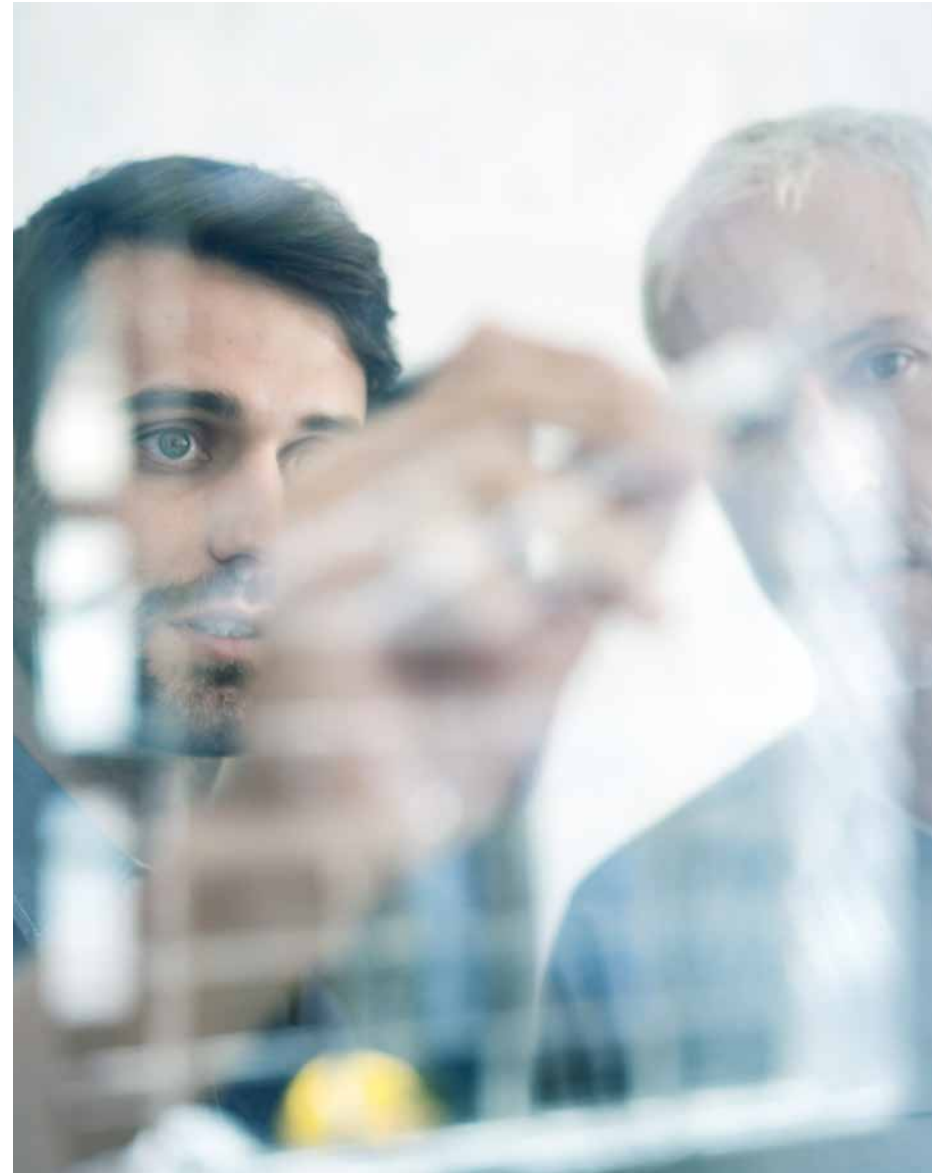


### #3 Ciencia de datos

**El 74% de los responsables a nivel mundial de las herramientas de datos y análisis tienen intenciones de utilizar big data para el análisis del servicio de atención.**

El uso eficaz de las herramientas de análisis de datos determinará quién sobrevive en esta nueva era del iluminismo digital. Y serán los que utilicen los insights obtenidos de big data y de cálculos matemáticos para brindar un servicio de atención más proactivo, oportuno y cognitivo. Según el informe "Forrester's Top Five Questions About Big Data," el 74% de los responsables a nivel mundial de las herramientas de datos y análisis tienen intenciones de utilizar big data para el análisis del servicio de atención.

Saque provecho de la ciencia de datos para brindar experiencias de cliente altamente diferenciadas y personalizadas. Asóciase con proveedores de servicios en la nube que sean expertos en el análisis de datos y que tengan modernas arquitecturas centradas en datos. Almacene cantidades infinitas de información sobre las operaciones y el comportamiento. Utilice el aprendizaje automático (machine learning) para identificar los patrones y las tendencias que pueden redundar en una experiencia del cliente excepcional.





## #4 Bots

Se espera que el uso de bots para automatizar los procesos de negocios será una gran oportunidad para casi todas las empresas. Los analistas anticipan que el impacto será del orden de \$9 billones y afectará a 230 millones de trabajadores especializados, según un artículo publicado en CIO.com sobre el negocio de los bots y las realidades de la automatización empresarial.

Un bot es un software que realiza una tarea automatizada por Internet. Los bots tradicionalmente realizaban trabajo más repetitivo y mundano. Sin embargo, con los avances y descubrimientos en el terreno de la inteligencia artificial (AI) y el aprendizaje automático, los bots se están convirtiendo en brillantes criaturas digitales.

Piense en cómo los bots, los supervisores y los agentes pueden aunar fuerzas para brindar un mejor servicio a los clientes. Y esto implica no solo hacer más con menos a medida que aumentan las interacciones digitales, sino también imaginar cómo los bots pueden recurrir a la ciencia de los datos para adquirir conocimiento y así mejorar la vida de los clientes en formas nuevas e innovadoras. Sea creativo.



## #5 Microservicios

Como muchas de las aplicaciones en la nube más antiguas se crean sobre plataformas monolíticas, su capacidad de innovación, expansión y confiabilidad es limitada. Es decir, una falla en un área puede provocar un efecto devastador en otras áreas; por ejemplo, interrupciones de servicio que afectan a una gran cantidad de clientes.

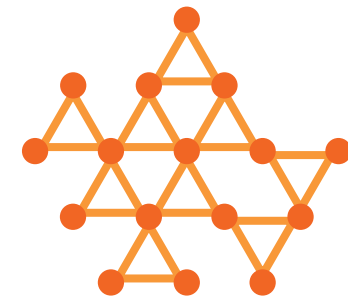
Invierta en una moderna arquitectura en la nube en la que las aplicaciones se dividan en cientos de microservicios independientes. Un microservicio, por ejemplo, puede hacerse cargo de la marcación outbound, mientras que otro distribuye las llamadas entrantes. Una falla en un microservicio no afecta en absoluto a los otros, lo que brinda un alto nivel de confiabilidad.

Además, los microservicios se escalan de manera independiente para que puedan adaptarse a otra área que necesite más recursos en determinado momento. Los proveedores de servicios en la nube que construyen sus aplicaciones sobre esta arquitectura tienen la capacidad de innovar con rapidez añadiendo continuamente microservicios nuevos. El cambio exponencial del negocio requiere el cambio exponencial de las aplicaciones también. Confíe en que ellas lo llevarán hacia donde van los negocios.



**Capas monolíticas**

Si una falla, todas fallan



**Microservicios**

Si uno falla, hay otro de soporte que está esperando



## Lleve la experiencia del cliente al próximo nivel

Conéctese con los clientes como ellos quieren utilizando PureCloud by Genesys. Genere un customer engagement de talla mundial en una única plataforma que le permite superar las expectativas actuales de sus clientes y adaptarse rápidamente a sus nuevas preferencias.

### Para más información, contacte:



Detalles de contacto:

[www.gns-latam.com](http://www.gns-latam.com)

[info@gns-latam.com](mailto:info@gns-latam.com)  
[sales@gns-latam.com](mailto:sales@gns-latam.com)



Genesys® potencia anualmente más de 25.000 millones de las mejores experiencias de cliente del mundo. Nuestro éxito consiste en conectar conversaciones de empleados y clientes en todos los canales, siempre. Más de 10.000 empresas en más de 100 países confían en la plataforma CX #1 para obtener grandes resultados de negocio. Las soluciones on premise y en la nube son fluidas, intuitivas y dan empoderamiento. Combinamos lo mejor en tecnología y en creatividad para trabajar como usted espera.