

# Cómo Conseguir la Aceptación de un Portal de Autoservicio para Clientes

Creando Una Propuesta para los Tomadores de Decisiones de TI

# Introducción

Si bien, los líderes en experiencia del cliente están viendo los beneficios y la necesidad de brindar un excelente autoservicio para sus usuarios, los responsables de TI pueden dudar sobre esa idea. Pero, la alineación con TI es fundamental para el éxito de una estrategia de autoservicio.

A continuación, se ofrecen algunos consejos para abordar el tema con los compradores de TI y presentar un caso convincente para el autoservicio del cliente.

## Abogando por el Autoservicio

Los líderes están reconociendo que el primer paso para una excelente experiencia digital del cliente es el autoservicio. Empoderar a los usuarios para que encuentren el contenido y la información que necesitan no es solo la forma en que los consumidores prefieren interactuar con las empresas, sino que también brinda beneficios inmediatos como ahorros de costos y ganancias de productividad al reducir la cantidad de llamadas al centro de atención al cliente.

**Para 2022, Gartner predice que el 85% de todas las interacciones de servicio al cliente comenzarán con el autoservicio.<sup>1</sup>**

Este será el futuro del servicio al cliente: la mayoría de los consumidores serán guiados a través de ofertas de autoservicio para sus solicitudes y un equipo de representantes de servicio altamente capacitados, podrán concentrarse en interacciones más importantes y preguntas difíciles.

Sin embargo, a pesar del creciente interés y la urgente necesidad de autoservicio del cliente, los equipos de TI aún pueden resistirse a mover o cambiar los sistemas de soporte y las aplicaciones que administran cuando el servicio al cliente presencial ha funcionado en el pasado y parece ser suficiente para las necesidades comerciales. Estas preocupaciones no pueden pasarse por alto; tómese el tiempo para analizar y abordar juntos las reservas de TI con el fin de desarrollar la asociación necesaria para ejecutar el autoservicio.

---

<sup>1</sup> Gartner Predicts a Virtual World of Exponential Change

## Involucrar a TI Antes

Sin la participación de TI, será imposible salir al mercado de manera eficiente. Los líderes en experiencia del cliente pueden tener altas expectativas y visualizar una increíble experiencia de autoservicio, pero si no es técnicamente viable o requiere demasiados recursos, entonces vuelve al punto de partida.

La alineación con TI es fundamental para que una estrategia de autoservicio sea exitosa. Discuta los objetivos y gestione las expectativas junto con el equipo que realmente estará a cargo de la implementación para establecer una estrategia y una visión de autoservicio. Casi todo es posible con la tecnología moderna, con suficiente tiempo y dinero, pero no todo será práctico o incluso útil para el negocio.

## Comunicarse con TI

Para cualquier estrategia nueva, TI debe evaluar qué tecnologías se adaptarán mejor a las necesidades comerciales y funcionarán bien con medios técnicos existentes. Por lo tanto, utilice los siguientes puntos para presentarles un caso comercial convincente de la necesidad y el valor del autoservicio del cliente.

## Desencadenar el Cambio

**Haga que los equipos de TI comiencen a explorar las opciones de autoservicio haciendo las siguientes preguntas:**

- ¿Cuánto tiempo y dinero se gasta en mantener los sistemas actuales de servicio al cliente?
- ¿Cuántas herramientas y aplicaciones diferentes de servicio al cliente existen actualmente? ¿Se encuentran integradas?
- ¿Cómo se pueden optimizar estos procesos para mejorar la productividad?

Utilice estas preguntas para determinar las áreas de necesidad y comenzar a construir su caso para adoptar una estrategia de autoservicio.

## ¿Por qué utilizar el autoservicio?

**El autoservicio digital es clave para reducir el costo de servicio para la empresa.**

No es solo una exageración de marketing que va a desaparecer en unos pocos años. Aquí hay predicciones de algunas fuentes destacadas:

**El 81% de los clientes de todas las industrias intentan ocuparse de los asuntos por sí mismos antes de comunicarse con un representante.**

Fuente: Harvard Business Review<sup>2</sup>

**Para 2030, se necesitará el uso de tecnologías de automatización dirigidas al cliente, como el autoservicio, para atender a los compradores de la Generación Z, quienes representarán la base de clientes más grande en ese momento a medida que obtienen apoyo y valor de las organizaciones con las que eligen interactuar.**

Fuente: Gartner<sup>3</sup>

Para ejecutar un programa de servicio al cliente rentable, las empresas deben implementar opciones de autoservicio digital que permitan a los consumidores resolver sus propios problemas. Las interacciones de autoservicio cuestan una fracción del valor de las presenciales y, al trasladarlas hacia un sitio de autoservicio digital, las empresas pueden reducir rápidamente los costos en su programa de servicio al cliente.



Fuente: Gartner<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Kick Ass Customer Service

<sup>3</sup> Gartner Says the Future of Self-Service is Customer-Led Automation

<sup>4</sup> Delivering on the Digital Promise

Este enfoque también permite a las empresas **escalar su estrategia de servicio al cliente de manera más eficiente**. En lugar de depender únicamente de los canales en vivo, TI puede aprovechar el autoservicio digital para manejar un mayor volumen de solicitudes de clientes a medida que la empresa comienza a adaptarse a una base en crecimiento. Además, dado que el autoservicio se puede implementar en varios canales, las empresas podrán brindar una comunicación consistente a través de estos puntos de contacto, brindando mejores experiencias al cliente que aumentan la satisfacción de estos.

## Conseguir la Aceptación de una Plataforma de Experiencia del Cliente Unificada

La siguiente pregunta que debe hacerse es: “¿cómo podrá la organización administrar e implementar tecnologías de autoservicio de manera efectiva?”

Los líderes de TI pueden estar preocupados por agregar otro sistema, por lo que pueden considerar el uso de una plataforma de experiencia digital (DXP). Una DXP es una pieza de tecnología integrada y cohesiva que proporciona la arquitectura necesaria para que las empresas digitalicen las operaciones comerciales y brinden experiencias de cliente conectadas.<sup>5</sup>

Una DXP puede facilitar la creación de excelentes experiencias de autoservicio. La organización podrá beneficiarse de una plataforma que:

### 1. Ofrece una Solución Más Rentable

Una DXP potente debería venir con una amplia gama de funcionalidades para ofrecer un servicio que tenga lo que la mayoría de las empresas necesitan, permitiendo que las compañías den soluciones más rentables que una propia. Esto no solo faculta a los equipos de TI a personalizar y mantener solo lo más importante, sino que incluso reemplaza cualquier aplicación o sistema existente que se haya creado personalmente. Por ejemplo, si una empresa necesita utilizar una aplicación de formularios, en lugar de crearlo desde cero, puede ahorrar tiempo y recursos al aprovechar la funcionalidad de formularios incorporada que proporcionarán muchas DXP.

---

<sup>5</sup> Gartner Magic Quadrant for Digital Experience Platforms

## 2. Empodera a las Unidades de Negocios

Las DXP facilitan la integración de los servicios existentes en una plataforma fácil de usar para que los equipos de marketing y comunicación puedan administrar las tareas diarias del sitio de autoservicio, liberando a los equipos de TI para que dediquen su tiempo a manejar otras tareas más críticas para el negocio.

## 3. Se Integra Fácilmente

El autoservicio, en particular, requiere capacidades de integración sólidas. Siempre que los clientes utilicen una función de autoservicio, se debe realizar alguna actividad comercial detrás de escena para producir el resultado que el consumidor espera, ya sea extraer información de una base de datos o realizar cambios en la información de la cuenta, todo requerirá integración entre sistemas para ser efectivo.

Esto se vuelve aún más desafiante a medida que aumenta el número de aplicaciones existentes, sistemas de terceros y tecnologías emergentes utilizadas. Las tecnologías de servicio al cliente comenzarán a contener sistemas dispares y superpuestos, lo que generará experiencias inconexas para los usuarios.

**Para combatir este riesgo, resuelva sistemas dispares con una DXP que pueda facilitar la integración de los servicios existentes en una plataforma amigable para el usuario empresarial que no solo permite una actividad fluida entre los sistemas, sino que también brinda una experiencia unificada al cliente.**

## 4. Permanecer Flexible para las Necesidades Futuras

Debido a que las DXP están diseñadas para ser flexibles y extensibles, la plataforma puede unir nuevos sistemas, incorporar tecnologías emergentes a medida que surgen y extenderse para otras necesidades futuras.

Por ejemplo, una DXP sólida puede crear múltiples soluciones orientadas al cliente, todas en la misma plataforma. Tener diferentes puntos de contacto en vivo en múltiples sitios solo llevará a experiencias inconexas para el cliente y sistemas dispares de administración adicionales. En cambio, las empresas deberían poder crear portales de autoservicio para clientes, centros de comunicación, sitios web de actualización de status y otras soluciones que puedan conectarse a aplicaciones de terceros y sistemas heredados, todo a través de una DXP.

Esto permite a los equipos de TI ahorrar recursos no solo al tener que administrar menos sistemas, sino también al reutilizar los elementos existentes para crear nuevos sitios y puntos de contacto mucho más rápido y, al mismo tiempo, mantener la coherencia de la marca, en lugar de tener que comenzar desde cero en una variedad de soluciones puntuales.

**Para comenzar a evaluar diferentes proveedores de DXP, consulte la valoración de Gartner en su informe más reciente, el Cuadrante Mágico para Plataformas de Experiencia Digital >**

## Conclusión

El autoservicio solo será efectivo si los equipos de CX y de TI están alineados y comprometidos a trabajar juntos para respaldar e implementar estas tácticas. Aunque es fundamental transmitir los ahorros de costos y la eficiencia comercial que se pueden obtener con el autoservicio, en última instancia, estas maniobras deben respaldar al cliente y ayudar a optimizar su experiencia.

## Seguir Adelante

Aprenda más sobre cómo comenzar a implementar el autoservicio con estas mejores prácticas. [Obtenga su guía aquí.](#)

¿Sabías que Liferay ha sido nombrado líder en el Cuadrante Mágico de Gartner para Plataformas de Experiencia Digital por décimo año consecutivo? Para saber más, aquí te dejamos una [copia gratuita del informe.](#)



Liferay desarrolla software que ayuda a las organizaciones a crear experiencias digitales en la web, el móvil y en todo tipo de dispositivos conectados. Nuestra plataforma es open source, lo que hace posible una mayor fiabilidad, innovación y seguridad. Nuestra empresa intenta dejar una impronta positiva en el mundo, a través del negocio y de la tecnología. Cientos de organizaciones del sector financiero, salud, gobierno, asegurador, retail, industria, y otros múltiples mercados utilizan Liferay. Visítenos en [liferay.com](https://www.liferay.com)

© 2020 Liferay, Inc. Todos los derechos reservados.