



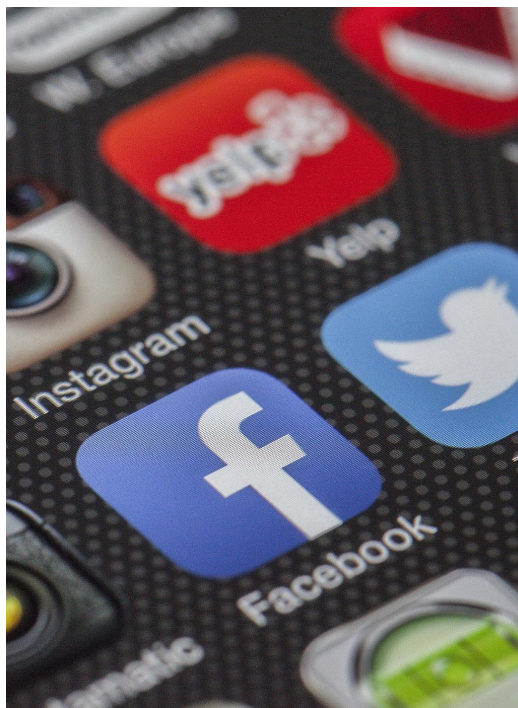
La atención de
todos los
canales
digitales de
tus clientes,
en una sola
plataforma



CLOUDCHAT DE REDVOISS

Atención Al Cliente En RRSS

Nuestros hábitos han cambiado drásticamente durante los últimos meses de 2020, con la pandemia de COVID-19, impactando en casi todos los aspectos de nuestras vidas. Parte de estos cambios son cada vez más evidente en el comportamiento digital de las personas.



En Chile, hoy son 15,67 millones de usuarios en Internet, donde los activos en medios sociales, alcanzan a más del 80%

Dicen que su teléfono es lo primero que verifican cuando se despiertan. Hoy las personas tienen sus teléfonos siempre a la mano y están listos para para buscar información o consultar las últimas actualizaciones de sus redes sociales.

¿Cuánto han crecido las RRSS?

Son muchas las empresas que han tenido que reaccionar en plazos cortísimos para estar presente en el mundo digital; sitio web, comercio electrónico y plataformas de redes sociales. Esto, sin duda, las dejará en una mejor posición y vitrina. Sin embargo, no basta con estar ahí, hay que saber responder los requerimientos de los usuarios. De acuerdo a cifras de la OCDE, Chile venía con un aumento considerable en el acceso a internet en la última década, llegando a un 87,5% a fines de 2017, superando el promedio del resto de los países miembro, que era cercano al 80%. Cifras que en este primer semestre del 2020 han aumentado extraordinariamente. Así lo demuestra un reciente informe del estudio de “Estadísticas globales de abril de 2020 digital”. Según éste, hoy hay unos 15,67 millones de usuarios en Internet, donde los activos en medios sociales, alcanzan a más del 80%. Debido a esta realidad, es casi imposible que una empresa hoy día no cuente con página web. Y considerando la penetración de las redes sociales, que hoy alcanza a más del 80% de la población que tiene acceso a internet, es cada vez más frecuente que las organizaciones ingresen a estas plataformas para mejorar posicionamiento y visibilidad.

"Es cada vez más frecuente que las organizaciones ingresen a estas plataformas para mejorar posicionamiento y visibilidad"

La atención al cliente es el ámbito corporativo que más se ha desarrollado en los medios sociales

Tener redes sociales no solo implica subir contenido o publicidad a las diferentes plataformas, sino también hacerse cargo de la interacción con los usuarios, responder a sus requerimientos, en línea, manteniendo una relación personalizada con cada uno. Esta es la nueva atención al cliente. Un reciente estudio sobre el “Social Bussines” en España, destacó dentro de sus conclusiones que la atención al cliente es el ámbito corporativo que más se ha desarrollado en los medios sociales, junto con la comunicación y el marketing de las empresas. En estas plataformas, los usuarios que son clientes de diferentes productos, marcas o servicios, vierten sus opiniones o hacen solicitudes de atención post venta con mayor frecuencia.

Contar con un profesional de las redes sociales, más conocido como “Community Manager”, no basta. Hoy debiera ser parte importante de las estrategias corporativas, considerar a las áreas de atención al cliente integradas a estas plataformas y entender la diferencia del rol del comunicador social con el del área de atención al cliente, para así poder gestionar de mejor manera los diferentes requerimientos que llegan a través de multicanales, cumpliendo con los plazos, permitiendo gestión, escalamiento y seguimiento como cualquier otra plataforma de contact center.

El desafío actual es transformar las redes sociales en una solución de **atención omnicanal**, es decir, que sea capaz de atender todos los requerimientos desde un único centro de administración.

En ese sentido, plataformas de atención al cliente como **CloudChat de Redvoiss**, se transforman en una solución óptima, ya que ofrece integración y omnicanalidad. Quiere decir, que un agente puede atender de manera simultánea los requerimientos que llegan a través de **Whatsapp, Facebook, Messenger, Telegram, Webchat, SMS, email o Twitter**. Además, existe la posibilidad de integrar varias aplicaciones como CRM, SAP, Selesforce, Siebel, Remedy, Sendesk, Jira y Microsoft Dynamics, permitiendo atender a usuarios por canales de chat desde una plataforma web o inclusive call center. Con este tipo de herramientas, se puede superar en cinco veces o más, la capacidad de atención simultánea, respecto, por ejemplo, a una atención telefónica. Así, un agente multicanal puede brindar más del doble de atenciones mensuales.

Fuentes:

Situación digital, Internet y redes sociales Chile 2020

Digital around the world in april 2020

La importancia del servicio al cliente en redes sociales.

