



CX TRENDS

EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN
TELECOMUNICACIONES 🚀



3 tendencias tecnológicas que darán forma al futuro de las telecomunicaciones y la Experiencia del Cliente.



Uno de los grandes retos actuales del sector de las telecomunicaciones es ofrecer experiencias más sofisticadas, valiéndose de datos e inteligencia artificial para brindar servicios y productos totalmente customizados según las necesidades de cada cliente. Una forma de dar respuesta a este desafío es creando una experiencia de cliente única.

En este eBook, exploraremos con detalle las tendencias tecnológicas en Experiencia del Cliente diseñadas específicamente para el sector de las telecomunicaciones. Desde el poder de la conectividad ultrarrápida hasta la inteligencia artificial que redefine el servicio al cliente, este recurso está diseñado para arrojar luz sobre las tendencias que moldearán el futuro de la industria.

A medida que los consumidores demandan más que simples servicios de telecomunicaciones, se abre un mundo de oportunidades para las empresas Telco que están dispuestas a abrazar la innovación. **La capacidad de anticiparse a las necesidades del cliente, brindar soluciones personalizadas y ofrecer interacciones sin fisuras a través de canales digitales son los pilares de una estrategia de CX exitosa en el panorama actual.**

Prepárate para embarcarte en un viaje a través de las fronteras de la innovación y la tecnología en el mundo de las telecomunicaciones. Juntos, descubriremos cómo las tendencias tecnológicas en Experiencia del Cliente están redefiniendo la forma en que las empresas interactúan con sus clientes y forjan un camino hacia un futuro más emocionante e interconectado.

¡Comencemos a explorar las tendencias tecnológicas que darán forma al futuro de las telecomunicaciones y la Experiencia del Cliente!

Invertir en mejorar la experiencia del cliente es una apuesta segura para las empresas.


De acuerdo con Forbes, las organizaciones que se centran en este aspecto pueden aumentar hasta en un **80%** sus ingresos.

Además, **73%** de los clientes está de acuerdo en que la experiencia del cliente ayuda a impulsar su decisión de compra, según datos de PWC.



De Customer Experience a Total Experience

¿Estás listo para elevar tus interacciones con los clientes a un nivel completamente nuevo?



Descubre cómo el enfoque **Total Experience** combina la experiencia del cliente, la experiencia del empleado y la experiencia digital en una gestión unificada para crear conexiones auténticas y duraderas.

El concepto **Total Experience** representa una evolución integral en la manera en que las empresas abordan la interacción con sus clientes. Al unir los hilos de la experiencia del cliente (CX), la experiencia del empleado (EX) y la experiencia digital (DX) bajo una misma gestión, se crea un tejido cohesivo que abarca todos los aspectos de la relación con el cliente.

Esta convergencia no solo trasciende los límites tradicionales del servicio al cliente, sino que también transforma la forma en que las organizaciones establecen conexiones duraderas. Coordinando elementos esenciales como personas, canales, interacciones y datos en tiempo real, el enfoque **Total Experience** promete brindar un continuo de experiencias únicas y empáticas, enriqueciendo cada punto de contacto con autenticidad y excelencia.

Para entregar un servicio excepcional que perdure en la memoria de los clientes, se requiere la sincronización perfecta de múltiples componentes. La armonía entre la experiencia del cliente, la experiencia del empleado y la experiencia digital es fundamental para lograr interacciones coherentes y genuinas. Integrar estas tres dimensiones bajo una misma gestión permite tejer una narrativa fluida que acompaña al cliente desde el primer momento hasta la resolución final.

Al fusionar las capacidades humanas, la eficiencia digital y la empatía inherente en la experiencia del empleado, el **Total Experience** redefine el estándar de la excelencia en el servicio al cliente, forjando una conexión más allá de la transacción y estableciendo un puente hacia la fidelidad y la satisfacción duraderas.





Tendencias del mercado



Tendencias Revolucionarias en Experiencia del Cliente: Navegando hacia un Futuro CX-Centrado

Descubre las últimas tendencias del mercado en Customer Experience y cómo están transformando el panorama empresarial.

Self-service (Autoatención): El autoservicio (o autogestión) en CX ofrece a los consumidores la posibilidad de ayudarse a sí mismos sin tener que conectar con algún intermediario de la empresa, sino mediante interfaces digitales.

- El **81%** de los consumidores quiere más opciones de autoservicio en sus procesos de atención al cliente.
- El **65%** de las empresas que pudieron disminuir el volumen de llamadas (exponencialmente) mencionaron que proporcionar bases de conocimiento y otras opciones de autoservicio fue un impulsor clave.

Personalización: Se refiere al registro y aprovechamiento de la información de cada cliente para ofrecer una atención individualizada, customizada, inclusiva y accesible para todos los usuarios. Actualmente, las empresas están utilizando datos y análisis avanzados para comprender las preferencias individuales de los clientes y ofrecer experiencias a medida.

- El **42%** de los líderes de CX de América Latina comentan que su empresa ofrece una experiencia muy personalizada.
- El **88%** de los consumidores en AL opinan que le comprarían productos adicionales a empresas que personalizan constantemente sus interacciones.

Protección de Datos: Generar y mantener la lealtad de los clientes depende de que las empresas tengan procesos seguros y confiables que protejan la información sensible. Una sola brecha en los datos o en la confianza puede hacer que los clientes desaparezcan para siempre.

- El **81%** de los consumidores dicen que los riesgos potenciales que enfrentan por la recopilación de datos por parte de las empresas superan los beneficios
- El **92%** de los consumidores dicen que las personas deben ser proactivas con respecto a la protección de datos

Automatización: La automatización está transformando la forma en que las empresas de telecomunicaciones operan y brindan servicios. Desde la atención al cliente hasta la gestión de redes, la automatización está optimizando procesos, reduciendo costos y mejorando la eficiencia operativa. Chatbots y asistentes virtuales están asumiendo roles cada vez más prominentes en las interacciones con el cliente, ofreciendo respuestas instantáneas y facilitando la navegación en los servicios, mientras que la automatización de la red está permitiendo una gestión más ágil y escalable de la infraestructura.

- **40- 75%** ahorro de costos de la automatización inteligente.



Atención Omnicanal



Un enfoque integrado hacia el futuro de las interacciones

En un mundo donde la satisfacción del cliente es la piedra angular del éxito empresarial, la optimización de la experiencia del cliente se ha convertido en un imperativo estratégico. En respuesta a esta demanda, el enfoque omnicanal en el servicio de atención al cliente emerge como una solución integral. Al alinear y coordinar todos los canales de comunicación de la compañía, este modelo ofrece un soporte coherente y enriquecedor que eleva la experiencia del cliente a nuevas alturas.

Si buscas una estrategia omnicanal, el uso inteligente de datos es clave, aunque un **CRM** por sí solo no garantiza la omnicanalidad. Su papel radica en captar percepciones de canales en tiempo real, brindando una visión completa de los compradores para acciones personalizadas, segmentación y automatización.

Al explorar el historial del cliente, el **CRM** posibilita segmentar campañas y automatizar tareas, incluyendo email marketing y mensajes en WhatsApp. La segmentación dinámica además permite acciones ajustadas a cada etapa, desde el reconocimiento de marca hasta la postventa.

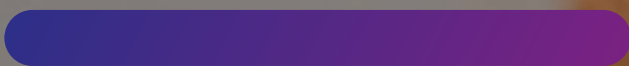
¿Sabías qué?

Un **CRM** no solo brinda percepciones en tiempo real y una visión completa de los compradores, sino que también permite segmentación, automatización y acciones adaptadas a cada etapa de la relación con el cliente 😊





La importancia de una estrategia CX



¿Por qué el éxito empresarial depende de una estrategia de CX sólida? 🤔

Una estrategia de CX bien definida es vital para la declaración de la misión de cualquier organización, independientemente del sector.

Además, ayuda a guiar a los equipos a la hora de crear y diseñar nuevos productos digitales. Representa el modo en que una organización quiere que sus clientes experimenten sus productos y las interacciones generales con la marca.

Retención de Clientes: Una experiencia positiva del cliente aumenta la retención a largo plazo. Los clientes satisfechos son más propensos a quedarse y menos propensos a cambiar a la competencia.

Diferenciación Competitiva: En un mercado saturado, una estrategia CX sólida puede diferenciar a una empresa de sus competidores. Los clientes están dispuestos a pagar más por una experiencia superior.

Fidelidad y Recomendaciones: Los clientes que tienen una experiencia sobresaliente son más propensos a convertirse en defensores de la marca, compartiendo sus experiencias positivas con otros y generando un efecto dominó.

Mejora de Eficiencia Operativa: La anticipación de necesidades y la resolución proactiva de problemas pueden reducir la carga en los departamentos de atención al cliente y mejorar la eficiencia general de la operación.

Las estrategias CX no sólo garantizan la satisfacción del cliente, sino que también catalizan la retención, fomentan la lealtad y posicionan a las empresas en la vanguardia de la competencia. En última instancia, al priorizar la excelencia en la experiencia del cliente, las empresas de telecomunicaciones están construyendo relaciones sólidas y duraderas que trascienden las conexiones tecnológicas para convertirse en conexiones emocionales con sus clientes.






La teoría puesta en acción de la mano de la innovación



¿Estás listo para elevar tus interacciones con los clientes a un nivel completamente nuevo?



Actualmente la reinención es la clave para la supervivencia y el crecimiento en cualquier industria. En particular, el mercado de las telecomunicaciones se encuentra en medio de una transformación profunda, impulsada por avances tecnológicos, cambios en las preferencias del consumidor y la creciente demanda de experiencias digitales innovadoras. ¿Cómo pueden las empresas adaptarse y reinventar sus modelos de negocio para prosperar en este entorno dinámico?

A medida que la tecnología avanza y los clientes exigen experiencias excepcionales, la pregunta es: ¿cómo pueden las empresas de telecomunicaciones transformarse para mantenerse al día en un mercado en constante cambio?

Estadísticas reveladoras 🏆

- Empresas que centran sus esfuerzos en mejorar la experiencia del cliente experimentan un aumento del **80%** en sus ingresos. Este dato resalta cómo una inversión en CX no solo mejora la satisfacción del cliente, sino también los resultados financieros.
- El **86%** de los clientes están dispuestos a pagar más por una experiencia de la cliente mejorada. Esto muestra que una inversión en CX puede generar retornos significativos.
- El **67%** de los clientes perciben que las empresas están activamente enfocadas en mejorar el servicio al cliente. Esto señala una conciencia creciente en la importancia de la CX

El Caso de Vodafone: Innovación y Adaptación

Vodafone, una influyente compañía española líder en telecomunicaciones, se encuentra en el corazón de esta reinención. Con una presencia sólida en Europa y África, Vodafone ha demostrado su capacidad para adaptarse y evolucionar en respuesta a las cambiantes necesidades del mercado.

Ofreciendo una amplia gama de servicios de conectividad, tanto para consumidores como para empresas, Vodafone ha abrazado la diversificación y ha explorado nuevas oportunidades de asociación. Su enfoque en brindar experiencias digitales sobresalientes ha llevado a colaboraciones estratégicas con empresas de tecnología y otras organizaciones.

La expansión de Vodafone hacia la transformación digital y la adopción del 5G no solo reflejan su voluntad de evolucionar, sino también su comprensión de la importancia de la reinención en un mundo hiperconectado y en constante cambio.



Entonces, ¿la innovación es el camino a seguir?

Reinventar el modelo de negocio en el mercado de las telecomunicaciones no es simplemente una opción, sino una necesidad. Al adoptar una estrategia de CX sólida y centrada en el cliente, las empresas de telecomunicaciones pueden no solo mantenerse al día con las tendencias cambiantes, sino también liderar el camino hacia un futuro en el que la experiencia del cliente sea el centro de todo. En este viaje de reinención, las estadísticas revelan que cada esfuerzo hacia la mejora de la experiencia del cliente es un paso hacia un éxito sostenible y una posición competitiva en el mercado. Por eso, decimos sí a la innovación en el mundo del Customer Experience en Telecomunicaciones 🤖

Acerca de Evoltis



En Evoltis colaboramos para mejorar cada interacción con tus clientes, impulsando la Innovación a través de nuestros servicios de Contact Center & BPO y Desarrollos Tecnológicos para lograr una experiencia única.

Nuestra propuesta de valor está basada en un modelo sinérgico y complementario con el cual impulsamos la innovación, potenciamos la transformación digital y promovemos la experiencia omnicanal en las empresas.

Desde hace más de 25 años, ponemos a nuestros colaboradores y a nuestros clientes en el centro, para que trabajar juntos sea una aventura memorable.

Trend Lab es nuestro laboratorio enfocado en descubrir, explorar y analizar nuevas tendencias, señales, hábitos y comportamientos de mercado, orientado en experiencia del cliente - CX - y tecnologías exponenciales.

Generamos contenido de valor sobre las principales tecnologías, tendencias y señales del mercado que están transformando los negocios.

Esperamos que este ebook sea una gran herramienta para tu estrategia CX 🚀

¡Queremos que tu empresa crezca y estamos para acompañarte en ese camino!

Seguinos en:



@evoltis



Evoltis



@sosomevoltis



www.evoltis.com

**Somos
Evoltis.**



¡Gracias!

EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN
TELECOMUNICACIONES 🚀

