



Más allá del soporte: las cinco mejores formas de usar una plataforma de CRM abierta



01

El entorno de datos de los clientes

02

Ve hacia la luz con una plataforma de CRM abierta

03

Obtén una panorámica completa de la experiencia del cliente

04

Ofrece más que soporte con Zendesk Sunshine

Recursos y dispositivos

Productos y pedidos

Interacciones con los clientes

Administración de usuarios y cuentas

Solución de problemas de productos

01 El entorno de datos de los clientes

En el mundo actual la experiencia del cliente tiene más importancia que nunca. El auge de la nube pública ha puesto al alcance de cualquier cliente un sinfín de nuevos productos y servicios digitales, lo que ha obligado a muchas marcas a tratar de mejorar la experiencia del cliente para ser más competitivas. Según los datos del índice de experiencia del cliente de Forrester:

× 5

"En promedio, las empresas que ofrecen al cliente una experiencia mejor aumentan sus ingresos cinco veces más rápido que sus competidores con una experiencia del cliente peor".

The Five CRM Trends In 2019 That Will Shape Engagement, Relationships, And Revenue, enero de 2019, Forrester

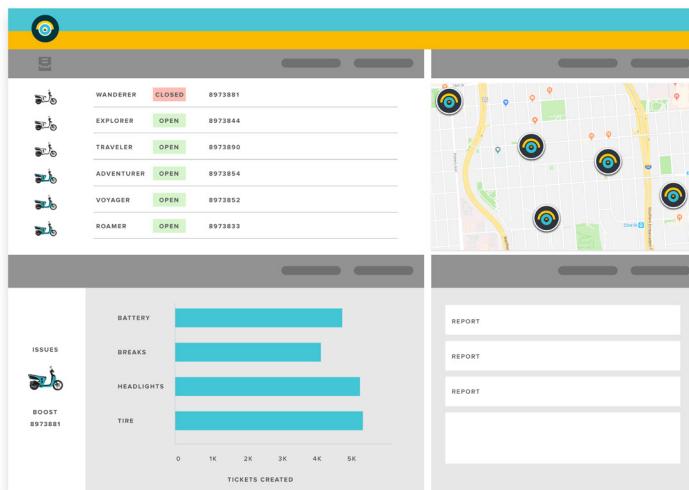
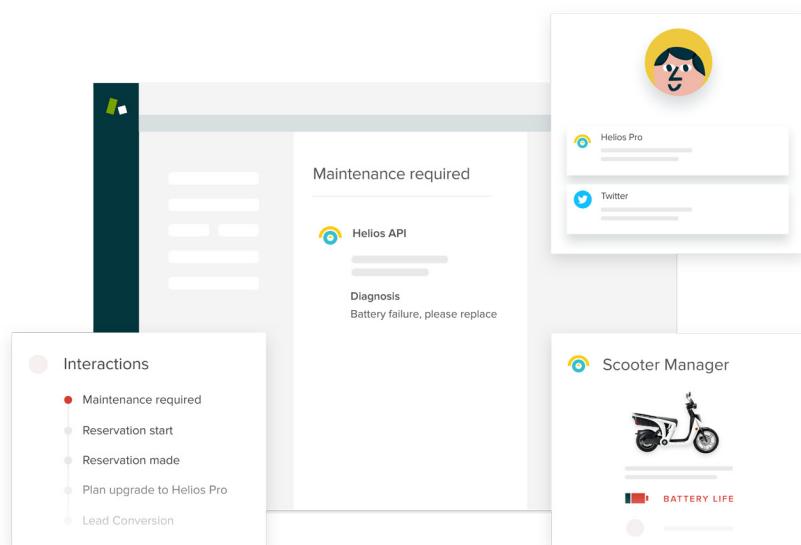
Piensa en todos los canales que tienen los clientes para contactar con tu negocio: aplicaciones móviles, redes sociales, canales de soporte como chat en vivo y voz, etc. Todo esto ha dado lugar a un flujo inagotable de datos de los clientes que debe aprovecharse para crear una experiencia del cliente diferenciada y personalizada. Pero cuando estos datos están compartimentados en diferentes sistemas y aplicaciones, no es fácil entender quién es cada cliente y cómo interactúa con tus productos y servicios. Y si los datos de los clientes no están conectados entre sí, las empresas tendrán grandes dificultades para ofrecer un trato verdaderamente personalizado en cada interacción.

Esta necesidad de conectar los datos de los clientes ha puesto al descubierto las limitaciones de las plataformas de CRM tradicionales para muchas organizaciones. Sus tecnologías, diseñadas para una época en la que la relación con los clientes era distinta, no sirven para hacer frente al volumen y la diversidad del entorno de datos del cliente actual. Como consecuencia, muchas organizaciones se encuentran en la oscuridad: están desconectadas de una gran cantidad de información que necesitan para proporcionar experiencias del cliente personalizadas.

02 Ve hacia la luz con una plataforma de CRM abierta

Este es el motivo por el que Zendesk Sunshine, nuestra nueva plataforma de CRM, tiene un diseño abierto y flexible que te permite conectar y entender todos los datos de tus clientes, en cualquier formato y dondequiera que se encuentren. Su rapidez y sus funciones avanzadas te ofrecen la libertad que necesitas para diseñar experiencias de usuario increíbles para todas las personas de tu organización.

Aumenta la productividad en el espacio de trabajo de los agentes con aplicaciones de Zendesk Support y Chat basadas en Sunshine.

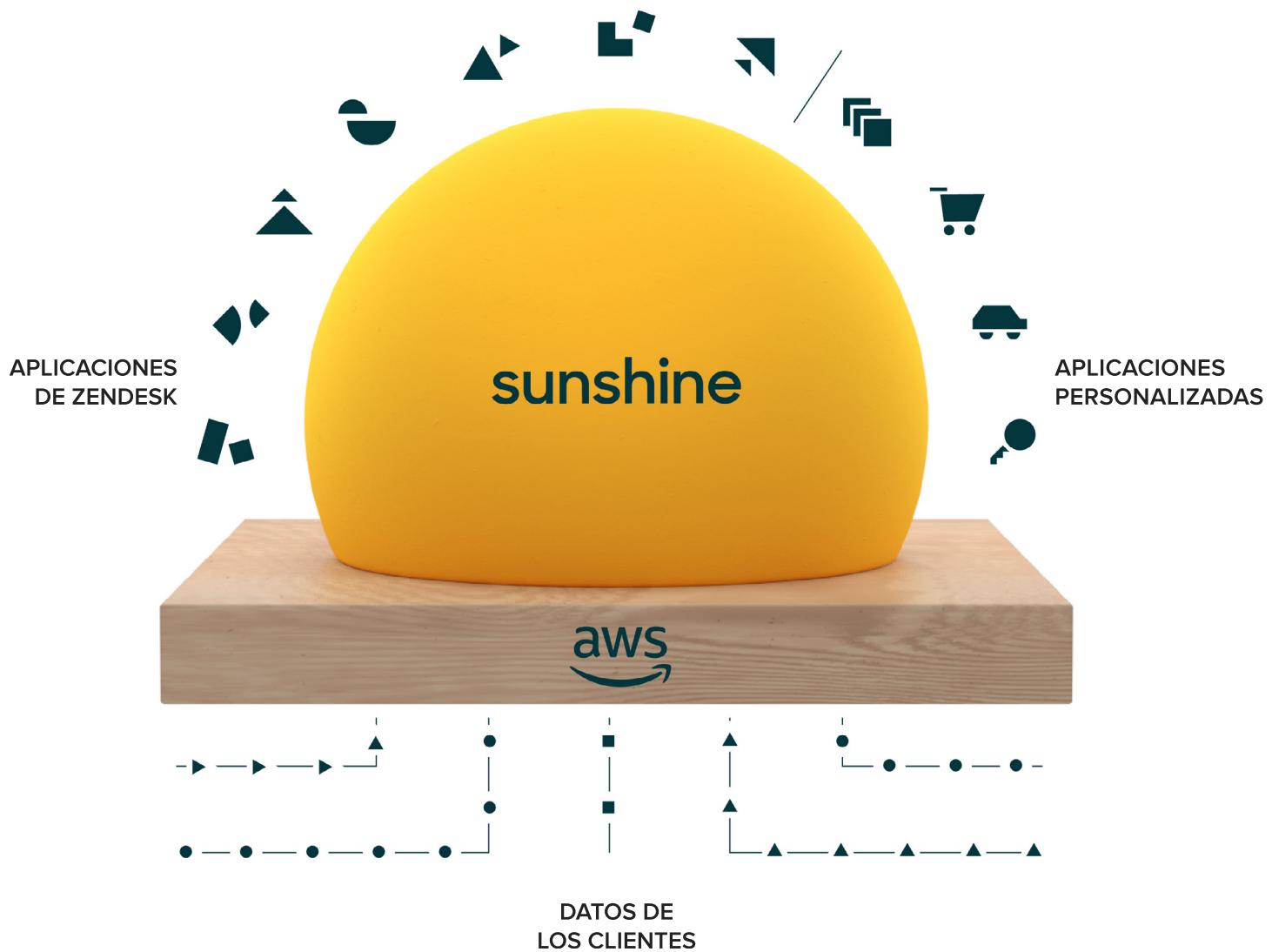


Diseña aplicaciones personalizadas para otros usos —por ejemplo, la administración de recursos— y deja que Sunshine te ayude a ofrecer algo más que atención al cliente.

03 Obtén una panorámica completa de la experiencia del cliente

Las plataformas de CRM tradicionales llevan décadas prometiendo ofrecer un panorama completo del cliente. Sin embargo, hoy los datos de los clientes están más dispersos que nunca, y el uso de modelos de datos y lenguajes de programación exclusivos dificulta el desarrollo de aplicaciones modernas.

Para ayudarte a crear aplicaciones de CRM modernas, Sunshine te permite utilizar tus herramientas de desarrollo preferidas y obtener una vista conectada de la experiencia del cliente que incluye diferentes perfiles, eventos y objetos.





Perfiles

Reúne atributos de fuentes internas y de aplicaciones de terceros y relationalos con una identidad de usuario única para entender mejor quiénes son tus clientes.



Eventos

Capta todas las interacciones — como actividades del carrito de compras, en Internet o en dispositivos móviles— para entender mejor cómo interactúan los clientes con tu marca de principio a fin.



Objetos personalizados

Almacena y conecta datos del negocio, como el historial de productos y pedidos, y entiende mejor cómo interactúan tus clientes con tus productos y servicios.

Con Sunshine, las empresas pueden superar las limitaciones que les imponen las plataformas tradicionales de CRM y personalizar sus tecnologías de manera que reflejen sus relaciones reales con los clientes, para así arrojar luz sobre la experiencia del cliente.

04 Ofrece más que soporte con Zendesk Sunshine

Sunshine conecta todos los datos de los clientes de las empresas y, de esta forma, aumenta el conocimiento de los clientes y la productividad interna. Dado que Sunshine permite crear aplicaciones personalizadas (tanto dentro como fuera de Zendesk), puede utilizarse en casos que abarcan la experiencia completa del cliente.



Recursos y dispositivos

Haz un seguimiento del historial y del estado de tus productos, recursos o dispositivos conectados para obtener el contexto completo del cliente.



Productos y pedidos

Entiende el ciclo de vida completo de los pedidos, desde el pago en caja de los productos hasta su entrega, para ofrecer una experiencia de soporte más personalizada.



Interacciones con los clientes

Entiende plenamente el ciclo de vida de los clientes con la mirada puesta en todas las interacciones que componen el trayecto del cliente.



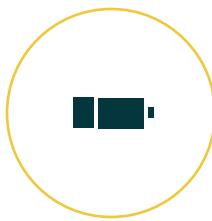
Administración de usuarios y cuentas

Administra las jerarquías de cuenta y las relaciones complejas con los usuarios.



Solución de problemas de productos

Consulta los datos de los planes y analiza los clics de los usuarios.



Recursos y dispositivos

Haz un seguimiento del historial y del estado de tus productos y recursos

Los clientes actuales utilizan una gran cantidad de productos conectados con datos cada día, desde recursos físicos tradicionales como vehículos y electrodomésticos hasta dispositivos como teléfonos y relojes inteligentes. Por esta razón, entender el estado de los recursos de los clientes desde el punto de vista de la atención al cliente es más importante que nunca. Los flujos de trabajo de los agentes pueden mejorar sensiblemente si se conocen los detalles de los “elementos esenciales” del recurso (como, por ejemplo, la duración de la batería, las versiones de software, la presión de los neumáticos u otros aspectos).

Vincular dispositivos como los portátiles y equipos de campo de los empleados con sensores IoT puede resolver problemas que a menudo están reservados para un help desk informático. Por ejemplo, podría servir para asegurar que los empleados utilizan el software más reciente o tienen instaladas aplicaciones concretas. Toda esta información puede mostrarse junto con un ticket de soporte de Zendesk, que proporciona todo el contexto que necesitan los agentes sobre su cliente y los productos, dispositivos o equipos que utiliza.

Quienes vigilan de cerca el estado de sus recursos incluso pueden controlar de manera proactiva los diagnósticos de un dispositivo y resolver las anomalías antes de que occasionen un problema. Un disparador puede avisar a los agentes de un problema con el estado de un recurso o indicarles si se encuentra en un lugar poco conveniente.

The image displays three screenshots of a CRM application interface, likely Zendesk, illustrating resource monitoring and diagnosis:

- Left Panel (Interactions):** A sidebar titled "Interactions" with a list of event types:
 - Maintenance required
 - Reservation start
 - Reservation made
 - Plan upgrade to Helios Pro
 - Lead Conversion
- Middle Panel (Maintenance required):** A ticket titled "Maintenance required" for "Helios API". It shows a "Diagnosis" section with the message "Battery failure, please replace".
- Top Panel (Helios Pro):** A ticket for "Helios Pro" showing a user profile icon. It lists "Helios Pro" and "Twitter" with their respective status bars.
- Bottom Panel (Scooter Manager):** A ticket for "Scooter Manager" showing a scooter icon. It includes a "BATTERY LIFE" section with a progress bar.



Productos y pedidos

Entiende el ciclo completo de vida de los pedidos, desde el pago en caja hasta su entrega

Entender cómo hacen las compras los clientes y cómo interactúan con tus productos y servicios constituye una parte esencial de ofrecer al cliente una experiencia excelente. Esto implica contar con una visión dinámica de todo el ciclo de vida de los pedidos, desde las transacciones hasta las entregas. Con Sunshine, ahora las empresas pueden almacenar su catálogo completo de productos y llevar un

seguimiento de todos los eventos relacionados con un pedido (como, por ejemplo, su transporte, entrega, devolución y recompra).

Esto permite a los agentes saber qué productos están relacionados con un ticket de soporte y en qué punto se encuentra un cliente en el ciclo de vida de su pedido. Para las empresas con ciclos de vida de pedidos más complejos, Sunshine hace posible guardar y administrar suscripciones a productos y garantías, aparte de ayudar a proporcionar contexto a los agentes en tiempo real para que puedan ofrecer una experiencia de soporte más personalizada.

The screenshot displays the Sunshine CRM interface with three main sections:

- Interactions:** A legend on the left shows five categories: Missing items (red dot), Order delivered (light blue dot), Order shipped (light blue dot), Checkout completed (light blue dot), and Items added to cart (light blue dot). The "Missing items" category is highlighted.
- Missing items:** A customer message from "Fashion House" (Premium subscription) on Twitter: "Hi there— my order is missing a pair of shoes and a t-shirt." Below the message is a small profile picture of a woman.
- Order Details:** A section titled "Recent orders" showing a list of items: a yellow t-shirt, a blue shoe, and a grey sweater, each with a horizontal ellipsis for more details.



Interacciones con los clientes

Entiende todas las interacciones que componen el trayecto del cliente

A la hora de generar un panorama completo del trayecto de un cliente es conveniente contar con una cronología histórica de todas sus interacciones digitales y en persona: su actividad en Internet y con dispositivos móviles, los correos electrónicos que ha abierto, sus visitas a tiendas o cualquier otro aspecto relacionado con el punto donde se encuentra en el ciclo de vida del cliente.

Al conectar varios puntos de contacto, un ticket de soporte puede ofrecer a los agentes datos tan importantes como el rango VIP del cliente, su grado de lealtad o el tamaño de la cuenta. Esta información puede ser esencial para ofrecer un servicio personalizado en consonancia con las expectativas del cliente.

Contar con datos registrados del trayecto completo del cliente aporta valor a toda la organización, no solamente al departamento de soporte, lo que constituye una gran ventaja. Los datos de los clientes se pueden sincronizar en toda la empresa y utilizarse en campañas de marketing, oportunidades de venta y recepción de pedidos. Así, todo el mundo dispondrá de la misma información acerca de los clientes.

The diagram illustrates the customer journey and data integration across different departments. On the left, a vertical bar shows a timeline of interactions. A legend indicates the types of interactions:

- Interactions
- Pricing question (red dot)
- Free trial started
- Sales meeting
- Email open event
- Lead conversion

The main interface shows a ticket titled "Pricing question" with a message from a user: "I have a question about pricing for your software product." To the right, a contact card for "Solis Industries" provides detailed information: Company name: Solis Industries, Company size: 1000+, Title: VP of Marketing, and Days remaining on trial: <7 days. A LinkedIn link is also present. Below this, a "Sales Opportunities" section shows an opportunity at Stage 4 Evaluating with an amount of \$25k.



Administración de usuarios y cuentas

Administra las jerarquías de cuenta y las relaciones complejas con los usuarios

Para los negocios que tienen relaciones con los clientes más complejas —como las empresas B2B, los mercados multilaterales o los grupos multimarca— puede ser difícil almacenar y modelar los datos de los clientes. Las plataformas tradicionales de CRM muchas veces obligan a las empresas a utilizar un modelo de datos propio diseñado para métodos de

interacción tradicionales y trayectos de cliente lineales. Esto puede dificultar la administración de las relaciones entre los clientes, socios, proveedores, etc.

Una plataforma de CRM moderna debe ser lo bastante flexible como para reflejar exactamente la forma única en que trabaja cada empresa. Esto podría incluir relaciones de cuentas de varios niveles, relaciones polifacéticas entre compradores y vendedores o relaciones entre un usuario único y varios perfiles en línea. De esta forma, cuando un usuario interactúa con tu marca, es fácil identificarlo con un cliente concreto y entender todos los aspectos de la relación con él.

The image shows a user interface for a CRM system. On the left, a sidebar titled 'Interactions' lists five categories: 'Haven't received payment' (red dot), 'Item sold' (grey dot), 'Bid placed on item' (grey dot), 'Item listed' (grey dot), and 'Refund issued' (grey dot). The main area displays a message from a user: 'I haven't received payment for the guitar that I recently sold!' with a small profile icon. To the right, there are two circular profile icons labeled 'Seller profile' and 'Buyer Profile', each with a blue circular icon. Below these are sections for 'Bid History' (Recent sales: a guitar icon) and 'Current Listings'.



Solución de problemas de productos

Consulta los datos de los planes y analiza los clics de los usuarios

Las empresas que ofrecen productos o servicios digitales que se utilizan a través de Internet o de dispositivos móviles deben tratar de entender las actividades de sus usuarios, como su integración, los trayectos de usuario y el uso de las funciones. Tener acceso al comportamiento de uso puede ayudar a los agentes de soporte a dirigir a los usuarios hacia el lugar correcto durante la solución de problemas con

los productos, y a ofrecer a los equipos de productos información valiosa para optimizar las funciones de sus productos.

Sunshine captura estos detalles y, al mismo tiempo, ofrece a los agentes información sobre los dispositivos y las versiones de software, así como detalles de los planes, lo cual aporta el contexto necesario para resolver los problemas con los productos de una forma mucho más eficaz. Los usuarios también se pueden segmentar, y se les pueden mostrar mensajes en el producto para aumentar la adopción y alentar un uso más participativo.

The screenshot displays the Sunshine platform's user interface. On the left, a sidebar titled 'Interactions' lists five categories: 'New feature' (highlighted with a red dot), 'Viewed article in help center', 'Clicked on comment in app', 'Viewed in-product message', and 'Login'. The main area shows a user profile for 'Pendo' with a yellow circular icon. The profile includes 'Last login: 1 hour ago' and 'Average daily use: 3 hours'. Below the profile is a 'User Profile' section with a blue circular icon. To the right, a 'Device information' section shows an Android icon with the text 'Android 6.0' and 'Outdated'.

¿Estás listo para ir hacia la luz?

Más información en
zendesk.com.mx/platform/features



zendesk sunshine