

Aprovechar el conocimiento de todo el equipo para crear el mejor contenido de autoservicio



Para poder crear la mejor experiencia de auto-servicio para los clientes, es necesario contar con un contenido excelente que responda las preguntas de los clientes y resuelva los problemas a los que se enfrentan. Y para crear un contenido robusto, se necesitan dos cosas: personas que se encarguen de redactar los artículos y un proceso para vetar el contenido a fin de garantizar la publicación del material correcto.

No es cosa fácil, pero si todo el equipo participa en el proceso, la carga será menos pesada. En este informe técnico se describe cómo preparar a todos para conseguir el éxito.

Como describe Gartner en el informe [Knowledge Management Will Transform CRM Customer Service](#), “el objetivo de una estrategia de administración del conocimiento es darle a la mayor cantidad de gente la posibilidad de participar en la creación y el uso del conocimiento pertinente”. Una vez que el equipo tenga esa capacidad y todos estén aportando, es fundamental contar con el proceso adecuado para asegurarse de que se publique el contenido correcto. Sin embargo, como se explica en el informe de Gartner, “eso puede ser extremadamente complejo, ya que puede haber desde unos cuantos hasta decenas de procesos de administración del conocimiento”. La función Publicación en equipo, que forma parte del plan Zendesk Guide Enterprise, permite que los equipos grandes puedan establecer procesos, aportar contenido y administrar el conocimiento con toda facilidad de manera interna, externa y en varias marcas.

Establecer un proceso de revisión y publicación

Si piensa en su organización de soporte más bien como una organización de conocimiento, ya está a mitad de camino de tener una excelente oferta de autoservicio. El autoservicio depende de la generación y el mantenimiento de contenido, y —cuando se vuelve obsoleto— el retiro del mismo. En Zendesk, a eso se le conoce como **administración del ciclo de vida del artículo**, y se han creado herramientas excelentes para facilitar ese proceso. Antes de describir cómo esas herramientas pueden servir de guía, cabe mencionar algunas prácticas importantes que pueden ayudar a su organización a crear el mejor contenido.

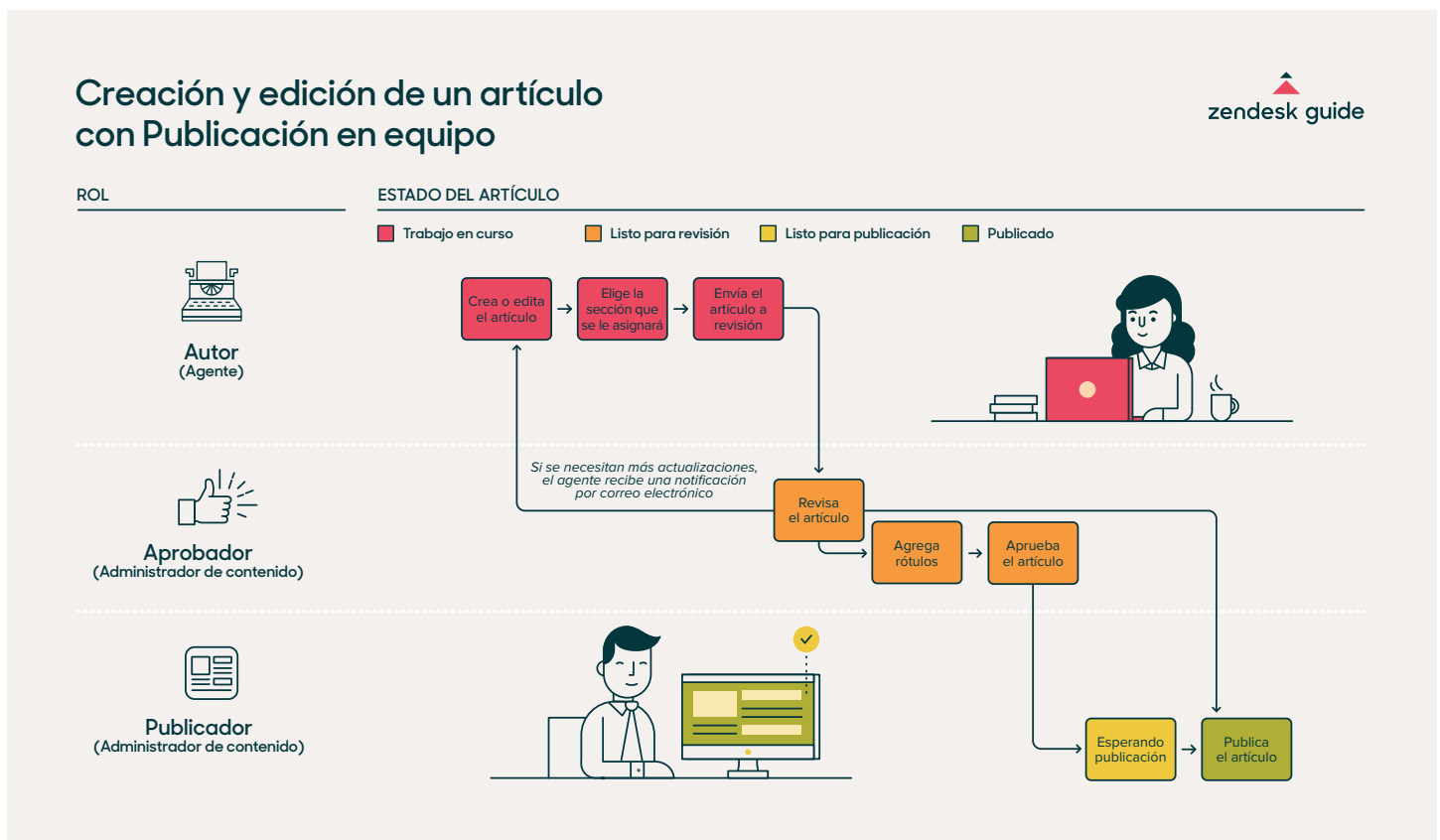
Procurar ser precisos

La mayoría de los artículos no tienen por qué ser difíciles de redactar ni de leer. De hecho, una buena pauta es proponerse escribir solo unas cuantas oraciones, y dividir las frases más largas en frases pequeñas. Los artículos más eficaces son los que responden preguntas muy específicas de la manera más concisa posible y se ciñen al tema. Ese tipo de formato corto también ayuda a mejorar la precisión de las búsquedas. Las introducciones largas, el texto estándar sobre la compañía y la publicidad exagerada acerca de la marca solo servirán para frustrar a los clientes y complicar sus búsquedas, de manera que lo mejor es crear artículos cortos, sencillos y puntuales siempre que sea posible.

Hablar el lenguaje del cliente

Si habla sobre su producto o servicio usando palabras que los clientes no usan, no relacionarán el contenido con su problema, y lo más probable es que no encuentren lo que buscan. Para evitar ese problema, el objetivo debería ser [poner el lenguaje y el estilo de sus clientes, no el de su marca, en el centro](#) del autoservicio. Por ejemplo, si su marca usa el término “corte” pero sus clientes dicen “#falla”, use #falla en su artículo. Cuando un cliente busque #falla, encontrará la respuesta que busca y, probablemente, la ayuda exacta que necesita.

Ahora que ya sabe cuál es el mejor formato y la mejor voz para usar en el material de su Centro de ayuda, es hora de involucrar a los agentes en la creación del material. Todo el contenido nuevo, incluidos los artículos creados a través de la aplicación [Knowledge Capture](#), pasan por un flujo de trabajo de ciclo de vida denominado **Publicación en equipo**, que facilita el proceso de redacción y publicación. El siguiente diagrama de flujo describe el proceso paso a paso:



Hacer que los agentes comiencen a aportar

Al principio, a muchos agentes no les gustará redactar artículos. Pero casi todos tendrán temas que conocen muy bien, y sobre los que con frecuencia responden preguntas. Ese es el punto de partida perfecto. Una buena propuesta es obligarlos a hacer aportaciones todos los días o todas las semanas, con el simple objetivo de echar a andar el flujo de contenido. Es fácil dar el primer impulso al fortalecimiento de los esfuerzos de redacción con la aplicación Knowledge Capture, que permite a los agentes marcar fácilmente el contenido que necesita mejoras, además de crear artículos nuevos mientras responden a los tickets. Una vez que los artículos comiencen a fluir, podrá iniciar el proceso de mejorar la calidad. Con el tiempo, probablemente descubrirá que algunos de los agentes son editores innatos y expertos en ciertas áreas. Con la función Publicación en equipo de Guide Enterprise, puede aprovechar la especialización de cada agente asignando actualizaciones de artículos según corresponda, y escribiendo notas a los integrantes del equipo para asegurarse de que sepan dónde se necesita contenido.

Establecer el proceso correcto para vetar el contenido de los agentes

Con estas funciones es mucho más fácil generar contenido y publicarlo cuando esté listo. Una vez que los agentes hayan hecho las actualizaciones en el contenido existente o creado artículos nuevos, podrán enviar el contenido a revisión. Los administradores de contenido luego pueden ver el estado de cada artículo en cada uno de los estados del flujo de trabajo, por ejemplo, “trabajo en curso” o “listo para revisión”. Si un artículo necesita aún más actualizaciones, los administradores de contenido podrán devolvérselo al agente para que haga más cambios. O bien, si el artículo ya está listo, pueden agregarle rótulos para clasificarlo, y luego aprobarlo para que esté listo para su publicación. Dependiendo de la cantidad de niveles de revisión que desee imponer, los mismos administradores

de contenido pueden aprobar y publicar los artículos. O bien, si desea, puede limitar los permisos de publicación a agentes seleccionados para que solo ellos tengan la última palabra sobre lo que se publica.

Entregar artículos rápidamente

Muchas organizaciones tienen ciclos de contenido regulados tan estrictamente que resultan más adecuados para tratar con mineral de uranio que para proporcionar respuestas a los clientes. Por otro lado, algunos sectores requieren una mayor supervisión del contenido que otras, pero hágase la siguiente pregunta: ¿Cómo puede reducir la cantidad de aprobaciones a solo las que en realidad se necesitan? Reduzca los obstáculos a la redacción y la publicación, si es posible. A través del flujo de trabajo de asignación, revisión, aprobación y publicación que hemos creado mediante la Publicación en equipo, puede facilitar el proceso de redacción y publicación del contenido correcto rápidamente.

Contar con un proceso de generación, mantenimiento y retiro de artículos es fundamental para crear una experiencia de autoservicio de alta calidad que pueda mejorarse de forma natural. Obtenga más información sobre cómo Zendesk puede ayudarle a impulsar su propio proceso de contenido con Publicación en equipo, además de otras excelentes funciones, en el nuevo y reluciente producto Guide Enterprise.