



# Creación de la mejor experiencia de autoservicio del cliente



# Usted es un promotor de la administración del conocimiento.

Aunque este título no incluye un gran trofeo ni una recompensa (que no estaría nada mal), puede sentirse orgullo de dirigir los esfuerzos de su compañía por ofrecer a sus clientes lo que prefieren cada vez más: el autoservicio.

¿Y cuál es su motivación? Los beneficios son evidentes: a los clientes no les gusta esperar y, si les ofrece un contenido de autoservicio excelente, les demuestra que valora su tiempo tanto como ellos. Además, es bueno para su negocio, ya que está comprobado que el autoservicio [disminuye los costes de soporte, logra puntuaciones de satisfacción del cliente \(CSAT\) más altas y mejora la eficiencia de los agentes.](#)

Y, sin embargo, a pesar de que la administración del conocimiento de su compañía comienza a dar buenos resultados, sigue teniendo esa molesta sensación de que podría ser mejor. ¿De qué manera puede llevar su programa de administración del conocimiento un paso más allá?

Es bien sabido que, en el campo de la administración del conocimiento, un programa exitoso exige el compromiso a largo plazo de toda la organización. En esta guía le mostraremos el camino que debe seguir, desde sentar bases sólidas hasta convertirse en una compañía verdaderamente centrada en el conocimiento.

## Establezca una base sólida

El primer paso para sentar las bases para una experiencia de autoservicio que mejore constantemente es asignar los recursos necesarios: personal y tecnología.

El pilar de su programa serán los integrantes del equipo, que tendrán amplia experiencia, capacidades técnicas y un compromiso con la calidad. En otras palabras, prepárese lo mejor que pueda para organizar un equipo de agentes competentes. Esa necesidad de experiencia se debe al rol cambiante de los agentes de soporte, ya que las herramientas de inteligencia artificial son cada vez más potentes y esto ha ocasionado que el puesto tradicional de primer nivel (que se encarga de los tickets básicos) comience a desaparecer. Por ejemplo, el [Answer Bot](#) de Zendesk puede responder las preguntas sencillas que tradicionalmente manejaban los empleados de nivel básico; de esta manera, los agentes puedan dedicarse a los problemas más complejos y establecer mejores relaciones con los clientes.

Gracias a su enorme capacidad de aprendizaje automático, el Answer Bot continúa mejorando a medida que trabaja; sin embargo, también se necesitarán agentes cualificados y editores de la base de conocimientos para lograr que el Answer Bot funcione cada vez mejor. Debido a que el Answer Bot obtiene el contenido de la base de conocimientos, los agentes pueden ayudar a perfeccionar la lógica mejorando la coincidencia de conceptos para asegurar que los clientes obtengan la información correcta, y seguir alimentando la base de conocimientos con contenido de alta calidad que el Answer Bot pueda utilizar.

Cientos de compañías ya usan el Answer Bot y los resultados son claros: las organizaciones de soporte informan que aumenta la productividad de los agentes, elimina miles de horas del tiempo de espera de los clientes y, en algunos casos, resuelve hasta el 22 por ciento de los problemas sin la intervención de un solo agente. Además, conforme los bots sigan evolucionando en los próximos años, podrán manejar problemas aun más complicados, lo cual reducirá aún más los gastos administrativos y permitirá que los agentes se concentren en problemas más complejos, en la retención y la lealtad de los clientes y en mantener una base de conocimientos óptima y precisa.

## Involucre a los agentes en la creación de contenido

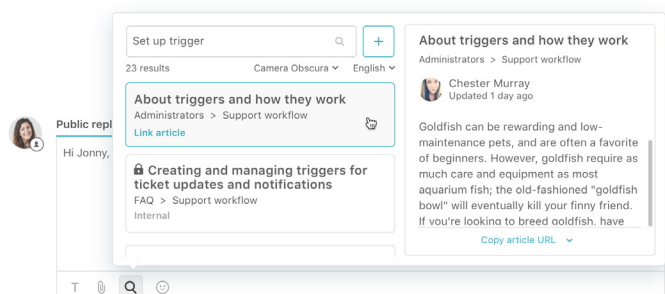
Es probable que algunos agentes se resistan a aportar contenido a la base de conocimientos; por lo tanto, al principio, puede ayudarles a reconocer el valor de tener a la mano buen contenido de conocimientos cuando responden a los tickets de soporte. Esto hará que los agentes entiendan el valor y el aumento en la productividad asociados con un buen contenido de la base de conocimientos que responde las preguntas comunes de los clientes y documenta conocimientos más avanzados o información más reciente que solo algunos agentes conocen.

Las organizaciones dedicadas a crear y mantener una base de conocimientos sólida y a mejorarla con el tiempo logran, en promedio, [una reducción del 23 % en los tiempos de resolución, una disminución del 20 % de tickets reabiertos y un aumento del 2 % en las calificaciones de satisfacción al cliente \(CSAT\)](#). Estas organizaciones que “mejoran con agilidad” distribuyen la creación de artículos de la base de conocimientos entre sus equipos porque saben que los agentes y otros especialistas del conocimiento son los responsables directos de un buen contenido. Así que aproveche los conocimientos de su equipo para garantizar que su base de conocimientos mejore cada vez más.

Teniendo en cuenta estas estadísticas, es esencial que sus agentes entiendan la importancia de captar el conocimiento institucional, de manera que sus opciones de autoservicio puedan solucionar un número cada vez mayor de problemas. Para lograr esto, es importante que para los agentes sea fácil usar el contenido que redactan para un ticket en particular y convertirlo en artículos de la base de conocimientos. Sin embargo, otro componente clave de un Centro de ayuda de gran rendimiento es la actualización y el mejoramiento constante del contenido actual. Por lo tanto, además de añadir contenido nuevo, una parte esencial del trabajo de los agentes debe ser marcar y mejorar el contenido de calidad deficiente. Asimismo, a medida que los agentes vayan adquiriendo práctica en la creación de contenido y comiencen a añadir información con más frecuencia, conviene cambiar el enfoque a la calidad. Los agentes que posean habilidades para editar y especialidades comenzarán a destacar, lo cual le ayudará a afinar su proceso de administración del conocimiento.

## La aplicación Knowledge Capture

Una herramienta excelente para animar a los agentes a aportar contenido y mejorarlo es la aplicación Knowledge Capture, que les permite acceder al conocimiento desde dentro del entorno de Zendesk, establecer vínculos a él y crear contenido tanto para uso interno como para uso del cliente. La [aplicación Knowledge Capture](#) recomienda artículos pertinentes que los agentes pueden usar para responder tickets con rapidez y precisión. De esta manera, reconocerán lo valioso que es tener un amplio contenido disponible. Si encuentran contenido obsoleto o incorrecto, pueden marcarlo para revisión, lo cual dará inicio al flujo de trabajo para un administrador de contenido. Los administradores de contenido podrán usar el panel de administración del conocimiento para ver los agentes que están marcando y añadiendo más contenido, así como la eficacia de este.

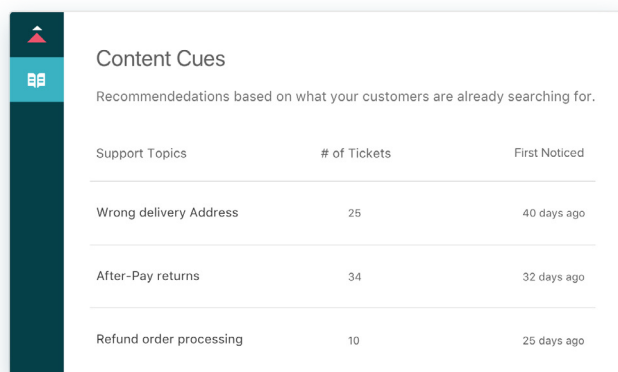


Una vez que se marca el contenido para mejorarlo, entra en acción la función [Publicación en equipo](#), con la cual los administradores de contenido pueden establecer flujos de trabajo definidos para los autores, aprobadores y publicadores que finalizarán los artículos. Las distintas etapas —Trabajo en curso, Listo para revisión, Listo para publicación y Publicado— ayudan a mantener el ritmo del proceso de creación de contenido y garantizan el control de calidad. Los administradores de contenido también pueden asignar actualizaciones de artículos directamente a los integrantes del equipo, para lograr captar el conocimiento institucional de los agentes especializados y mejorar el contenido.

## Conviértase en una organización centrada en el conocimiento

Cuando sus agentes ya se ocupen de la creación de contenido y aprovechen el Answer Bot, la aplicación Knowledge Capture y la Publicación en equipo, ha llegado el momento de planificar la transformación en una compañía centrada en el conocimiento que amplía y mejora constantemente el contenido. Será conveniente:

- **Seguir creando y manteniendo contenido aplicable**
- **Diseñar una infraestructura dedicada a la administración del conocimiento**
- **Impulsar el cambio en la organización y mantener la interacción describiendo las ventajas, promoviendo el trabajo en equipo y reconociendo y recompensando a los colaboradores**



Support Topics	# of Tickets	First Noticed
Wrong delivery Address	25	40 days ago
After-Pay returns	34	32 days ago
Refund order processing	10	25 days ago

Además, puede llevar más allá sus prácticas de administración del conocimiento con herramientas de análisis y tecnología de inteligencia artificial como las [Pistas de contenido](#), que le permitirán comprobar que el contenido de su base de conocimientos es el correcto. Las Pistas de contenido identifican las preguntas comunes de los clientes y buscan el contenido adecuado y, si no existe o si el contenido es obsoleto, mostrarán esa información. La identificación de esa falta de conocimientos señala a los administradores de contenido las oportunidades para mejorar el contenido del Centro de ayuda para que entonces puedan usar las herramientas como la Publicación en equipo para asignar el trabajo de mejoramiento o la redacción de los artículos que se necesiten.

Como ya hemos mencionado, la función Publicación en equipo ofrece flujos de trabajo específicos para la creación, edición y publicación de contenido, pero como organización centrada en el conocimiento, también es conveniente considerar la creación de roles para garantizar que se mantenga y se verifique debidamente el contenido:



### **Autores:**

También se les llama especialistas del conocimiento (aunque también pueden ser los agentes) y son quienes redactan los artículos de la base de conocimientos y seleccionan la sección de la base donde se ubicarán, antes de enviarlos a revisión. Con frecuencia, se designan propietarios de categorías para los autores con especializaciones concretas.



### **Aprobadores:**

Después de la redacción, los artículos se envían a los aprobadores para que los revisen, modifiquen y comprueben su calidad antes de autorizar su publicación. Los aprobadores también se encargan de asignar las etiquetas correctas a cada artículo.



### **Publicadores:**

Una vez aprobados los artículos, los publicadores son los responsables de publicarlos. Con frecuencia también son los encargados de mantener la base de conocimientos. Un subconjunto de publicadores son propietarios de la base de conocimientos y están encargados de la ejecución táctica del programa de administración del conocimiento.

**La creación de estos roles contribuye a la colaboración eficaz del equipo y proporciona a sus clientes y agentes el contenido que necesitan.**

## Nunca deje de mejorar

Los beneficios del autoservicio para sus clientes, su equipo y su compañía son considerables. Sin embargo, el logro de estos exige trabajo y preparación. Aunque esto puede resultar abrumador a veces, puede ser más sencillo si nos concentramos en las acciones básicas:

### Comience con una base sólida

El éxito comienza con el talento adecuado: agentes expertos y comprometidos que ofrezcan soporte de calidad y la tecnología y herramientas que facilitan el autoservicio a sus clientes. Además, con el Answer Bot, es posible ofrecer autoservicio a más clientes, y esto permite que los agentes se dediquen a los problemas más complejos y forjen mejores relaciones con los clientes.

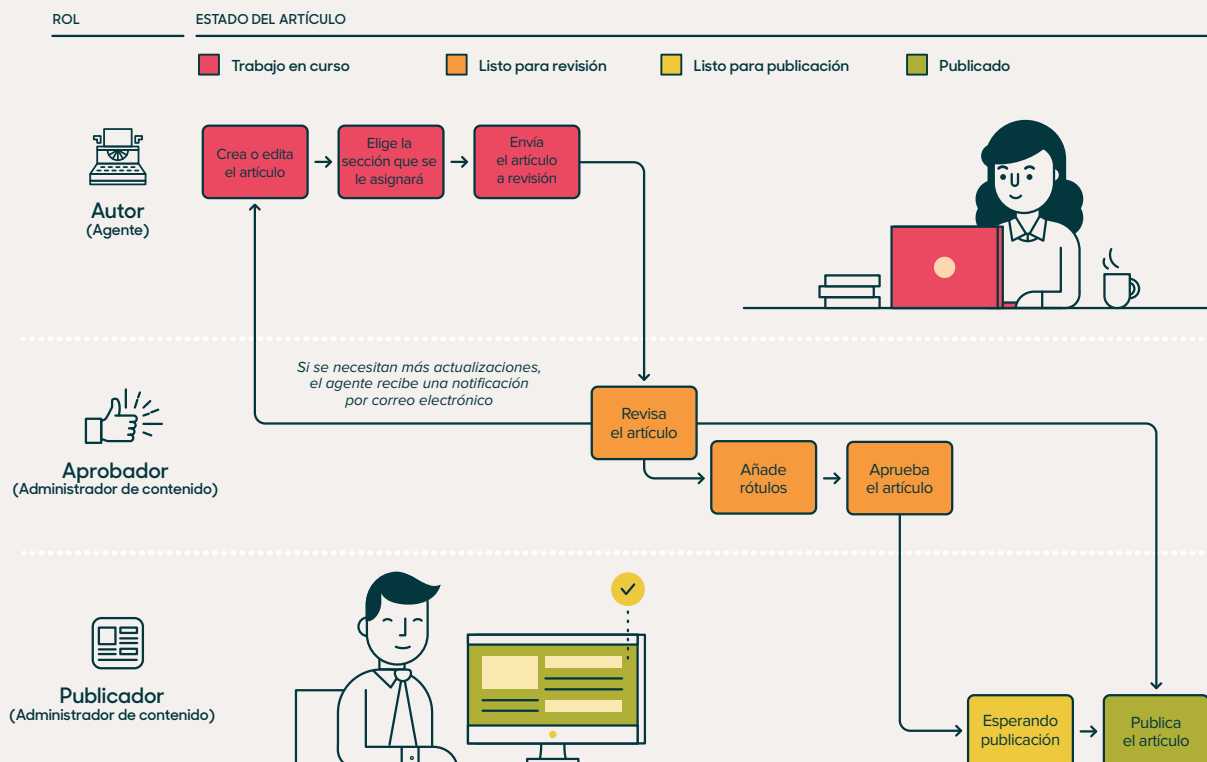
### Cree contenido de alta calidad

El soporte de autoservicio exige un contenido excelente que permita a los clientes solucionar los problemas por sí solos. Con la aplicación Knowledge Capture, sus agentes estarán siempre preparados para redactar y actualizar artículos de la base de conocimientos que faciliten el autoservicio.

### Conviértase en una organización centrada en el conocimiento

Establezca la infraestructura para la creación y el mejoramiento constantes de su base de conocimientos. Use la Publicación en equipo para colaborar en la creación de contenido y establecer roles específicos (como autores, aprobadores y publicadores) encargados del contenido, y las Pistas de contenido para identificar las lagunas en conocimientos que se pueden mejorar.

## Creación y edición de un artículo con Publicación en equipo



# Conclusión

Esta guía no es la última palabra acerca de este tema, pero esperamos que le sirva para llevar sus prácticas de administración del conocimiento al próximo nivel. Visite [Zendesk](#) y vea de qué manera puede seguir adaptando el autoservicio a las necesidades de sus clientes.