



Las comunicaciones empresariales en la nueva normalidad



Introducción

En la primera mitad de 2020, el término "sin precedentes" se ha convertido en un cliché.

La forma en que vivíamos, comprábamos y trabajábamos cambió de repente. La crisis sanitaria mundial hizo que, casi de la noche a la mañana, empresas enteras se vieran obligadas a cerrar sus puertas y que se tuviera que pedir a las familias que se quedaran en sus casas.

Las comunicaciones empresariales se incluyen entre las muchas áreas que más han sufrido el impacto derivado de este nuevo entorno. Muchos centros de contacto han tenido que hacer esfuerzos considerables para conseguir hacer frente al aumento masivo de la demanda. Al mismo tiempo, las empresas han descubierto que no estaban preparadas para seguir operando en un entorno en el que la oficina tradicional no era una opción.

A medida que el mundo comienza a recuperar el equilibrio y los países se vuelven a abrir gradualmente a los negocios, todas las organizaciones necesitan contar con un plan. Los actuales líderes del mercado deben asegurarse de que están preparados para ofrecer las experiencias que esperan tanto los empleados como los clientes.

El modo en que las compañías presten sus servicios de comunicación a partir de ahora tendrá un impacto significativo en su futuro.





El nuevo lugar de trabajo: el auge del teletrabajo

El confinamiento por la pandemia ha desencadenado una transformación masiva del mundo empresarial actual en múltiples niveles. Casi al instante, se experimentó un aumento repentino del teletrabajo y de los métodos de trabajo a distancia. Las empresas se dieron cuenta de que la única manera de asegurar la continuidad de las actividades en esta época de crisis era permitir que los empleados trabajaran a distancia.

Aunque para muchas organizaciones el cambio al teletrabajo salió bien (considerando las circunstancias), hay ciertos obstáculos que los dirigentes empresariales deben tener en cuenta. La transición a un entorno pospandémico de trabajo a distancia requerirá un enfoque estructurado y una planificación adecuada.

Aunque las circunstancias eran desfavorables, las empresas tuvieron la oportunidad de descubrir los beneficios del trabajo a distancia¹, de modo que es poco probable que se produzca un retorno a gran escala a la antigua forma de hacer las cosas. Oficialmente, el lugar de trabajo ha dejado de ser un espacio concreto. Los miembros del equipo pueden ser productivos desde cualquier lugar si cuentan con una conexión a Internet y con los servicios de comunicación adecuados.

Los líderes empresariales que se preparan para la nueva normalidad reconocen que el teletrabajo seguirá siendo una estrategia valiosa en el futuro. Eso significa que es el momento perfecto para empezar a crear las herramientas que sus equipos necesitarán para conseguir un entorno de trabajo flexible y a largo plazo.

Al prepararse para volver a la oficina, el objetivo no debería ser conseguir que todos vuelvan a su puesto lo más rápido posible. De todos modos, la lenta "vuelta al trabajo" planeada por los gobiernos de todo el mundo lo haría inviable. Por tanto, tómese un tiempo para considerar qué herramientas han ayudado a sus empleados a ser más productivos en los últimos meses.

Pregúntese cómo puede mejorar tecnología a distancia para ofrecer mejores resultados a sus empleados. Para ello, será valioso contar con comentarios de los miembros de su equipo, combinados con los datos de adopción recopilados por sus herramientas de colaboración y basadas en la nube.

1 <https://www.weforum.org/agenda/2020/06/coronavirus-covid19-remote-working-office-employees-employers>



Prepararse para el futuro

Según los expertos, la previsión a largo plazo para las empresas es que dependerán de estrategias de teletrabajo para al menos una parte de la plantilla, donde más de [dos quintos de la misma](#) ² continuarán trabajando a distancia. Como ya habrá notado en los últimos meses, el teletrabajo tiene muchos beneficios. Además de permitir la continuidad de las actividades en tiempos de crisis, un lugar de trabajo basado en la nube y el trabajo a distancia también pueden mejorar la productividad y la satisfacción de los empleados.

Con la estrategia adecuada de teletrabajo, las empresas también reducen los gastos generales de la oficina. Esto seguramente será esencial en una economía incierta. La pregunta es, ¿cómo asegurarse de que se tiene la tecnología adecuada?

Es importante reconocer que, si bien tanto la telefonía corporativa como la colaboración en equipo son esenciales en este nuevo entorno, siguen siendo dos elementos diferentes.

- **Telefonía:** la mayor parte de las comunicaciones comerciales se seguirán realizando mediante la voz. Cuando trabajen desde casa, sus equipos remotos necesitarán acceder al mismo conjunto completo de herramientas telefónicas empresariales con múltiples funciones que tenían en la oficina. Aproveche su infraestructura de comunicación existente donde pueda y considere las ventajas de pasar a la nube para obtener flexibilidad. Es posible que necesite proveer a los miembros de su equipo con teléfonos de escritorio o softphones eficientes para satisfacer sus necesidades. Refuerce la movilidad flexibilizando el acceso de sus empleados al correo de voz, a la gestión de llamadas y a otras herramientas.
- **Colaboración:** una estrategia de colaboración se enmarcará dentro de su inversión en [Comunicaciones Unificadas \(UC\)](#) y [Comunicaciones Unificadas como Servicio \(UCaaS\)](#). Antes de comenzar su transición a la nueva normalidad, aproveche esta oportunidad para pensar en cómo está prestando servicios de colaboración a la plantilla. Un enfoque basado en la nube le ayudará a prepararse para el futuro. Sin embargo, es posible que tenga que combinar herramientas de colaboración online y en desconexión. Las herramientas de colaboración fuera de línea pueden incluir el intercambio de archivos y las discusiones en sala, mientras que las herramientas en línea incluirán las videollamadas y el uso compartido de escritorio.

² <https://www.computerweekly.com/news/252481579/Coronavirus-More-than-two-fifths-of-employees-likely-to-continue-remote-working-after-pandemic>



Transformar los servicios a distancia empresariales

El confinamiento por la pandemia mundial ha puesto de manifiesto una enorme demanda de servicios digitales eficientes. La mayoría de las empresas tuvieron que cerrar casi de un día para otro. Sin embargo, incluso con las tiendas físicas cerradas, los negocios seguían teniendo la necesidad de proporcionar asistencia a sus clientes. Muchas empresas, especialmente las de los sectores de viajes, sanidad y venta al por menor, recibieron miles de consultas relacionadas con compras y adquisiciones.

Aunque la demanda en su empresa puede no ser tan impresionante a medida que se relaja el confinamiento por la pandemia, seguirá necesitando contar con una estrategia para hacer más eficiente su servicio al cliente. Esto incluye encontrar una manera de continuar prestando servicio a sus clientes con una plantilla distribuida en múltiples lugares alejados.

Para tener éxito en la nueva normalidad, las empresas necesitan:

- **Proporcionar a su plantilla las herramientas adecuadas:** los empleados que estén en contacto con los clientes necesitan disponer de las mismas aplicaciones de comunicación y servicio al cliente que en la oficina. La tecnología de la nube hará más fácil proporcionar la misma tecnología en cualquier entorno.
- **Capacidades multicanal reforzadas:** los picos de demanda de los clientes provocados por un aumento de las llamadas de voz generan colas de llamadas más largas. Esto significa que algunos consumidores están empezando a buscar el servicio en otros lugares. Se necesitarán capacidades multicanal para proporcionar una experiencia del cliente consistente en todos los entornos.
- **Integración con aplicaciones empresariales:** una estrategia futura de servicios digitales debe integrarse con las aplicaciones empresariales existentes que los empleados ya están utilizando. Esto podría significar

encontrar un servicio que se integre con sus herramientas de CRM o de facturación.

- **Autoservicio reforzado:** aquellos clientes que no puedan acceder a los servicios de una empresa tan rápidamente como quisieran pueden optar por el autoservicio. Esto significa que se debe disponer de las herramientas adecuadas. En estas se incluyen bots de chat inteligentes para sitios web e IVR con enrutamiento de voz inteligente.
- **Mejora de la colaboración administrativa:** los agentes son más eficientes cuando trabajan juntos como un equipo. Una buena solución de colaboración asegura que los empleados pueden trabajar juntos en problemas complejos. La integración con UCaaS a través de API abiertas y soluciones de Plataforma de Comunicaciones como Servicio (CPaaS) es esencial. Esto significa que podrá combinar los aspectos de cara al cliente y los aspectos administrativos de su estrategia de comunicación.



Ofrecer el servicio que los clientes esperan

Incluso antes de la crisis sanitaria, una investigación de PwC descubrió que el 59 % de los clientes globales sentía que las empresas estaban perdiendo el contacto con el elemento humano de su estrategia de servicios, y el 75 % de los clientes encuestados en el mismo informe dijeron que seguían prefiriendo interactuar con un ser humano en lugar de con una máquina automatizada.³

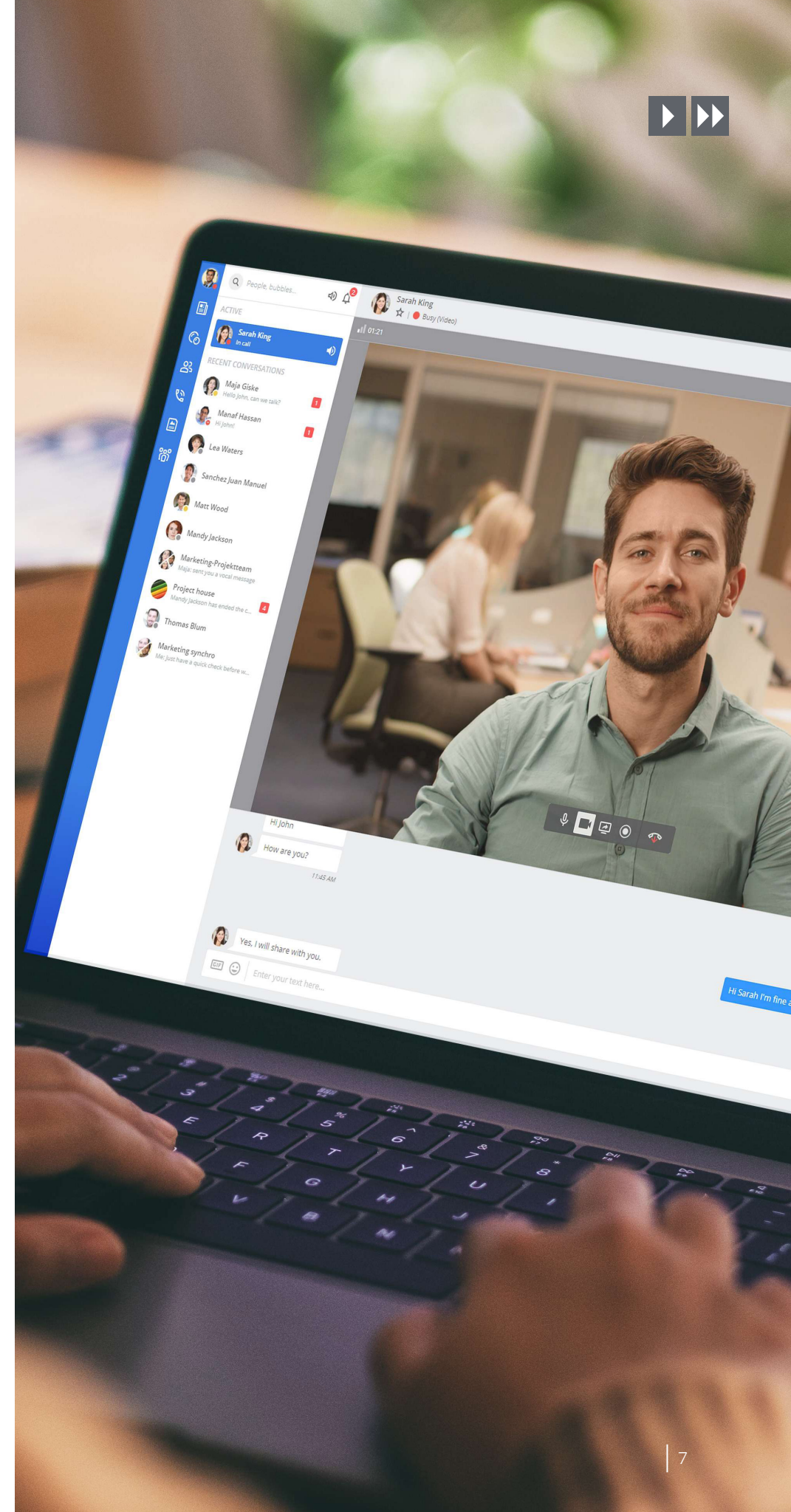
La combinación adecuada de opciones de autoservicio y sistemas de atención al cliente multicanal le permite atender mejor las necesidades de todos los clientes. Únicamente deberá asegurarse de no automatizar en exceso en un esfuerzo por mantener los costes bajos. La nueva normalidad probablemente resaltarán más que nunca la necesidad de un toque humano en las interacciones con los clientes.

De cara al nuevo escenario, las empresas tendrán que preguntarse qué necesitan los clientes de ellos tanto hoy como mañana. Es posible que el autoservicio no sea lo que los clientes quieren cuando comience el regreso al lugar de trabajo. Sin embargo, en etapas posteriores, cuando las cosas empiecen a parecer más normales, hay más probabilidades de que los clientes vuelvan a los hábitos de autoservicio si ello significa ahorrar tiempo en su experiencia de cliente.

Como siempre, la fidelización del cliente en los meses y años posteriores a esta crisis sanitaria mundial comenzará con el análisis de la experiencia de cliente. Recopilar información de sus herramientas de UC y de centro de contacto será esencial para ayudar a determinar lo que sus clientes más necesitan de usted. Debido a la disminución del gasto económico mundial, ahora más que nunca es de vital importancia que los dirigentes empresariales den con nuevas formas de fidelizar a los clientes.

Las herramientas inteligentes utilizadas para mejorar las conversaciones con los clientes, como el análisis de clientes y los bots de chat, pueden aportar ideas. No subestime el poder de su información. Esos datos también pueden ayudarle a anticiparse a lo que viene después.

³ <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>





Aprender de una experiencia única

La pandemia mundial ha sido uno de los acontecimientos más importantes de nuestra historia. Esto significa que también proporciona una oportunidad de aprendizaje y crecimiento para las empresas.

Prácticamente todas las principales empresas de análisis coinciden en que el mundo ha cambiado drásticamente en los últimos meses. La era sin contacto para la fidelización digital del cliente ha llegado a una velocidad increíble. Ahora, se presiona a las empresas para ponerse al día con las necesidades de una base de clientes que ha evolucionado mucho más rápido de lo que nadie esperaba.

No sabemos qué nos depara el futuro después de la pandemia. Sin embargo, nuestras experiencias en los últimos meses nos servirán y serán valiosas lecciones sobre cómo prepararse para el futuro. Ahora es el momento de que las organizaciones piensen en cómo asegurarse de que están preparadas para la próxima crisis. Después de todo, el futuro no está escrito en piedra. Podría haber una crisis financiera u otra crisis sanitaria en pocos años.

Esta es una gran oportunidad para que todos entiendan lo que ha funcionado en los últimos meses y lo que necesita evolucionar para prepararse para los años venideros. Por ejemplo, la primera y más importante tarea para muchas empresas será desarrollar sus estrategias de trabajo a distancia. Está claro que el trabajo a distancia ya no es sólo una estrategia para el futuro. Las empresas tendrán que prepararse para el teletrabajo continuo en el futuro para garantizar la verdadera continuidad de las actividades.

Al mismo tiempo, es importante reconsiderar la experiencia del cliente y en su significado para los años venideros. Para muchas empresas esto significa dar nuevos pasos hacia una estrategia de transformación digital. Desde hace años, una excelente experiencia del cliente es el principal factor diferenciador de cualquier negocio. Sin embargo, ahora sabemos con certeza que cuando todo lo demás falla, un servicio superior puede mantener un negocio a flote.



Mejorar la experiencia del cliente

Además de permitir el trabajo a distancia, la experiencia del cliente y la experiencia del empleado son los dos conceptos más importantes a tener en cuenta en la nueva normalidad. Estos son los cuatro puntos que deberán considerar las empresas:

- **Nube:** todos los servicios que las empresas ofrezcan en el futuro deberán ser accesibles desde cualquier lugar y en cualquier momento. Esto sólo lo permite la flexibilidad de la nube.
- **Información:** toda la información tiene valor, desde los registros de historial hasta el análisis de los sentimientos y el perfil de los clientes. Esta información ayuda a poner en contexto cada interacción.
- **Movilidad:** todos los servicios deben ser accesibles desde cualquier dispositivo. Esto significa garantizar que los clientes puedan ponerse en contacto incluso desde su smartphone.

- **Social (colaboración):** cuando los empleados colaboran de manera efectiva en el aspecto administrativo, pueden proporcionar mejores experiencias a los clientes

Es una excelente oportunidad para que las empresas de todos los tamaños tomen nota de lo que funciona para su negocio y lo que no. Los procesos anticuados requerirán un rediseño y surgirán nuevas metas, como la de mantener a los empleados conectados y mentalmente sanos. Después de todo, la experiencia del empleado es esencial para ofrecer una buena experiencia al cliente.

Si los empleados no reciben el apoyo que necesitan de las herramientas proporcionadas, entonces no pueden satisfacer las necesidades de sus clientes. En los últimos meses, el enfoque en la seguridad y el bienestar de los empleados ha aumentado drásticamente. Las empresas tendrán que seguir comprometiéndose a cuidar

de los miembros de su equipo en los próximos meses.

Los dirigentes empresariales deberán asegurarse de que el lugar de trabajo es más seguro y acogedor para cuando la gente regrese a la oficina, si es que lo hace. Es necesario disponer de más soluciones de alarma, notificación y emergencia para ayudar a los miembros del equipo a abordar los problemas en cuanto surjan. Además, se requerirá un nuevo enfoque para ciertos aspectos, como compartir equipos y terminales. Los líderes empresariales tendrán que pensar en cómo pueden proteger la salud de los empleados.

Si aprovecha esta oportunidad para entrar en la nueva era de las comunicaciones, debidamente informado y consciente de qué aspectos deben crecer, el potencial de su negocio no tendrá límite.



Somos Alcatel-Lucent Enterprise.

Hacemos que todo se conecte proporcionándole tecnología que funciona. Con nuestro alcance global y enfoque local, proporcionamos conexión de red y comunicaciones.

En las instalaciones. Híbridas. En la nube.