

La experiencia del Cliente: el valor de tu empresa

Atención al Cliente multicanal



SERVICIOS DE
TELEMARKETING
Y ATENCIÓN
TELEFÓNICA

902 885 767

www.tu-voz.com

1. Experiencia del Cliente

La experiencia del cliente cuando inicia el contacto con la organización marcará su posterior relación comercial. Una mala experiencia en su relación con la empresa es motivo suficiente para que éste decida **romper la relación** y **recurrir a otra compañía**.

“La satisfacción del cliente reside en la calidad de la atención que recibe”

Poder integrar y automatizar la información de cada cliente así como tener registrada cada una de sus interacciones anteriores con la empresa a través de los diferentes canales, nos permitirá conocerlo mejor y darle una **experiencia plenamente satisfactoria**.



2. Excelencia en la Atención al Cliente

En Tu-Voz somos conscientes de la importancia de disponer de un servicio de atención al cliente de calidad que apueste por conseguir que la **experiencia del cliente** ante una compra, una información o una incidencia sea **plenamente satisfactoria**.

Para una experiencia de compra satisfactoria **el cliente nos exige cada día más** y **necesitamos disponer de la tecnología necesaria que nos permita conocer cuáles son sus necesidades**, poner a su disposición diferentes canales de contacto, tener acceso a su histórico de interacciones, etc.



3. Multicanalidad

La excelencia en la atención al cliente pasa por la **multicanalidad**: darle al cliente la posibilidad de llegar a la empresa a través del canal con el que se sienta más cómodo.



Los clientes son cada vez más exigentes y que vuelvan o no a comprar tus productos o servicios va a depender de **la experiencia que tengan con tu compañía**. Si intentan entrar por una puerta y la encuentra cerrada, nunca volverán a tocar.

Uno de los principales puntos que condiciona la experiencia del cliente es la multicanalidad, la posibilidad del cliente de poder llegar a la empresa a través del canal que él mismo elija en el momento que necesite.

4. Atención telefónica



La primera impresión es la que cuenta. Cuando un cliente se pone en contacto con tu empresa, **ya sólo depende de ti que éste se quede o se vaya.**



Si llama y nadie le contesta, o no lo hace correctamente o la petición queda en el olvido, el cliente además de no volver, se encargará de que nadie a su alrededor sea cliente de tu empresa.

Es imprescindible disponer de una línea de atención exclusiva que permita dar una respuesta inmediata y profesional al consumidor, **evitando los tiempos de espera y la pérdida de llamadas.**

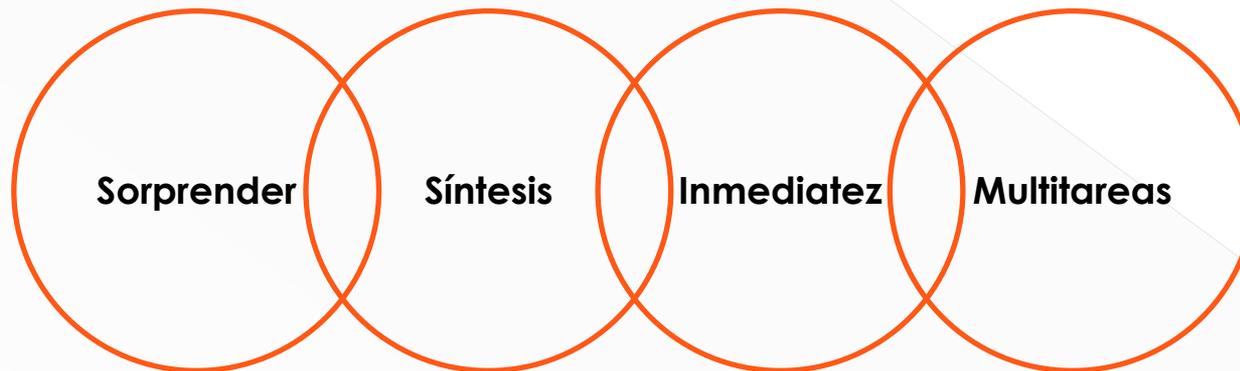
5. Atención Redes sociales



Las redes sociales van adquiriendo popularidad y tus clientes van a intentar contactar contigo también a través de ellas. Al igual que con el resto de canales de atención al cliente, la gestión en redes sociales debe estar **profesionalizada para conseguir la eficiencia y excelencia en el servicio.**

En 2014 el **50% de los usuarios usaron el social media como medio de atención al cliente** y, en 2018, se prevé que el volumen de interacciones de clientes con empresas a través de Twitter igualará a las llamadas.

A través de las redes sociales se puede ofrecer un tipo de atención que no es posible con otros canales:



6. Atención Email



El correo electrónico, como medio online, requiere de inmediatez. Los clientes que contactan con una empresa a través de este canal **esperan una respuesta igual de inmediata e igual de eficiente** que a través de otros canales como el teléfono.

La gestión profesionalizada del correo electrónico permite ofrecer al cliente una respuesta eficiente y una atención de calidad.

A través de este canal se pueden **realizar diferentes gestiones:**

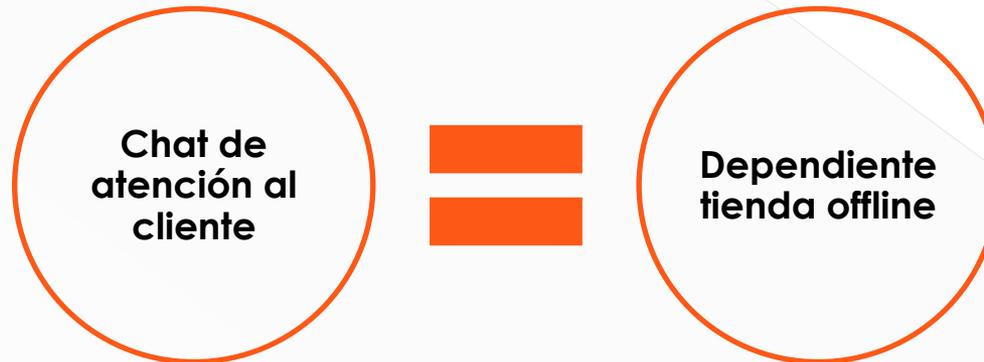
- *Informar.*
- *Recepción de incidencias y reclamaciones.*
- *Recepción de pedidos,...*

7. Atención Chat

El chat de atención al cliente es un canal que **marca la diferencia entre una venta ganada o un cliente perdido**. Muchas veces, en las tiendas online, los clientes andan perdidos o tienen una pequeña duda que se interpone en la compra del producto o servicio.

Un chat online es el “dependiente” que está ahí para cuando el cliente lo necesite, y puede ser la diferencia entre un cliente ganado o una venta perdida.

En **Tu-Voz**, atendemos a tus clientes a través de chat online para resolver posibles dudas u ofrecerles cualquier tipo de información que necesiten.



8. Como podemos ayudarte

En **Tu-Voz**, como empresa especializada en Atención al cliente multicanal, receptionamos las solicitudes de tus clientes a través de los diferentes canales de comunicación para darles una respuesta rápida y profesional para conseguir una **experiencia del cliente satisfactoria**.

Nuestro objetivo se centra en **reducir los costes operativos** de nuestros clientes a través de un servicio de calidad.

Sabemos que lo más importante para ti son tus clientes. Por ello nuestros servicios se realizan con total **implicación de nuestro personal y con las herramientas tecnológicas** necesarias para proporcionar un servicio de calidad, gestionando cada solicitud según los protocolos establecidos.

Algunos de nuestros clientes:





SERVICIOS DE
TELEMARKETING
Y ATENCIÓN
TELEFÓNICA

Tu-Voz Contact Center

C/ Andarella, 1. Edificio B, 1º-Pta. 1ª
46950 Valencia
902 885 767

info@tu-voz.com

