

VoIPstudio White Paper

Primeros pasos para impulsar tus comunicaciones empresariales

Primeros pasos para impulsar tus comunicaciones empresariales

Introducción	3
Puntos débiles de tu empresa	4
Tendencias de mercado	7
Problemas y soluciones	8
¿Cuáles son mis opciones?	9
Conclusiones	9

Introducción

La comunicación eficaz con los clientes, proveedores, socios y compañeros es esencial para cualquier empresa, pero quizás aún más para las empresas más pequeñas que carecen de los recursos y la reputación de marcas más grandes.

Según los estudios¹, el 46% de los consumidores siguen usando la voz (desde dispositivos fijos o móviles) como principal medio de comunicación con sus proveedores. Igualmente, los consumidores y los empleados quieren elegir cómo se comunican y con qué dispositivos, por lo que una estrategia de comunicaciones global debe abarcar también el correo electrónico, el chat y otros medios, y ser capaz de integrarse en las aplicaciones empresariales existentes, como los CRM y ERP.

Al mismo tiempo, el lugar de trabajo ha experimentado una gran transformación en los últimos años, con el auge de la movilidad, el trabajo a distancia y las empresas virtuales. Esto añade un nuevo reto a la comunicación multicanal efectiva, necesitando más recursos y conocimientos técnicos, que muchas organizaciones no disponen.

Esto significa que la aplicación de una estrategia de comunicación productiva y eficaz puede ser un dolor de cabeza para empresas pequeñas, al utilizar recursos importantes. Como resultado, muchas pymes operan con una estrategia de comunicaciones desconectada, lo que afecta a la productividad, al servicio al cliente y, en última instancia, a los resultados.

Por el contrario, las organizaciones con una estrategia de comunicación conectada y multicanal han logrado una mayor productividad y eficiencia. También atraen y retienen el talento mejor que sus competidores. Además, las empresas que dan prioridad a la experiencia del cliente generan un 60% más de beneficios que sus competidores, según Forbes².

Este documento muestra cómo una organización de cualquier tamaño puede dar pasos sencillos para lograr una estrategia de comunicaciones completa y conectada, con un coste asumible.

46%
**DE LOS CONSUMIDORES
SIGUEN UTILIZANDO
LA VOZ
COMO SU PRINCIPAL MEDIO DE
COMUNICACIÓN**

1. *Logmein 2018 CX Report*

2. *Forbes Insights, The Clear Path to Personalization*



“Los equipos de trabajo son cada vez más móviles y virtuales, lo cual, si se combina con una política de comunicaciones desarticulada, puede llevar a la frustración de la plantilla, pérdida de ventas y un servicio al cliente deficiente. Esto puede afectar a la reputación, a la marca y al resultado empresarial.”

Puntos débiles de tu empresa

A veces es difícil ver los puntos débiles de tu propio negocio, con procesos que a menudo se ejecutan “como siempre se ha hecho”, pero la realidad es que en la mayoría de pequeñas empresas las comunicaciones son, como mínimo, ineficientes. El temor a la tecnología y la falta de recursos técnicos y financieros son razones comunes para que las empresas más pequeñas “entierren la cabeza en la arena” cuando se trata de estrategias de comunicación.

Los equipos de trabajo son cada vez más móviles y virtuales, lo cual, si se combina con una política de comunicaciones desarticulada, puede llevar a la frustración de la plantilla, pérdida de ventas y un servicio al cliente deficiente. Esto puede afectar a la reputación, a la marca y al resultado empresarial.

Hay puntos débiles internos y externos asociados con las comunicaciones. Los puntos débiles internos tienen que ver con las comunicaciones entre compañeros y empleados, sin importar la ubicación y o el dispositivo usado y afectan a la productividad y la satisfacción de los empleados.

Por otro lado, los puntos débiles externos afectan a personas externas a la empresa, como clientes, socios y proveedores que quieren contactar con la empresa, lo que puede afectar directamente a las ventas.

Estos desafíos a menudo significan que muchas empresas evitan tomar decisiones porque piensan que son demasiado difíciles o que necesitan un especialista.

En la siguiente sección se destacan muchos de los puntos débiles más comunes de las empresas en materia de comunicaciones.

Puntos débiles internos

Cuáles son los puntos débiles de las pequeñas empresas? Aquí hay una selección de problemas que afectan a pequeñas empresas en mayor o menor medida.

Estos problemas impiden las comunicaciones, reducen la eficiencia e impactan en las operaciones, produciendo aumentos de costes y fricciones internas.

1. Llamadas perdidas de compañeros.
2. Lentitud o retraso en la toma de decisiones por la mala comunicación.
3. Falta de eficiencia y productividad.
4. Tiempo perdido buscando a los compañeros que no están disponibles.
5. Escaso contacto con los compañeros que trabajan a distancia o fuera.
6. Estrategias de comunicación multicanal y de dispositivos múltiples desconectadas.

95%

DE LOS EMPLEADOS PLANEAN USAR APLICACIONES DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EN LUGAR DE REUNIONES PRESENCIALES

El contacto con los compañeros, en particular los que trabajan a distancia, es fundamental para una comunicación eficiente en cualquier empresa. Por ejemplo, el 28% de los encuestados indicaron que la comunicación deficiente era la causa principal de que un proyecto no se entregara en el plazo, según una encuesta de la Asociación de la Industria de la Tecnología Informática.

Cada vez más, los empleados quieren ser capaces de comunicarse con sus compañeros y la empresa con múltiples dispositivos, específicamente el que tienen con ellos en ese momento. Según un estudio de uSamp Research, el 85% de los empleados utilizan más de un dispositivo para comunicarse en el trabajo y el 32% de los mismos, tres o más.

En el mismo estudio, el 95% dijo que tenía previsto utilizar herramientas online en su comunicación empresarial, como el correo electrónico (48%), el teléfono móvil (20%), los teléfonos de escritorio (10%), los mensajes de texto (8%) y las reuniones web (8%).

Si los trabajadores suelen utilizar tres o más dispositivos, puede ser difícil saber dónde están, o en qué dispositivo ponerse en contacto con ellos. ¿Debes llamarles a su extensión, su móvil personal, de trabajo o enviar un e-mail?

Estas estrategias de comunicación desarticuladas retrasan la toma de decisiones, la obtención de información y la puesta al día del estado de los proyectos, conduciendo a una toma de decisiones ineficiente en la empresa.

¿Cómo quieren los empleados ser contactados? Pueden estar de viaje o atendiendo a un cliente, por lo que es posible que no puedan o no quieran, por ejemplo, acceder a los mensajes de voz, prefiriendo en su lugar un SMS o un correo electrónico.

Conocer la presencia y la disponibilidad de tus compañeros puede también impulsar la productividad, ya que, si una persona está ocupada, no pierdes el tiempo tratando de contactar con ella, sino que buscas otra alternativa para encontrar esa información de una manera más rápida.

Además, el trabajo flexible se está convirtiendo en un aspecto muy importante para la satisfacción de los empleados, especialmente entre los millennials, considerándolo a menudo más importante que un aumento de salario.

Las comunicaciones internas deficientes pueden afectar a la eficiencia y la productividad. La imposibilidad de contactar con un compañero provoca retrasos en las decisiones y respuestas lentas, evitando reaccionar con rapidez a las condiciones del mercado e incluso a las peticiones de los clientes.

Los trabajadores quieren cada vez más una comunicación instantánea. Según uSamp, el 82% de los trabajadores preferiría recibir sus mensajes de voz como SMS. Así que, en lugar de escuchar un mensaje grabado, los trabajadores pueden revisar rápidamente el mensaje para determinar lo que es importante.

Los puntos débiles externos pueden deteriorar las relaciones comerciales y conducir a la pérdida de oportunidades, o dañar la ventaja competitiva. Aquí hay algunos problemas comunes que reducen la capacidad de la empresa para atender a sus clientes de manera efectiva.

1. Largos tiempos de espera para los clientes: las llamadas no son contestadas con la suficiente rapidez.
2. Los clientes tienen que repetir la misma historia varias veces porque no llegan a la persona adecuada.
3. La persona con la que necesitan hablar no está disponible, o no saben cómo contactar con ella.
4. Llamadas de clientes no devueltas.
5. Marketing externo y llamadas de ventas ineficientes y desarticuladas.
6. Daños a la reputación del negocio y malas críticas de los clientes debido a un servicio pobre o ineficiente.

Puntos débiles externos

El servicio al cliente es una de las cosas más importantes para que una organización funcione. Puede impactar negativamente a la reputación de la marca y tener un efecto negativo directo en las ventas y el resultado final.

Todos hemos perdido horas tratando de obtener la información que necesitamos, tratando de llegar a la persona adecuada en una organización, o esperando llamadas devueltas que nunca llegan. Las llamadas perdidas y no devueltas tienen un efecto negativo en la experiencia del cliente. Los largos tiempos de espera y de respuesta, el no poder hablar con la persona adecuada y el tener que repetir las mismas conversaciones con diferentes agentes se consideran los temas más molestos para los clientes.

Sin una forma eficiente de gestionar las llamadas entrantes, estas no pueden transferirse entre departamentos o empleados, lo que provoca frustración e ineficiencia para todos los implicados. Ser dirigido a la persona equivocada también significa que el cliente no recibe la información o la solución que necesitaba, lo que nuevamente lleva a la frustración y al daño en la reputación.

Si finalmente llegan a la persona adecuada, pueden tener que haber contado su problema a muchos agentes distintos, empeorando la situación.

No hay nada más irritante que tener que repetir la misma historia o tema a tres o cuatro personas diferentes en una misma organización.

Como mínimo, esto crea una experiencia desagradable para el cliente, pero lo más importante es que cause un daño a la reputación de la marca. En un estudio de Dimensional Research, el 95% de los encuestados dijeron que cuentan normalmente al menos a otra persona las malas experiencias con una empresa, mientras que el 54% dijo que las comparten con al menos otras cinco.

Además, las organizaciones pueden necesitar realizar llamadas de marketing y ventas salientes. La falta de una estrategia conectada implica ineficiencia, con llamadas repetidas y una productividad pobre, lo que puede influir negativamente en las ventas. Las llamadas externas pueden repetirse o perderse sin una estrategia de comunicaciones conectada.

Disponer de una estrategia de comunicación efectiva y conectada es esencial para ser competitivos en un mercado saturado. Existen problemas de comunicación internos y externos en muchas pequeñas empresas, pero hay una forma sencilla y rentable de afrontar todos ellos: optimizar las comunicaciones empresariales.

Tendencias del mercado

La necesidad de movilidad está ahora bien documentada. Actualmente los empleados trabajan desplazados o incluso desde casa, dadas sus necesidades de trabajos flexibles o a distancia para facilitar sus ocupados estilos de vida. Al mismo tiempo, los trabajadores esperan ahora utilizar múltiples dispositivos para comunicarse y la gran mayoría utiliza más de tres dispositivos.

Tradicionalmente, las centralitas PBX locales eran la única solución al enigma de las comunicaciones, pero requerían una configuración y un mantenimiento significativos.


Pero, como con la mayoría de las demás aplicaciones empresariales, las soluciones de comunicaciones se están moviendo a la nube, con el resultado de que ahora son accesibles para organizaciones de cualquier tamaño.

El pronóstico de Gartner (ver la Tabla 1) destaca este cambio, y la empresa analista predice que la telefonía y la mensajería basada en instalaciones locales se reducirá a un ritmo del 9,5% entre 2016 y 2021. Por el contrario, se prevé que la telefonía y la mensajería basadas en la nube crecerán a una tasa del 15,8% durante el mismo período.

Table 1: El paso a las comunicaciones basadas en la nube

Segmento	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR
Telefonía y mensajería - Total	2%	3%	3%	5%	3%	3%	3%	3.3%
Telefonía y mensajería con instalación local	-15%	-7%	-7.9%	-8%	-11%	-10%	-10%	-9.5%
Servicios de soporte de productos de telefonía	-8%	-1%	0.5%	1%	-2%	-3%	-4%	-1.4%
Telefonía y mensajería en la nube	10%	18%	18.3%	19%	16%	14%	12%	15.8%
Conferencias - Total	5%	9%	8.1%	7%	5%	3%	2%	5%
Conferencias presenciales	-8%	-2%	-3.4%	-3%	-5%	-6%	-6%	-4.6%
Conferencias online	1%	3%	2.8%	2%	0%	-1%	-2%	0.7%

CAGR: Tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC)



“Siendo las pymes la mayoría de las empresas en el mundo, si no eres ágil en comparación con tus competidores, tienes muchas posibilidades de fracasar.”

Agilidad

En un mercado competitivo y globalizado también es vital que cualquier organización pueda responder con rapidez y decisión a cualquier cambio del entorno, o incluso de clientes, socios y proveedores importantes y a solicitudes de información. La agilidad es clave.

Siendo las pymes la mayoría de las empresas en el mundo, si no eres ágil en comparación con tus competidores, tienes muchas posibilidades de fracasar.

Las empresas deben actuar rápidamente en respuesta a la nueva información, ser capaces de añadir y quitar personas cuando el mercado lo exija, y comunicarse desde cualquier lugar en un sinfín de dispositivos.

Problemas y soluciones

Así que, con todo eso en mente, ¿cómo pueden las empresas resolver estos problemas? Hay muchas características y capacidades de los sistemas de comunicaciones que ayudarán a una estrategia de comunicaciones conectada y eficiente, que haga a la organización más productiva y exitosa.

Por ejemplo, la operadora virtual (IVR) permite a las organizaciones gestionar llamadas entrantes de manera automática o manual y dirigir las instantáneamente al departamento adecuado, con un impacto significativo en la comunicación. Las llamadas se transfieren a la persona adecuada en el momento adecuado, dondequiera que esté. Ofrece un servicio al cliente de calidad y permite a las organizaciones alcanzar los objetivos de ventas o satisfacer la demanda estacional o en los momentos de mayor demanda de los clientes.

Asimismo, las colas ACD permiten que las llamadas se distribuyan según la disponibilidad y la carga de trabajo, compartiéndolas entre los equipos en las horas punta.

Los Grupos de Llamada ofrecen una forma de crear un equipo añadiendo usuarios a grupos que representen un equipo de ventas, o una línea de atención al cliente. Cuando

las llamadas llegan a la empresa, los llamantes pueden seleccionar un grupo a través del sistema de respuesta (pulsar 1 para ventas, 2 para soporte...). La llamada entrante puede entonces ser dirigida al equipo. Todos los teléfonos del equipo pueden sonar a la vez, contestando el primero que lo coja, o bien pueden sonar en secuencia, o según niveles de actividad.

Conectar un equipo de esta manera asegura que las llamadas nunca se pierden, de modo que cualquiera puede ser contactado por una llamada entrante, ya sea por turnos, en paralelo o cuando un miembro no está disponible o necesita ausentarse en sus horarios de descanso o en sus periodos de vacaciones.

Para los call centers, la consola de recepción permite distribuir las cargas de trabajo y utilizar plenamente al personal compartiendo las llamadas entrantes eficientemente. También permite el seguimiento del rendimiento de los operadores, de modo que el estado del personal y el número de llamadas pueden ser rastreados en el tiempo.

Es posible que algunas organizaciones también necesiten grabar las llamadas con fines normativos o de formación. La grabación de llamadas permite grabar las llamadas en cualquier dispositivo de forma automática y transferir el archivo a una base de datos segura y redundante en la nube, cumpliendo con todos los requisitos legales.

Con esto las pymes eliminan los puntos débiles de manera sencilla y sin problemas, asegurando que no haya llamadas perdidas, una comunicación eficiente entre el personal, un servicio al cliente de calidad, flexibilidad y trabajo a distancia, reducción de los tiempos de espera y una comercialización y ventas más eficientes. Todo ello puede suponer un aumento de las ventas y una brillante reputación de la marca en la atención al cliente, pero ¿cómo puede mi organización beneficiarse de ello?



¿Cuáles son mis opciones?

Esencialmente, la elección es simple.

Al igual que un CRM, Office 365, la seguridad y otras aplicaciones empresariales, las soluciones de comunicaciones en la nube ofrecen múltiples beneficios.

Una solución de comunicaciones alojada y basada en la nube no requiere la implementación de software o hardware y el gasto de capital asociado.

Los costos mensuales son predecibles, mientras que los empleados pueden ser añadidos o eliminados de manera simple y casi instantánea. Es escalable, proporciona acceso a las últimas tecnologías sin necesidad de actualizaciones y, por supuesto, ofrece movilidad y flexibilidad al tener funciones de comunicación avanzadas en cualquier dispositivo conectado.

Las características avanzadas, como la operadora virtual o los grupos de llamada, ofrecen las mismas capacidades sin importar el tamaño de la empresa.

Además de aumentar la eficiencia, la productividad y la experiencia del cliente, da a las empresas más pequeñas el aire de una organización mucho más grande y profesional.

Las soluciones de comunicaciones en la nube pueden integrarse en las aplicaciones empresariales existentes, como bases de datos de clientes, herramientas CRM, etc., de manera sencilla.

Conclusiones

Una solución de comunicación en la nube es esencial para las pymes, ya que optimiza la eficiencia, la productividad, la experiencia del cliente y ofrece las características avanzadas (y la profesionalidad) de una empresa grande a coste predecible y asequible. No necesita un despliegue de TI ni mantenimiento. Simplemente, una solución de comunicaciones alojada en la nube puede ayudar a mejorar el balance final de cualquier organización, ayudándola a crecer en condiciones comerciales cambiantes.

VoIPstudio es una completa y potente plataforma de comunicaciones basada en la nube que ofrece todas las características de comunicación que necesitas, en un paquete simple y fácil de usar. Podrás organizar tu negocio, crear equipos y gestionar todas las comunicaciones externas e internas de forma eficaz y eficiente.

Es una plataforma para que todas las comunicaciones vayan de la mano con tus otros sistemas de negocio. Ayuda a ahorrar tiempo administrativo, proporciona funciones eficaces de almacenamiento y recuperación, a la vez que aumenta la productividad. Garantiza tiempos de respuesta más rápidos y ayuda a crear un mejor compromiso y servicio al cliente. Está disponible con una licencia mensual simple, sin período mínimo. Si deseas ayudar a resolver los retos de comunicación a los que se enfrenta tu empresa, ponte en contacto con VoIPstudio para saber en qué podemos ayudarte.

VOIP \ STUDIO

comercial@voipstudio.es

Tel (ES): +34 919 019 100

Tel (MX): +52 55 4166 2992