

¿EN QUÉ FORMA EL CHAT EN VIVO AYUDA A LAS EMPRESAS Y A LOS CONSUMIDORES?



CONTENIDOS

¿Por qué los Clientes Aman el Chat en Vivo?	2
¿Por qué el Chat en Vivo Puede Establecer (o Destruir) Tu Compañía?	7
Cambiando al Chat en vivo	12
No es el Software del Chat de tu Mamá	13

Comprar, pagar las facturas, buscar información, buscar asesoramiento, responder preguntas: Si haces casi cualquier cosa en línea en estos momentos, has encontrado probablemente —y tal vez has usado— el chat en vivo para comunicarte con una empresa. Si es así, no estás solo. El uso del chat en vivo se ha disparado desde [el 30% al 52% en 2013](#) y continúa en ascenso. De hecho, [casi un tercio de los consumidores espera que el chat esté disponible cuando entran en contacto con una marca](#). Los clientes también han reportado [las tasas de satisfacción más altas](#) en el chat en vivo (73%) en comparación con las plataformas tradicionales como el correo electrónico (61%) o el teléfono (44%).

La mayoría de las organizaciones ahora proporcionan servicio y soporte a través de múltiples canales, incluyendo correo electrónico, teléfono, redes sociales y chat en vivo. ¿Por qué? Porque los clientes de hoy esperan una amplia variedad de opciones cuando se trata de recibir un servicio, pero fundamentalmente, porque a las empresas las incentivan los deseos de sus clientes. Sus compras, su satisfacción, su relación continua con la empresa y su fidelidad son lo que impulsa el crecimiento de la compañía—y el chat en vivo puede ayudar con todo esto.

Si estás ocupado llevando una empresa y en búsqueda de nuevas maneras de hacer que tus empleados sean más productivos y eficientes— todo esto al mismo tiempo que mantienes en línea los gastos—entonces el chat en vivo es el candidato perfecto. No importa cuál es el tipo negocio o la historia de tu empresa, ahora es el momento de considerar seriamente agregar el chat en vivo a tu arsenal de servicio al cliente.

Veamos el valor de chat en vivo primero desde el punto de vista del cliente y luego desde el punto de vista empresarial.

Estos puntos de vista están estrechamente vinculados entre sí, porque cuando los clientes están realmente satisfechos, tu ganancias crecen inevitablemente también.

¿POR QUÉ LOS CONSUMIDORES AMAN EL CHAT?

La comodidad, la velocidad y la capacidad de realizar múltiples tareas son [las razones principales por las que los clientes prefieren el chat en vivo](#). Hacer a la gente más fácil el hacer negocios contigo, crea mejores experiencias entre los clientes y [mantiene a la gente regresando por más](#).

Éstas son los cinco principales beneficios para los clientes que utilizan el chat en vivo.

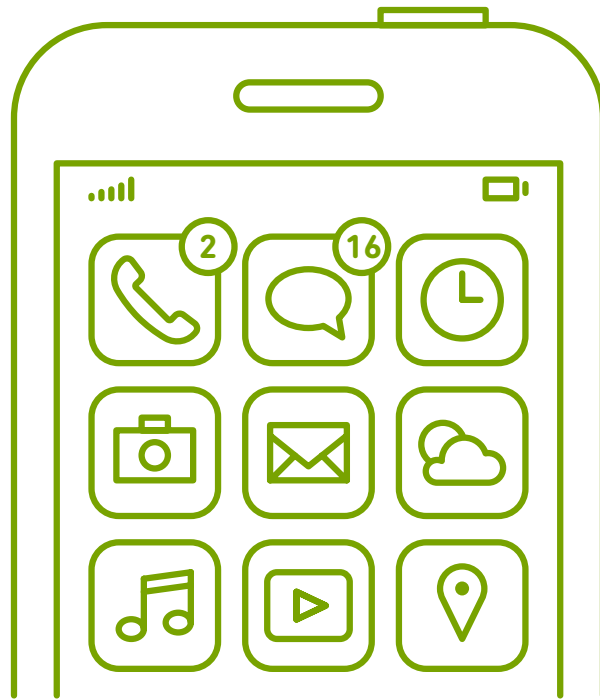
① ES CONVENIENTE

Los clientes de hoy esperan respuestas en tiempo real y favorecen a las empresas que les proporcionan lo que quieren, justo cuando lo quieren. Una encuesta reportó que [44% de los encuestados dijo que tener a mano una persona para responder a sus preguntas](#) mientras están en medio de una compra en línea es una de las características más importantes que un sitio web puede ofrecer. Sin embargo, si bien los clientes pueden querer respuestas en tiempo real, muchos preferirían evitar estar en espera en el teléfono, lo que hace al chat una alternativa atractiva.

Otro aspecto conveniente del chat en vivo es que no requiere toda la atención del cliente. Mientras chatean, están libres para leer sus correos electrónicos, hablar con un compañero de trabajo e incluso para levantarse y alejarse de la computadora sin tener que preocuparse por ser groseros. Así como el teletrabajo te permite trabajar en pijama y aún así, cerrar negocios; el chat en vivo te permite continuar con tu vida y recibir ayuda cuando la necesitas.

“ Anteriormente, los clientes se veían limitados a llamarnos o a enviarnos correos electrónicos, y los clientes internacionales no querían esperar por un correo electrónico o llamar a un número de teléfono de los Estados Unidos. Al poder ofrecer a estos clientes una opción fácil de chat en vivo aumentaron enormemente su interacción con nosotros y su satisfacción en general como clientes. ”

– Matt Joseph, Program Administrator, VeraSafe



2 ES FAMILIAR

Parte de la popularidad del chat puede estar asociada con el hecho de que los mensajes de texto y la mensajería instantánea están convirtiéndose rápidamente en las formas preferidas de comunicación. Varios artículos en The New York Times y USA Today han documentado que las llamadas telefónicas y los mensajes de voz están disminuyendo en popularidad, mientras el chat y los mensajes de texto van rápidamente en aumento. Por ejemplo, una encuesta reciente mostró que [más de la mitad de los encuestados de 18–34 prefirieron el chat en vivo a las llamadas telefónicas.](#)

Pero no creas que es sólo la “generación del milenio” la que elige el chat en lugar de canales de ayuda más tradicionales— más del [45% de las personas de 55 años y mayores de 55 han utilizado el chat en vivo.](#) Algunas de las razones por las que utilizan el chat incluyen la ausencia de tiempo de espera y la conveniencia en general. La capacidad de permitir una interacción en tiempo real usando un método conocido (¿recuerdas las máquinas de escribir?) hace del chat un canal valioso para estas posibilidades también.

3 ES RÁPIDO

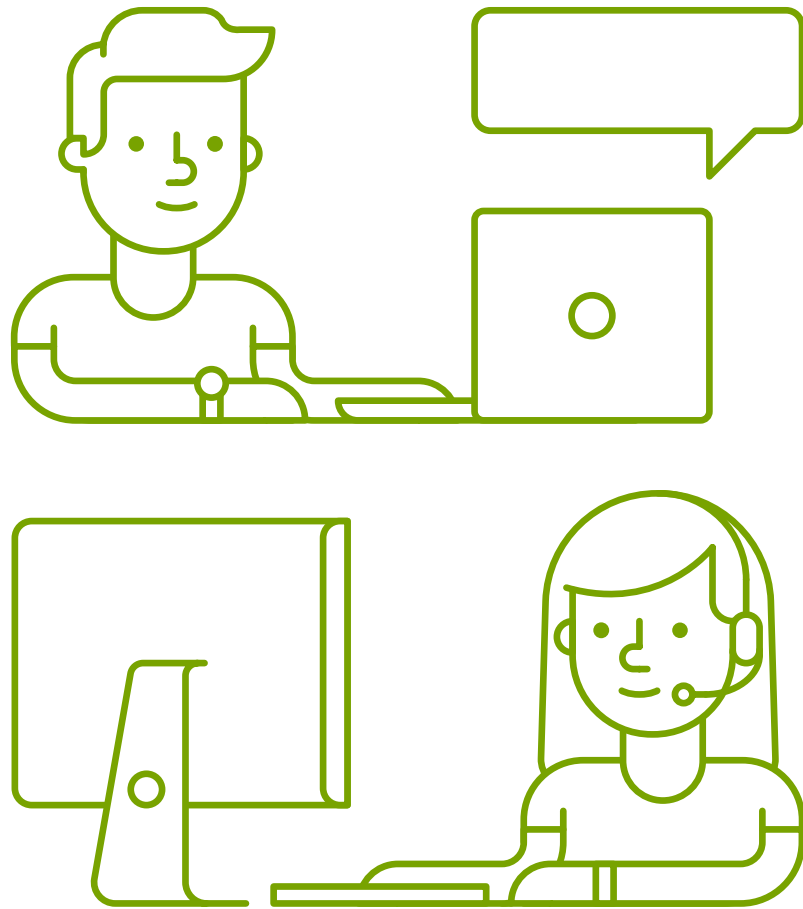
Probablemente has escuchado el dicho “el tiempo es dinero” y eso nunca es más cierto que cuando se trata del servicio al cliente. En un estudio, [el 60% de los clientes dijeron que odiaban esperar más de un minuto para recibir ayuda](#). Con el chat en vivo, a los clientes nunca se les pone en espera. Entonces, no sufren los largos tiempos de espera y reciben las respuestas a sus preguntas más rápido que cuando reciben atención por teléfono. De hecho, la investigación muestra que [las interacciones en el chat en vivo comienzan un promedio de 23 segundos después de que el cliente primero inicia el chat](#). Mirando a los datos de los clientes de Zopim en 2014, el tiempo medio para resolver un problema a través del chat es poco más de 12 minutos. Otro estudio muestra que el chat en vivo puede resolver los problemas de los clientes [siete veces más rápido que el correo electrónico](#).

El cambio hacia la computación móvil también hace que se haga difícil recibir atención al cliente por el teléfono, si no imposible, puesto que el teléfono y el dispositivo de Internet son la misma cosa. Digamos que tienes una pregunta sobre un producto en particular en el sitio web móvil de una empresa. Si tienes que llamar y pedir ayuda, tendrás que salir de la aplicación del navegador web para hacer la llamada. En el chat en vivo la experiencia sucede sin interrupciones.



Hay un montón de maneras de contactar y servir a los clientes, pero el chat en vivo lo hace en tiempo real y relevante “.

– Jon Hearty, COO, Datanyze



④ ES PERSONAL

Si hay una cosa en la que probablemente todos de acuerdo, es en que preferimos hacer negocios con gente real. Aunque la Internet permite un mayor nivel de autonomía—nos permite trabajar, comprar y entretenernos en cualquier momento y de la manera en que queremos—los sitios web de comercio electrónico que ofrecen autoservicio al estilo antiguo, que no integran la interactividad en sus sitios no pueden competir ya más.

Habilitar el chat en tu sitio web es el equivalente de dotar al personal de tu tienda tradicional de representantes amables que dan la bienvenida a los visitantes y les ofrecen su ayuda. Y los visitantes necesitan ayuda: [un sorprendente 83% de los consumidores necesitan algún tipo de asistencia al cliente](#) mientras hacen sus compras en línea.

El chat en vivo ofrece una cara en el mundo en línea, a menudo impersonal. En lugar de ser alimentado con respuestas enlatadas y usadas constantemente, el chat en vivo conecta a los clientes con personas reales.

“ Debido a que muchos de nuestros clientes se nos acercan con asuntos legales delicados y a menudo complicados, pueden sentirse incómodos con un proceso puramente automático. Pero gracias a [Zopim], nuestros clientes potenciales pueden primero interactuar con expertos al tanto del teléfono, hacer sus preguntas y asegurarse de cuáles son nuestros servicios.”

– Andrew Weaver, CEO, LawyerFair

El chat ofrece una conexión humana— creando confianza y ofreciendo a los visitantes la tranquilidad de que en este momento, detrás de su negocio hay seres humanos reales que se preocupan por sus clientes. El chat en vivo ofrece al mundo en línea la ventaja de la interacción humana.

5 ES PRIVADO

Gracias a la informática móvil y la creciente popularidad de los dispositivos móviles, es más difícil que nunca para la separar el trabajo de su vida personal. Incluso cuando están físicamente en la oficina, podrían estar navegando por cientos de productos en busca de un regalo de cumpleaños o un nuevo refrigerador. La verdad es que muchos clientes potenciales están probablemente en el trabajo cuando echan un vistazo a nuestra página web. O tal vez están en el autobús o en el descanso del partido de fútbol de su hijo. Eso significa que probablemente no están en condiciones de hablar por teléfono. Con el chat en vivo, puedes mantener todas las interacciones dentro de tu sitio permitiendo a los visitantes hacer sus preguntas y darte información personal en privado.

La misma distinción entre la vida personal y profesional es válida cuando se trata de las redes sociales, que muchas empresas están utilizando cada vez más para proporcionar ayuda y responder a los problemas del cliente. Por mucho que sus clientes puedan amar Facebook o LinkedIn, no siempre desean dar rienda suelta a sus frustraciones personales en un foro público como es el caso de los canales de las redes sociales. Además, aunque los agentes del chat en vivo de su negocio puedan tener acceso a las interacciones previas de un cliente con usted (o incluso puedan guardar, imprimir y compartir registros de chat internamente), al cliente se le garantiza que la conversación en el chat se mantuvo fuera de los canales públicos.

“ No todo el mundo tiene el tiempo para discutir sus requerimientos en el teléfono—puede ser que el asesoramiento que el cliente necesita sea delicado de tratar al ir al trabajo en transporte público, por lo que no desean hablar de sus necesidades con otras personas a su alrededor. A través de Zopim, los clientes pueden chatear en tiempo real con nuestro equipo de asesores y obtener el asesoramiento que necesitan en privado, incluso si se encuentran en un entorno público”.

– Steven Baker, Gerente de Comunicaciones, BaKare Beds

¿POR QUÉ EL CHAT EN VIVO PUEDE ESTABLECER (O DESTRUIR) TU COMPAÑÍA?

Agregar el chat en vivo al arsenal de servicio al cliente de tu compañía, te permite optimizar y personalizar las experiencias de tus clientes desde el momento en que lo descargas. El uso del chat para ayudar a los clientes en el proceso de compra también puede aumentar tus ingresos y ayudar a identificar formas de agilizar el proceso tanto para tus agentes como para tus clientes potenciales.

Éstos son los cinco principales beneficios de las empresas que implementan con éxito el chat en vivo.

① ES PROACTIVO

Los canales de ayuda, tales como el teléfono o el correo electrónico son pasivos por la naturaleza— no están disponibles hasta que un cliente los activa. Son el equivalente digital de un tendero que no dice nada hasta que lo buscas y le haces una pregunta. [Hay una buena razón para que Nordstrom sea famoso por su excepcional servicio al cliente](#), incluyendo el hecho de que entrena a sus empleados para saludar y ofrecer ayuda a cualquier persona que entra a su departamento.

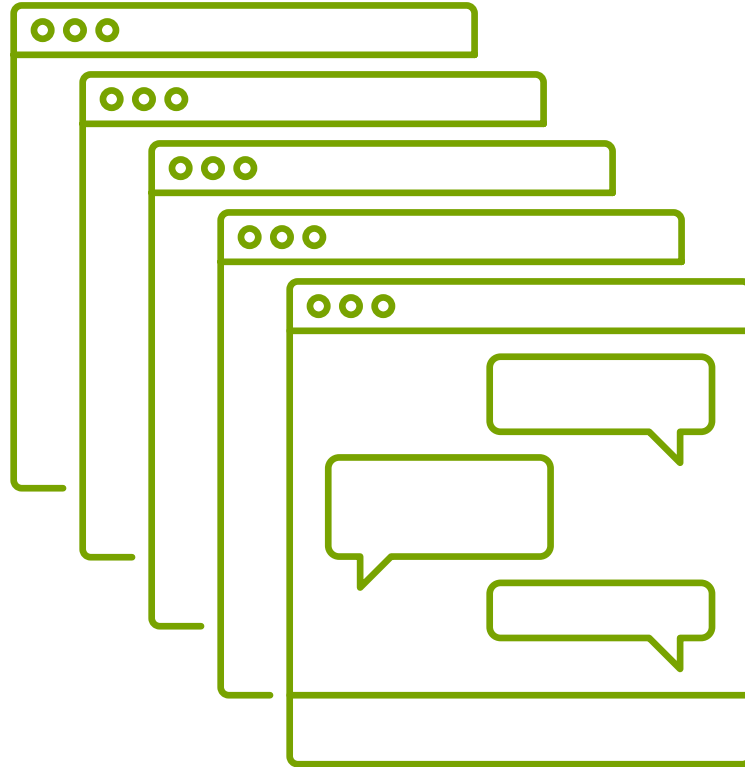
Ofrecer soporte proactivo significa que no estás a la espera de que los clientes potenciales te hagan una pregunta para interactuar con ellos. El chat en vivo, en combinación con los disparadores personalizados y el monitoreo de los visitantes en tiempo real, te permite interactuar con los visitantes del sitio en el momento exacto en que están pensando en hacer negocios contigo.

El soporte proactivo es especialmente útil en la orientación de las personas a través



Los disparadores se pueden programarse para mostrarse y presentar el chat a los visitantes. Puede haber diferentes disparadores que funcionan para un nuevo visitante en contraste con un visitante anterior y esos disparadores realmente puede empezar la conversación “.

El soporte proactivo es especialmente útil en la orientación de las personas paso a paso a través del proceso de compra. La investigación también muestra que los clientes tienen [tres veces más probabilidades de hacer una compra](#) cuando se les contacta por medio del chat. Ofrecer asistencia a través del chat en vivo para responder a las preguntas sobre los productos o sobre el proceso de compra evitará que las personas abandonen sus carritos de compra por confusión y por lo tanto, aumentará las conversiones.



2 ES EFICIENTE

Cada empresa se esfuerza por mejorar la productividad de sus empleados, pues afecta inevitablemente los resultados del negocio. Pero ¿sabías que el chat en vivo facilita a tu personal de soporte hacer múltiples tareas a la vez para que pueda ser más productivo? Los agentes de chat pueden tener múltiples conversaciones a la vez con diferentes clientes, por lo que son capaces de resolver varios problemas al mismo tiempo, en lugar de verse forzados a atender una llamada a la vez. De hecho, [los agentes de chat normalmente pueden participar en un máximo de seis charlas simultáneas](#), dependiendo de la complejidad de las cuestiones implicadas.

“Ahora somos capaces de procesar las solicitudes y resolver las quejas de los clientes diez veces más rápido—una mejora significativa en relación con los sistemas basados en el teléfono y el correo electrónico”.

– Dmitry Odintsov, Director de Ventas y Desarrollo de Negocios, TrueConf

El chat en vivo es no sólo la manera más rápida para proporcionar servicio al cliente, también es menos costoso que otros canales. De hecho, [el costo del chat en vivo es típicamente la mitad del de un centro de llamadas.](#)

3 ES EFECTIVO

Los analistas de la industria han señalado el impacto que el chat en vivo puede tener en los negocios. El 31% de los compradores online de los EE.UU. y el Reino Unido dicen que tienen [más probabilidades de hacer una compra después de tener una conversación de chat en vivo](#). Esto es probablemente debido al hecho de que el chat en vivo ayuda a resolver los problemas en el momento de pagar.

Veamos un ejemplo: Imaginemos un cliente de compras en un sitio después de ver un anuncio promocionando envíos gratis. El cliente selecciona un producto y comienza el proceso de pago— y recién descubre que el anunciado “envío gratis” se tiene un cargo adicional de \$3.95. Sin el chat en vivo, no hay manera de que el cliente pueda preguntar en tiempo real sobre la oferta y ella debe decidir si completa la compra o envía un correo electrónico y espera posiblemente días para una respuesta no automatizada. En este punto, la frustración del cliente de no poder recibir rápidamente la ganga que se le ofreció puede llevarla a darse por vencida justo en el punto de venta (conocido como “abandono de carritos”). Si el chat hubiera estado disponible, ella hubiera podido aprovechar la oportunidad para tratar de resolver el problema y completar su compra con el envío gratis prometido.

Con el chat, los agentes también pueden hablar entre sí, así como con los clientes. Esto significa que su cola de chat está siempre bajo control y los problemas se resuelven de manera más eficiente gracias al intercambio interno de conocimientos.

Al igual que tus clientes, tu empresa también se beneficia de la privacidad del chat en vivo. Un agente puede proporcionar rápidamente asistencia a un cliente descontento antes de que el problema se intensifique y el cliente llegue a canales más públicos como las redes sociales.

4 ES INTUITIVO

[El software del chat en vivo proporciona datos vitales](#) que ayudan a las empresas a entender a los clientes potenciales y a los clientes reales mejor. Los ejecutivos de una empresa de Ecommerce pierden el sueño preguntándose por qué los compradores deciden no comprar en la página de procesamiento de pago— con el chat, vas a entender los problemas que hacen retroceder a la gente al comenzar a procesar el pago y los pasos que puedes tomar para prevenir esos problemas en las transacciones futuras.

El chateo también proporciona a los agentes la oportunidad de hacer preguntas a los visitantes para ayudar a identificar el mejor enfoque de ventas. La comercialización eficaz es completamente acerca de cuánto conoces a tus clientes. Las empresas pueden hacer un buen uso de las respuestas de los clientes mediante el desarrollo de tácticas dirigidas por datos demográficos específicos o, incluso, adaptando el contenido del sitio en función de las necesidades del cliente y con los puntos débiles en mente.

Todo el mundo aprecia que se le preste atención como individuo y los compradores en línea no son diferentes. El chat en vivo puede ayudar a personalizar los servicios con los disparadores o alertas que indican cuando un VIP o cliente habitual llega a tu sitio web para que los agentes puedan responder en consecuencia. Además, no pases por alto el uso del chat como otro canal para la recopilación de comentarios de los clientes.

El chat en vivo ofrece una manera fácil y barata para que los visitantes evalúen su experiencia y ofrezcan sugerencias para mejorar tu servicio al cliente.

5 ES PEGAJOSO

El chat en vivo ofrece un nuevo canal para sacar adelante los incentivos y las ofertas especiales. Por ejemplo, las opciones de disparadores te permiten ofrecer cupones de descuento u otros incentivos a los usuarios que se ajusten a un perfil predefinido. También puedes animar a los visitantes a interactuar en el chat ofreciéndoles ofertas especiales para todos los que lo hacen. Esos clientes probablemente terminarán permaneciendo más tiempo en tu sitio y eso puede llevar a que hagan compras mayores. [Un estudio demostró que el chat en vivo aumentó el valor medio de los pedidos en un 19%](#). Además, el crecimiento de tu grupo de usuarios de chat te ayudará a perfeccionar tu comprensión de los clientes de destino para que puedas ajustar tus campañas de marketing.

CAMBIANDO AL CHAT EN VIVO

Como ya hemos mencionado, el uso de un chat en vivo te permite responder preguntas de forma rápida, sin tener que responder a correos electrónicos o atender una cola de teléfono. Con el chat, los clientes fácilmente encuentran lo que necesitan, resuelven los problemas o preguntas que dificultan sus compras y se quedan en tu sitio por más tiempo, lo que puede traducirse en más artículos en el carrito de compras.

Recapitulemos algunos de los beneficios del chat en vivo.

A los clientes les encanta: Por todas las razones que hemos discutido anteriormente, el chat triunfa sobre otros canales en términos de los niveles de satisfacción del cliente. [El 73% de los consumidores están satisfechos con su experiencia de chat en vivo](#) (frente al 61% con el correo electrónico o el 48% con las redes sociales y el 44% con el teléfono).

Las empresas prosperan con él: Como hemos demostrado, el chat en vivo tiene beneficios en sus resultados incluyendo el aumento de las ventas. [El 77% de los compradores en línea](#) quieren ponerse en contacto con una persona real antes de comprar y más del [50% dijo que una falta de interacción les ha impedido la compra](#).

NO ES EL SOFTWARE DE LA ANTIGUA ERA DEL CHAT

La tecnología del chat de hoy es radicalmente diferente a las plataformas de los comienzos. La instalación del chat en vivo es ahora un proceso sencillo y ágil. Todo lo que se necesita es una suscripción a una plataforma de chat en vivo como Zopim y la instalación de algún código ligero en tu página web. Sólo toma unos minutos. Además, los vídeos de entrenamiento y directrices de mejores prácticas están disponibles para que tus agentes de chat puedan adquirir experiencia rápidamente en prestar un servicio estelar al cliente estelar con el chat en vivo.

Así que ... [¿listo para chatear?](#)