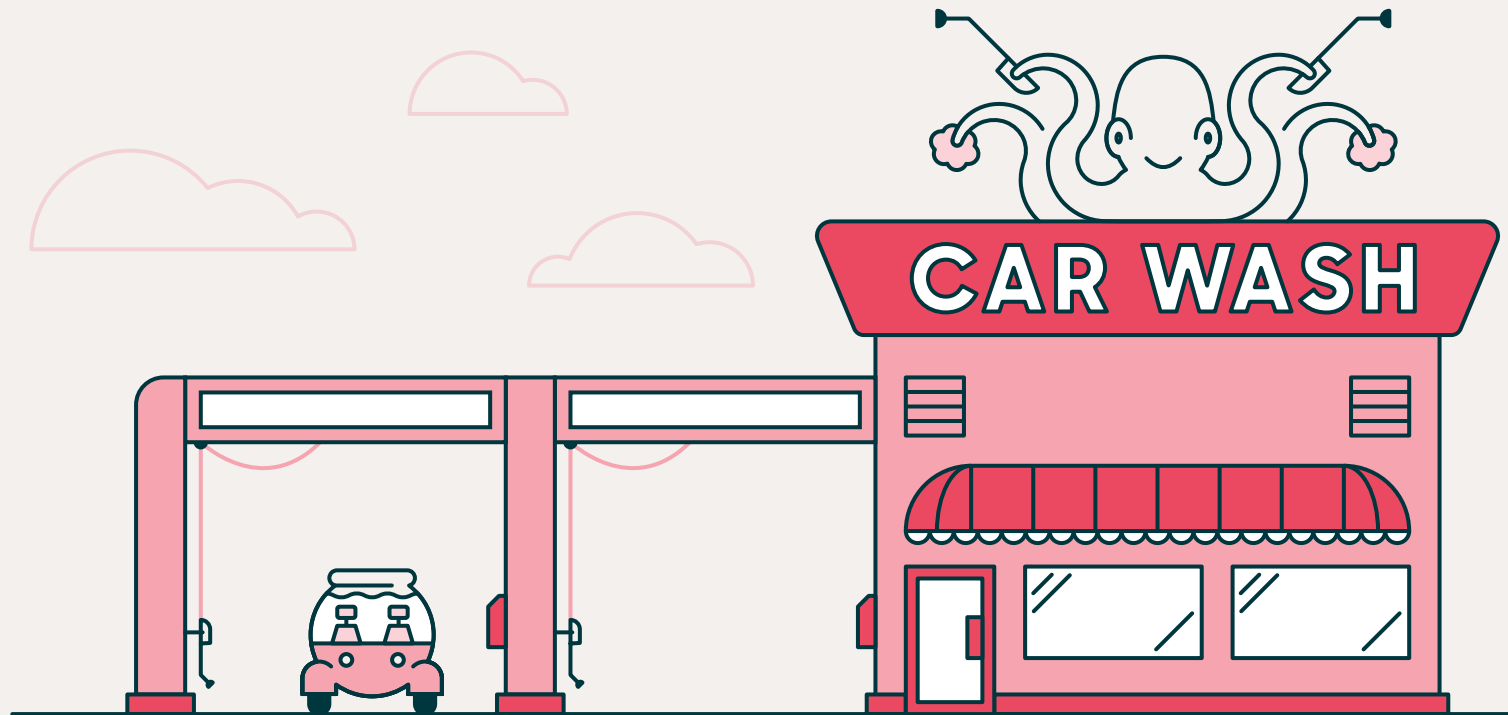


Primeros pasos con Zendesk Guide



Introducción

No hay nada que cause tanta satisfacción como resolver los problemas sin ayuda de nadie. En lo que respecta a la atención al cliente, un 73 % de los consumidores desea resolver sus problemas con los productos o servicios por sus propios medios, y un 90 % ya espera que las organizaciones o las marcas cuenten con un portal de atención al cliente provisto de autoservicio.

El soporte mediante autoservicio ofrece a los clientes información a cualquier hora del día o la noche, sin tener que esperar una respuesta. Es uno de los canales más baratos para proporcionar una atención al cliente excelente y, además, tiene un alto índice de resolución. Pero el éxito del autoservicio en Internet depende de la calidad, cantidad y facilidad de acceso del contenido de la base de conocimientos de la empresa.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de administración del conocimiento? Según Gartner, la administración o gestión del conocimiento es “una disciplina que promueve un concepto integrado de la gestión de los conocimientos valiosos de una empresa: la información de la que dispone una empresa respecto a sus ‘buenas prácticas’, los procesos empresariales esenciales y el entorno de trabajo”.

Para que el autoservicio proporcionado sea útil, las empresas tienen que crear una base de conocimientos con un contenido relevante que cubra las dudas más importantes de los clientes.

Lo realmente difícil es saber qué tipo de contenido se debe incluir en la base de conocimientos, y cómo se puede mejorar constantemente la capacidad de autoservicio de la organización. Por eso hemos creado Zendesk Guide, una base de conocimientos inteligente para mejorar el autoservicio que facilita el trabajo a los agentes y resulta muy útil a los clientes.

Guide es la única solución de base de conocimientos que, al funcionar de forma nativa con Zendesk Support, ayuda a transformar los tickets resueltos en contenido útil, ofrece experiencias de autoservicio perfectas y permite que los agentes presten una atención rápida y precisa. Guide, que es una evolución del Centro de ayuda, ofrece nuevas y avanzadas posibilidades para captar los conocimientos de los agentes y proporcionar a los clientes un contenido de autoservicio cada vez más pertinente mediante el Bot de respuestas, nuestra herramienta basada en inteligencia artificial.

Este eBook, además de ayudarle a empezar a utilizar Guide, incluye útiles consejos sobre cómo proporcionar a los clientes una experiencia excelente mediante un autoservicio contextual y una atención más rápida e inteligente.

Para empezar a diseñar el autoservicio, es importante centrarse en estos tres objetivos.

Objetivo 1:

Crear una base de conocimientos de calidad

Una base de conocimientos es más que una simple base de datos o una recopilación de información: es una biblioteca dinámica de autoservicio que se ofrece como recurso web tanto para los clientes como para los agentes. Aunque dotar de contenido a una base de conocimientos es sencillo, no lo es tanto conseguir que dicho contenido sea de calidad y fácilmente accesible. La administración adecuada del contenido de una base de conocimientos permite responder las preguntas frecuentes y deja más tiempo libre a los agentes para que resuelvan tareas más complejas.



Recopile información útil

Tickets con una única intervención

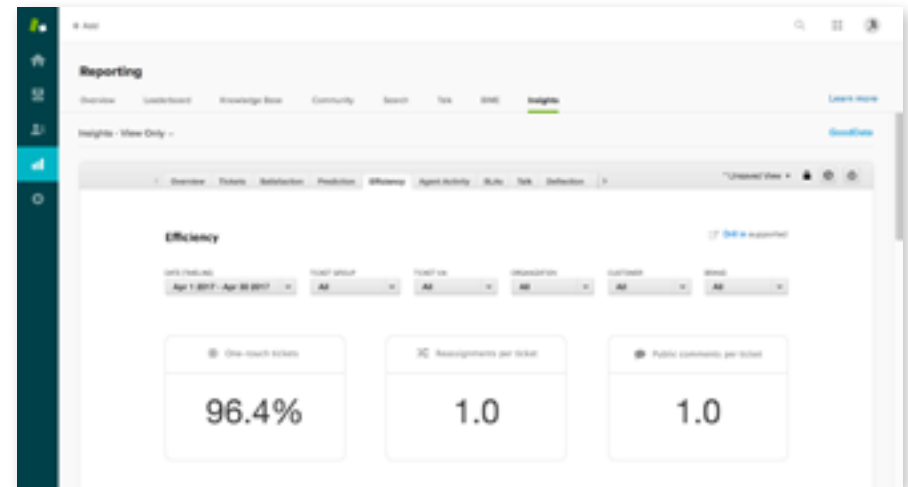
El tiempo de los agentes es valioso, y abrumarles con preguntas sencillas puede disminuir su capacidad para solucionar asuntos más difíciles. Es habitual interpretar un elevado índice de resolución como un síntoma de eficiencia. Sin embargo, si los agentes resuelven los tickets a la primera, también se puede proporcionar a los clientes una respuesta más inmediata con opciones de autoservicio como una página de preguntas frecuentes. Los tickets con una única intervención, es decir, aquellos que se resuelven con una sola respuesta, pueden ayudar a entender mejor las consultas habituales y el contenido de autoservicio que debe proporcionar la organización. Para hallar el porcentaje de tickets con una única intervención, vea la pestaña de eficiencia predeterminada del panel View Only de Insights en Zendesk Support. El porcentaje de tickets con una única intervención se encuentra en la esquina superior izquierda, y ayuda a evaluar cuánto tiempo dedican los agentes a los tickets menos complicados, que podrían transformarse en artículos de autoservicio.

Respuestas automáticas

Las macros son respuestas automáticas que permiten dar una respuesta rápida a las peticiones más habituales. Las cinco o diez más utilizadas por el equipo de soporte aportan otra fuente de información sobre el contenido más útil, y pueden utilizarse para crear artículos de autoservicio concisos del centro de ayuda.

Base de conocimientos interna

Si cuenta con una wiki interna o conserva una gran cantidad de información valiosa en otras fuentes, considere utilizar la documentación interna existente como contenido de autoservicio público.



Cree un flujo claro del contenido

Los clientes desean obtener respuestas directas y sencillas a sus preguntas.

Para que el contenido del autoservicio sea claro y útil:

- Debe ser breve y conciso.
- Su lenguaje debe ser sencillo; no use términos especializados.
- Utilice siempre que sea posible recursos multimedia detallados, como vídeos e imágenes.

Aumente la visibilidad de la base de conocimientos

Un buen contenido de la base de conocimientos no sirve para nada si los clientes no pueden navegar en el centro de ayuda. Gartner destaca en sus informes que la rapidez con que se transfieren los conocimientos contextuales a un empleado o un cliente disminuye el tiempo de respuesta de un proveedor entre un 20 y un 80 por ciento. Siga estos pasos para mejorar la visibilidad del contenido.

Organice los artículos con etiquetas

Guide le permite poner a los artículos etiquetas basadas en palabras clave, lo cual aumenta la facilidad para descubrirlos. Además, está optimizado para motores de búsqueda como Google, que sugerirán a los clientes la base de conocimientos como un recurso cuando busquen ayuda sobre un tema concreto.

Ofrezca ayuda contextual

- Ofrezca ayuda contextual en su Web Widget para proporcionar directamente contenido pertinente. De esta forma, los clientes no tendrán que abandonar el sitio web para buscar ayuda. La ayuda contextual carga instantáneamente el contenido más oportuno relacionado con una página web sin que el cliente tenga que mover un dedo.
- Si tiene una aplicación para móviles, puede utilizar el SDK para móviles para que los clientes no tengan que buscar ayuda fuera de la aplicación.
Para empezar, visite esta página.

Ayude a los clientes a descubrir el contenido de autoservicio

Muchas veces, los clientes preguntan a los agentes porque no saben que la organización tiene un centro de ayuda o porque desean una solución rápida sin tener que hacer búsquedas. Un pequeño empujón hacia el centro de ayuda puede hacer que les resulte más fácil solucionar un problema por su cuenta. El Bot de respuestas de Guide sugiere inmediatamente artículos de autoservicio pertinentes a la consulta del cliente. Después el cliente puede cerrar la solicitud si el contenido sugerido resuelve su problema. Si el Bot de respuestas no lo resuelve, el cliente puede opinar sobre la utilidad del bot mientras se le transfiere a un agente. El Bot de respuestas de Guide resuelve las consultas más habituales y conciencia a los clientes de las capacidades de autoservicio de su organización.

Objetivo 2:

Aumentar la eficiencia de los agentes

Una base de conocimientos solo para los agentes puede hacer que estos presten un servicio más acertado y coherente, además de aumentar los índices de resolución. El acceso instantáneo a información valiosa como los pasos de resolución de problemas es esencial para ofrecer una atención inteligente y ágil. No obstante, sacar partido de los conocimientos sin explotar de los agentes puede ser complicado. Por eso es tan importante centralizar los conocimientos internos de su equipo de soporte.



Documente, comparta y busque los conocimientos de los agentes

Aunque los agentes son una valiosa mina de información, sus conocimientos muchas veces no se documentan. No siempre se encuentra tiempo para documentar y compartir conocimientos con el resto del equipo, sobre todo si los agentes tienen que cambiar a otro sistema de trabajo con el que no están familiarizados. A menudo, reservar tiempo para crear conocimientos útiles exige a los agentes abandonar sus sistemas de trabajo cotidianos, algo que no todas las organizaciones pueden permitirse.

La aplicación Knowledge Capture de Guide permite que los agentes creen un contenido a partir de una selección de plantillas en el momento en que resuelven un ticket. Los agentes también pueden dar un aviso si un artículo se ha quedado desfasado. Dotado de las herramientas adecuadas, el equipo de soporte puede aprovechar con rapidez y sin esfuerzo las respuestas de calidad, lo cual facilita un enriquecimiento continuo de la base de conocimientos y ofrece experiencias de soporte eficientes y coherentes.

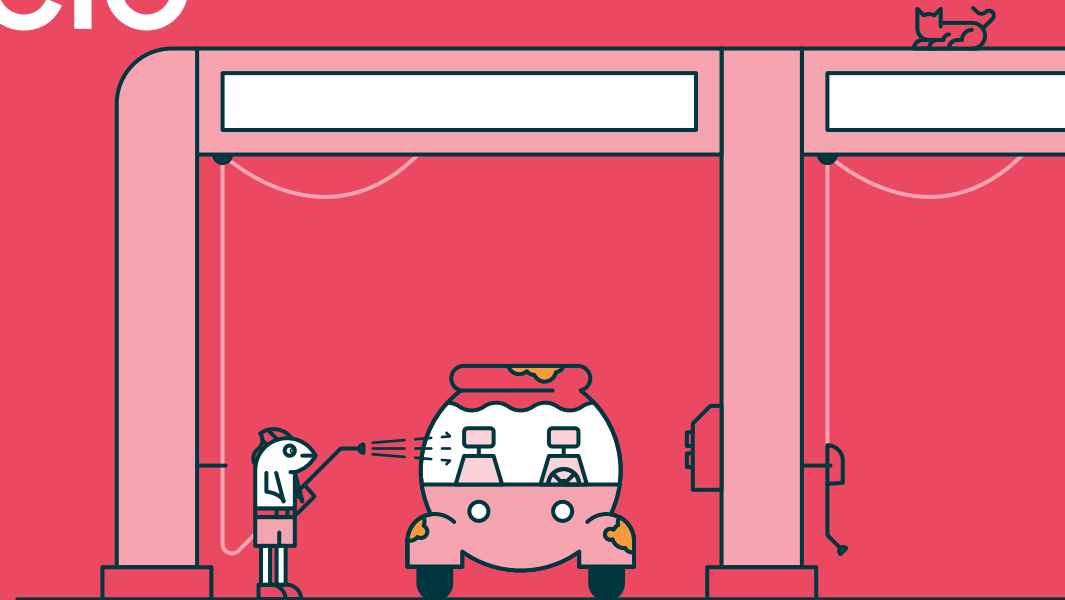
Cree una base de conocimientos exclusiva para agentes

Crear una base de conocimientos privada para agentes permite que estos encuentren rápidamente las mejores respuestas. Con Guide los agentes pueden aportar conocimientos y compartirlos a medida que resuelven tickets en su interfaz para agentes. Cada contenido que crean puede publicarse en una base de conocimientos centralizada para agentes o bien en centros de ayuda a los que tienen acceso los clientes. Así, los agentes nuevos pueden utilizar la base de conocimientos exclusiva para agentes de la organización, con lo que su integración se vuelve más eficiente y eficaz. Según [KCS Academy](#), los recursos optimizados pueden aumentar la satisfacción de los empleados entre un 20 y un 40 %. Cuando los agentes nuevos tienen acceso a los conocimientos colectivos, no les hace falta preguntar a sus compañeros más veteranos para obtener una respuesta fiable, ya que pueden beneficiarse de este recurso centralizado y buscar las respuestas por sí solos, tanto si se trata de una pregunta interna como si la hacen los clientes.

Objetivo 3:

Optimizar las capacidades de autoservicio

La optimización y mejora continua del contenido de autoservicio de una organización debe ser un hábito y una actitud. Si tiene un centro de ayuda activo, esta sección le ayudará a seguir consolidando las capacidades de autoservicio.



Evolución de la base de conocimientos

Mejorar las capacidades de autoservicio de la organización es más fácil si se cuenta con las herramientas adecuadas. [Pathfinder](#) permite entender mejor la trayectoria de autoservicio de los clientes, ya que las empresas pueden saber cuándo un cliente ha visitado un artículo del centro de ayuda o el foro de la comunidad antes de enviar un ticket. Esta aplicación es útil para los agentes porque les permite averiguar qué pasos dio un cliente antes de solicitar atención y, además, les ayuda a entender por qué algunos artículos son más útiles que otros. Con Pathfinder los agentes pueden marcar los artículos que deberían actualizarse a través de la aplicación Knowledge Capture.

La [aplicación Knowledge Capture](#) es fundamental para la creación y la transformación del contenido de la base de conocimientos, ya que con ella los agentes pueden crear contenido al instante y, al mismo tiempo, marcar los contenidos que necesitan mejoras. La aplicación crea un ticket por cada contenido marcado que debe actualizarse. Crear una vista exclusiva de contenido marcado en Zendesk Support para todos los tickets facilita la clasificación y actualización de los artículos.

Estudie su rendimiento: analice los informes

Los informes son esenciales para evaluar la eficacia del contenido de autoservicio. Zendesk Support incluye tres paneles de Insights que contienen una gran cantidad de información sobre la eficacia del contenido de autoservicio. El icono del gráfico de barras de la parte izquierda de la cuenta abre la sección de informes, que incluye en su parte superior pestañas para los paneles de la base de conocimientos, la comunidad y las búsquedas. Como en el panel de información general al que se llega inicialmente, un filtro de fechas permite hacer búsquedas especificando un periodo de hasta tres meses de antigüedad.

Panel de base de conocimientos

La sección de la base de conocimientos muestra estadísticas fundamentales como, por ejemplo, cuántos artículos se han publicado, la cantidad total de visualizaciones, los votos netos, las suscripciones de los visitantes a artículos y los comentarios publicados sobre los artículos. Puede alternar entre estos gráficos y definir un intervalo de fechas, filtrar por marca o incluso aislar un canal concreto de la vista predeterminada de todas las estadísticas del centro de ayuda, el SDK para móviles y el Web Widget.



Panel de la comunidad

Una comunidad es un medio excelente para que los clientes colaboren entre sí y también con su empresa. Ofrece un espacio donde formular preguntas y proporcionar sugerencias, lo que ayuda a los clientes a ayudarse a sí mismos. El panel de la comunidad muestra estadísticas referentes a distintos aspectos de esta: cuántas preguntas se han publicado, la cantidad total de visualizaciones, los votos, cuántas conversaciones se están siguiendo y cuántas respuestas se han publicado.

Lo ideal sería ver tendencias de tráfico constantes o crecientes; si, por el contrario, aparece una disminución significativa, puede ser conveniente investigar cómo navegan los clientes a su comunidad. Le recomendamos utilizar [Google Analytics](#) en todos sus sitios, incluidos el centro de ayuda o la comunidad de Guide, para ver las rutas que siguen los usuarios y detectar tendencias en toda la base de usuarios. Solo tiene que escribir su identificador de seguimiento en la configuración general de Guide. Al hacerlo, se abrirá un flujo de eventos en su cuenta de Google Analytics que muestra cómo se desplazan los usuarios de una página a otra o a los artículos.



Panel de búsqueda

Los clientes a veces pasan por alto o no encuentran las respuestas que ya se hallan en el centro de ayuda. En Guide, la pestaña de búsqueda contiene información muy valiosa, como las cadenas de búsqueda exactas que han escrito los usuarios. Entender cómo formulan sus preguntas los clientes le permite hablar el mismo idioma y etiquetar con más exactitud el contenido.

Fíjese en las búsquedas que no han tenido resultados o clics, ya que indican las ocasiones en que los usuarios no encuentran resultados ajustados a su búsqueda y que búsquedas generan un elevado volumen de tickets. ¿Se puede mejorar el contenido? Este panel se ha creado para ayudarle a averiguar qué contenido buscan sus clientes y a evaluar la eficacia del contenido actual.



Conclusión

Una base de conocimientos con opciones de autoservicio contextual puede mejorar en gran medida el soporte que ofrece su organización, ayudándole a elevar el índice de resolución, a disminuir los gastos de soporte y a proporcionar un servicio ininterrumpido, las 24 horas de todos los días. El autoservicio no solo sirve para que los clientes busquen ayuda por sí solos; también deja más tiempo a los agentes para concentrarse en problemas más complejos.

[Dé los primeros pasos con Zendesk Guide aquí.](#)

