

El futuro de la atención al cliente:

tendencias y tecnologías clave

Prepárate para liderar una nueva era



Introducción

En 2015, la página web de un importante minorista en Estados Unidos colapsó en la mañana del Cyber Monday (uno de los días de compras online más importantes del año). Sus canales de atención al cliente como el teléfono, las redes sociales, el correo electrónico y el chat, se vieron completamente desbordados, dejando miles de solicitudes de ayuda sin respuesta durante días.

Por desgracia, este incidente no solo les hizo perder ventas, sino también la confianza de muchos clientes.

Sin embargo, hoy en día, este tipo de problemas se pueden evitar. Las plataformas modernas de soporte técnico son más inteligentes, escalables y están diseñadas para integrar todos los canales de atención al cliente. Así, estas herramientas permiten a tu equipo estar a la altura de las expectativas en una era donde la rapidez, la personalización y la eficiencia son esenciales.

En este ebook te mostraremos las tendencias, tecnologías y estrategias más innovadoras que están transformando el trabajo de los equipos de soporte. También exploraremos cómo será el futuro de la atención al cliente y cuáles serán los canales que liderarán el mercado.



Índice:

• Capítulo 1: Reinventar el soporte en un mundo contactado	4
• Capítulo 2: Funcionalidades clave en soporte técnico que te ayudarán con las conversiones	11
• Capítulo 3: El papel de la IA y la automatización en las soluciones de atención al cliente	15
• Capítulo 4: La nube transforma la atención al cliente	19
• Capítulo 5. Oportunidades en el sector de la atención del cliente	22
• Conclusión	23

Reinventar el soporte en un mundo contactado

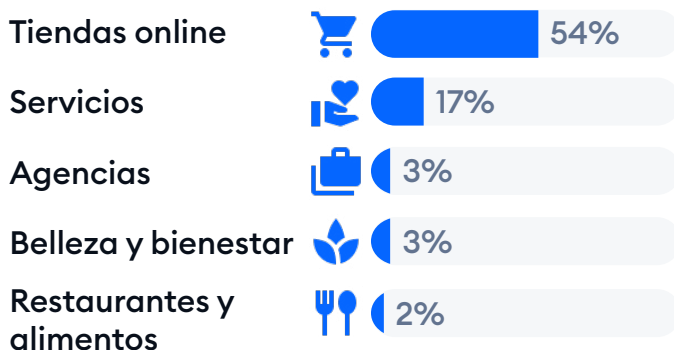
Te damos la bienvenida a la era de los clientes hiperconectados, donde las expectativas de un servicio rápido y sin interrupciones son más altas que nunca. Canales como el correo electrónico, el chat y las redes sociales dominan el panorama de la atención al cliente por una razón principal: la comodidad.

Aunque el soporte telefónico sigue siendo popular, principalmente entre personas mayores, para Millennials y la Generación Z resulta demasiado lento y, además, no les gusta hacer llamadas [\[3\]](#).

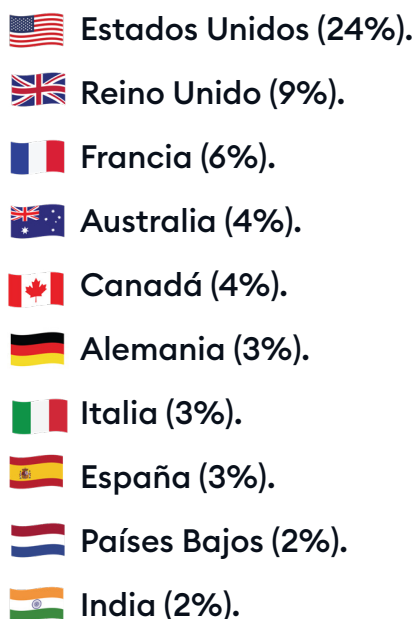
De hecho, sorprende el dato de que el 94% de las personas cree que la inteligencia artificial (IA) y la automatización eliminarán por completo la necesidad de los centros de llamadas tradicionales [\[1\]](#). Además, ciertas industrias están adoptando estas tecnologías más rápido que otras, lo que hace que la competencia sea aún más intensa.

A continuación, te mostramos las principales industrias y países que ya han hecho el cambio hacia soluciones de soporte inteligente:

Las cinco principales industrias:



Los diez principales países donde se encuentran estos negocios:



Muchas de estas industrias ya están utilizando plataformas de soporte técnico que ofrecen funciones avanzadas e inteligentes.

¿Quieres saber cuáles son las tendencias más destacadas? Sigue leyendo y descúbrelo.

Análisis de mercado: tendencias en la demanda de servicio y atención al cliente

Hoy en día, los consumidores quieren algo más que respuestas: exigen experiencias de soporte rápidas, personalizadas y sin complicaciones. Y las empresas, por su parte, se enfrentan a una carrera constante para satisfacer estas expectativas.

Dentro de este contexto, surgen varias tendencias clave y nuevos canales que están transformando el mercado y revolucionando la manera en que se ofrece soporte al cliente.

La transición al enfoque omnicanal

Adiós al soporte al cliente a través de un solo canal. El enfoque omnicanal se ha convertido en el estándar, integrando herramientas como el chat, las redes sociales, el correo electrónico y el teléfono con una experiencia fluida y coherente. Los clientes quieren la libertad de enviar una consulta por Twitter y luego continuar la conversación por correo electrónico o chat, sin interrupciones.

Muchas empresas ya están haciendo frente a este desafío. Utilizan plataformas en la nube que permiten a los agentes acceder a una vista en tiempo real y completa del recorrido del cliente. Sin importar por dónde llegue el contacto, la experiencia es coherente y eficaz.



Para ofrecer un servicio excepcional, es crucial estar disponible en los canales que tus clientes prefieren ya sea correo electrónico, Facebook, Instagram o tu web. Con una herramienta de soporte omnicanal como Tidio puedes conectar todos tus canales de comunicación en una sola plataforma. Este enfoque no solo te permite interactuar con los clientes donde se sienten más cómodos, sino que también facilita la gestión. Estar accesible en múltiples plataformas genera confianza y lealtad, demostrando que estás siempre presente, sin importar dónde comience la conversación.



Marius Laza

Director de Atención al Cliente en Tidio



El auge del autoservicio y la automatización

Los chatbots y la automatización no son una novedad en el servicio al cliente, pero sí que han mejorado significativamente. Los clientes de hoy valoran la rapidez y la autonomía y las soluciones actuales están diseñadas para cumplir con esas expectativas.

Una plataforma de soporte moderna te ofrece herramientas y funciones como bases de conocimiento, secciones de preguntas frecuentes (FAQs), agentes impulsados por inteligencia artificial, sistemas avanzados de gestión de tickets y soporte en todos los canales de mensajería.

“

Hoy en día, los clientes no siempre quieren llamar y hablar con alguien para resolver una pregunta sencilla. Prefieren buscar la respuesta por su cuenta.



Jackelyn Dacanay
Directora de Marketing en Bella Santé

”

Esto permite que los clientes resuelvan sus problemas por sí mismos sin necesidad de esperar la ayuda de un agente, lo que reduce las consultas repetitivas y fortalece las relaciones a largo plazo.

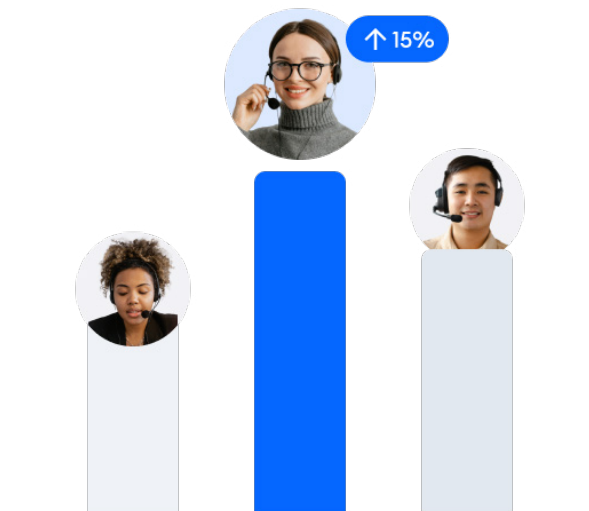
Del mismo modo, las automatizaciones para atención al cliente, como las bases de conocimiento y los chatbots con inteligencia artificial, están evolucionando para responder preguntas comunes, ayudar con la resolución de problemas y ofrecer recomendaciones personalizadas de productos.

¿Lo mejor de este cambio? Es que permite a los agentes concentrarse en resolver problemas más complejos, mientras que la automatización se encarga de las tareas rutinarias de forma más rápida y eficiente que cualquier humano.

Aprovechar los informes para tomar decisiones más inteligentes

Las herramientas avanzadas de generación de informes que incluyen las soluciones de soporte técnico están transformando la forma en que las empresas gestionan el servicio al cliente. ¿Cómo? Ofreciendo a los líderes una visión clara y accionable de sus operaciones.

Ya no es necesario trabajar con suposiciones. Con un buen sistema de informes, las empresas pueden profundizar en análisis detallados y obtener información clave sobre el rendimiento de sus equipos. ¿Quieres saber qué agente resuelve más tickets o en qué momento del día el volumen de consultas alcanza su punto máximo? Estas herramientas te proporcionan esa información para optimizar flujos de trabajo y mejorar la calidad del servicio.



Al aprovechar los datos y los insights que generan, las empresas pueden tomar decisiones más inteligentes y rápidas. De este modo, pueden mejorar no solo su eficiencia operativa, sino también la experiencia del cliente. Ya sea reduciendo los tiempos de respuesta inicial, resolviendo problemas antes de que se agraven o identificando qué canales de soporte generan más interacción. Los análisis brindan una ventaja competitiva.

Simplificar la gestión de tickets y la colaboración en equipo

Gestionar una avalancha de consultas de clientes puede ser complicado, pero los sistemas modernos de atención al cliente están revolucionando cómo las empresas responden ante estas situaciones. Con las herramientas adecuadas puedes asignar, priorizar y hacer un seguimiento de cada problema de principio a fin de forma sencilla.

Atrás quedaron los días de manejar múltiples bandejas de entrada o realizar seguimientos manuales de cada caso. Los sistemas de gestión de tickets actuales categorizan y redirigen automáticamente las solicitudes según su urgencia, tipo de problema e historial del cliente.

Esto no solo acelera los tiempos de resolución, sino que también garantiza que el agente adecuado, con las habilidades necesarias, se encargue del caso. Además, funciones como las bandejas de entrada compartidas y las notas internas hacen que la colaboración entre equipos sea más fácil que nunca.

Imagina un escenario donde el problema de un cliente requiere la participación tanto del soporte técnico como del departamento de facturación. Con un sistema de gestión de tickets integrado, los agentes de diferentes departamentos pueden colaborar sin problemas dentro del mismo ticket, compartiendo actualizaciones y soluciones sin necesidad de cambiar de plataforma. Esto asegura que el cliente reciba respuestas rápidas y coordinadas, en lugar de ser transferido de un equipo a otro.

¿El resultado? Un flujo de trabajo más eficiente, soluciones más rápidas y clientes más satisfechos. Al mantener a todos informados y proporcionar una visión clara del estado de cada ticket, las empresas pueden ofrecer un soporte coherente y de alta calidad (incluso en momentos de alta demanda).



Las redes sociales como un canal de soporte clave

Las redes sociales no solo sirven para acumular “me gusta” y compartir publicaciones: se han convertido en una primera línea de atención al cliente. Plataformas como Twitter, Facebook e Instagram son ahora canales clave donde los clientes expresan quejas, hacen preguntas o solicitan ayuda.

Con esas interacciones ocurriendo a la vista de todos, las empresas tienen la presión de responder de forma rápida y efectiva. Las marcas más inteligentes no solo resuelven los problemas, sino que también sorprenden a sus clientes y logran, incluso, transformar quejas en oportunidades.

Para gestionar esto de manera eficiente, muchas empresas utilizan plataformas que integran todas las interacciones con los clientes en una única bandeja de entrada.

Así, tanto si el cliente se comunica a través de un canal de redes sociales o por correo electrónico, los agentes pueden asegurarse de que ningún mensaje se quede sin respuesta. Este enfoque permite a las empresas estar presentes en los canales que sus clientes utilizan con más frecuencia y ofrecer un soporte eficaz en todos los frentes.

En el mundo actual, los clientes esperan poder enviar un mensaje y retomar la conversación horas o incluso días después. Poder gestionar todas estas interacciones en una sola bandeja de entrada es muy importante. Esta flexibilidad para rastrear el historial de conversaciones encaja perfectamente con nuestros hábitos de comunicación modernos y garantiza un nivel de servicio constante.

Principales tendencias en las demandas de soporte



Automatización y eficiencia: Anticipa las necesidades de tus clientes, gestiona tareas repetitivas y automatiza flujos de trabajo para agilizar el soporte.



Soporte omnicanal: Responde a mensajes provenientes de múltiples canales de comunicación desde una bandeja de entrada única.



Informes avanzados y analítica: Obtén información detallada sobre el rendimiento de tu equipo, tiempos de respuesta y niveles de satisfacción del cliente.



Gestión de tickets y colaboración: Realiza un seguimiento sencillo, gestiona y prioriza tickets en colaboración con tu equipo.



Disponibilidad en redes sociales: Comunícate con los clientes a través de las plataformas que utilizan con mayor frecuencia.

Canales clave en el mundo digital-first

Cuando se trata de contactar con empresas, los clientes tienen preferencias claras por ciertos canales [\[2\]](#), cada uno con sus propias ventajas y limitaciones:



Email (77%): Sigue siendo el canal de contacto más utilizado. Es fiable y versátil, especialmente para gestionar consultas a gran escala. Hoy en día, las empresas buscan soluciones de soporte técnico que ofrezcan una gestión eficaz del correo electrónico, incluyendo respuestas automatizadas, establecimiento de prioridades en los tickets y asignación eficiente de los casos a los agentes más adecuados.



Live chat (63%): Muy valorado ya que ofrece soporte en tiempo real. Los clientes pueden chatear cuando les resulte más conveniente y obtener ayuda inmediata desde cualquier dispositivo. Las plataformas de chat modernas también se integran con herramientas existentes y cuentan con agentes impulsados por IA, que pueden actuar como la primera línea de soporte para gestionar consultas básicas.



Teléfono/VoIP (63%): Sigue siendo un canal importante para quienes prefieren hablar directamente con un humano. Sin embargo, el 52% de las personas admite que encuentra estresante el soporte telefónico, principalmente debido a los largos tiempos de espera o los complejos sistemas automáticos [\[1\]](#).



Redes sociales (29%): Cada vez son más importantes para interactuar con los clientes. Plataformas como Facebook Messenger, Instagram y WhatsApp permiten a las empresas conectar con sus clientes en los lugares donde están más activos, respondiendo a consultas y construyendo relaciones en tiempo real.

Aunque se utilizan con menos frecuencia, otros canales también juegan un papel clave en el soporte al cliente:

- **Bases de conocimiento y centros de ayuda:** Son valorados por ofrecer soluciones instantáneas de autoservicio, utilizando chatbots con inteligencia artificial que almacenan y gestionan fuentes de datos para entrenarse de manera continua.
- **Mensajería dentro de aplicaciones (in-app messaging):** Es ideal para una interacción proactiva, permitiendo a las empresas comunicarse directamente con los usuarios dentro de su aplicación y ofrecer soporte contextual e inmediato.
- **SMS:** Destaca por su inmediatez y enfoque directo, es perfecto para seguimientos o notificaciones urgentes, aportando un toque personal en situaciones sensibles al tiempo de respuesta.

- **Slack/mensajería interna:** Se conecta con los sistemas de soporte técnico mediante integraciones y se utiliza con frecuencia para la comunicación interna y la colaboración entre equipos en la gestión de tickets.

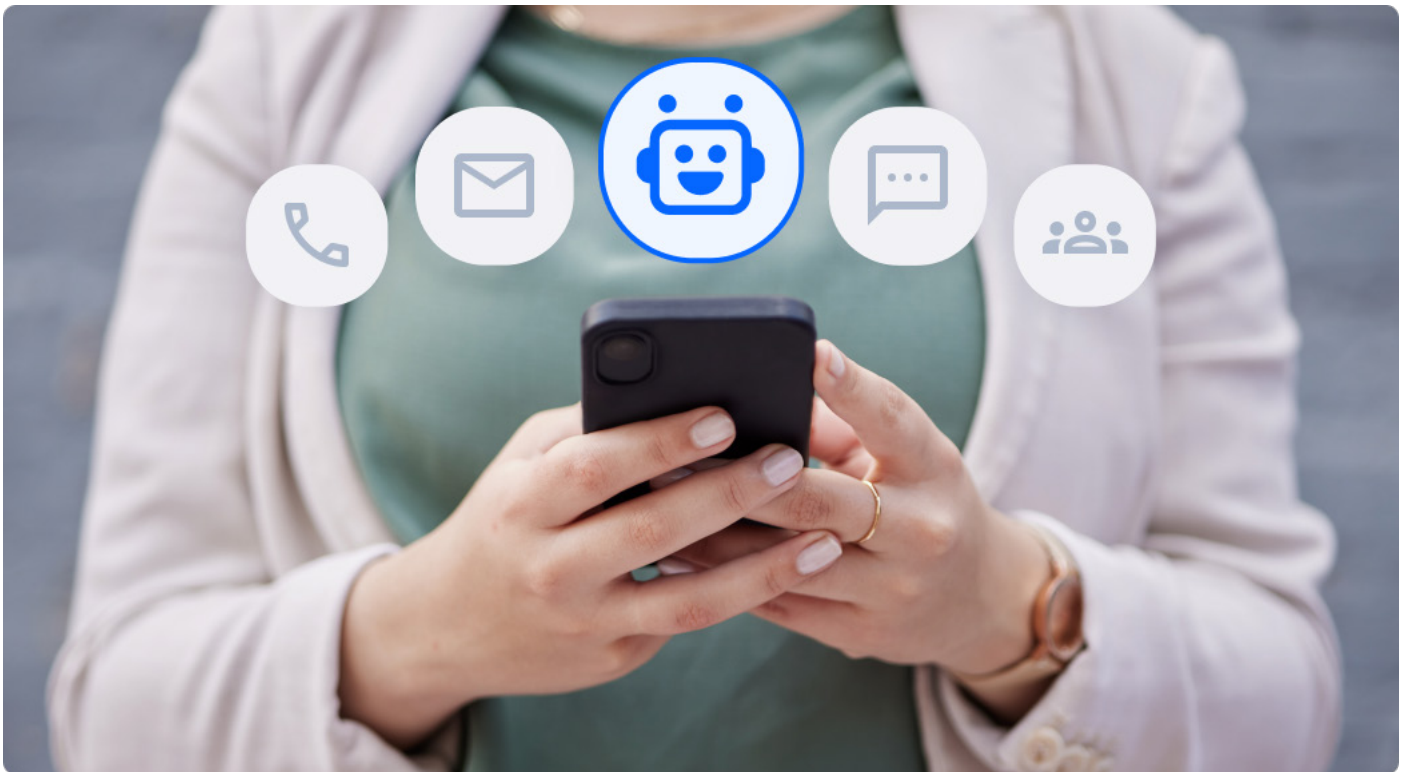
Aunque el correo electrónico, el chat y el teléfono siguen siendo los canales dominantes en la atención al cliente, el uso creciente de las redes sociales y las herramientas de automatización pone de manifiesto un cambio hacia opciones de soporte más flexibles, en tiempo real y centradas en el cliente.

Todas estas tendencias esconden un mensaje...

El servicio al cliente ya no solo cumple una función de soporte, sino que es un impulsor clave de la fidelidad a la marca y la satisfacción del cliente.

Las empresas que adopten estrategias omnicanal, automatización, inteligencia artificial y personalización estarán mejor preparadas para satisfacer las demandas de los clientes digitales de hoy.

El futuro del servicio al cliente será más rápido, más inteligente y más conectado que nunca.



Funcionalidades clave en soporte técnico que te ayudarán con las conversiones

La web es el activo más valioso de cualquier negocio. LinkedIn y otras redes sociales podrían desaparecer mañana, pero tu página web siempre será tuya. Por eso, es importante que no solo sea un recurso valioso, sino también en un centro que ofrezca experiencias excepcionales a tus clientes.

Con las soluciones actuales de atención al cliente, puedes ofrecer asistencia sin complicaciones directamente desde tu web, manteniendo a tus clientes conectados y satisfechos.

El soporte telefónico, que alguna vez fue el pilar del servicio al cliente, está en declive a medida que los consumidores prefieren métodos de comunicación más rápidos y flexibles. No es ningún secreto que el modelo telefónico tradicional es demasiado complejo y lento para el consumidor moderno:



Los largos tiempos de espera.



La necesidad de navegar por sistemas automatizados complejos (IVRs).



La frustración de ser transferido entre diferentes agentes.



De hecho, el 60% de la Generación Z considera estresante hablar por teléfono con agente de atención al cliente [\[1\]](#). En su lugar, prefieren métodos de comunicación alternativos como los mensajes de texto o los chatbots. Al igual que los Millennials, esta generación prefiere la tecnología para todo: si optan por Uber o Cabify no llamar a un taxi, seguramente tampoco querrán hablar contigo por teléfono.

Las empresas comienzan a percibir que los centros de llamadas se están quedando obsoletos, al igual que lo hizo el correo postal en su momento. En el futuro es probable que desaparezcan por completo y los recursos destinados a ellos irán a parar a canales más escalables y rentables como el chat en vivo, las apps de mensajería y las redes sociales. Estos no solo proporcionan un servicio más rápido y eficiente, sino que también lo hacen con un coste significativamente menor.

Las plataformas de soporte todo-en.uno son imprescindibles para las empresas modernas. Pero, ¿qué ofrecen realmente?

Un sistema de soporte es mucho más que la gestión de tickets

Los chatbots, los asistentes de voz y las opciones de autoservicio están transformando rápidamente el panorama de la atención al cliente. Estos elementos están reemplazando el modelo tradicional con soluciones más dinámicas, eficientes y accesibles.

Chatbots con IA: agentes disponibles 24/7

Los chatbots se han convertido en la primera línea del servicio al cliente, ofreciendo soporte en tiempo real a través de web, aplicaciones y apps de mensajería, disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

En lugar de navegar por un centro de ayuda, los clientes simplemente escriben sus preguntas en el chatbot que rápidamente encuentra la información adecuada. Desde responder preguntas frecuentes hasta rastrear pedidos, los chatbots simplifican la experiencia del usuario.

Impulsados por tecnologías de procesamiento de lenguaje natural (NLP), los chatbots aprenden continuamente de las interacciones previas, haciendo que las respuestas sean cada vez más rápidas y personalizadas. Además, permiten a los usuarios encontrar lo que necesitan con el menor esfuerzo posible.

Autoservicio: empoderar a los clientes para resolver sus propios problemas

Las herramientas de autoservicio han evolucionado hacia soluciones impulsadas por inteligencia artificial, permitiendo a los clientes resolver problemas de manera más rápida y eficiente. En lugar de buscar en bases de datos estáticas, los usuarios ahora pueden confiar en chatbots y asistentes virtuales que extraen información relevante según sus consultas.



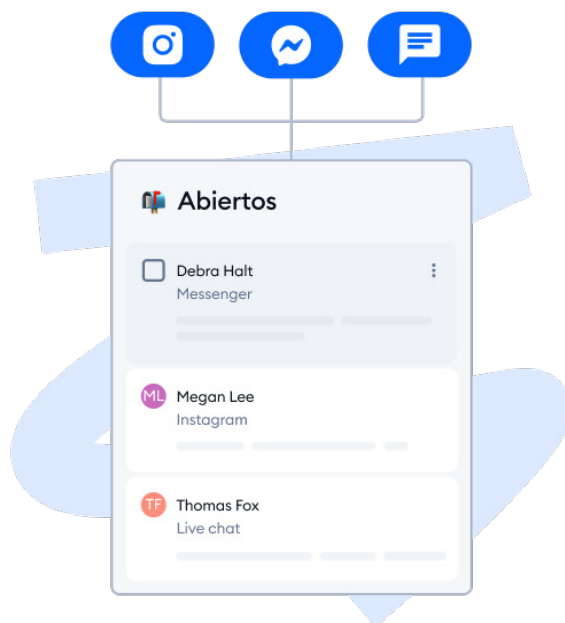
Esto no solo ofrece un soporte personalizado y en tiempo real, sino que también reduce la necesidad de agentes humanos. Al encargarse de tareas rutinarias, estas herramientas de IA liberan a los equipos de servicio al cliente para que puedan enfocarse en resolver problemas más complejos, haciendo que el soporte sea más escalable.

En muchos casos, el autoservicio impulsado por IA está reemplazando al soporte tradicional, brindando soluciones más rápidas y accesibles para los usuarios tecnológicamente avanzados de hoy.

Sistema de gestión de tickets: centralizando las solicitudes de los clientes

Un sistema de gestión de tickets robusto es el pilar central de cualquier operación eficiente de atención al cliente.

Para los clientes, esto se traduce en una experiencia más organizada y ágil. Por otro lado, los equipos de soporte se benefician de automatizaciones como la asignación de tickets, la priorización y el seguimiento de su estado, lo que hace su trabajo mucho más eficiente.



Al centralizar todas las comunicaciones con los clientes, los sistemas de gestión de tickets permiten un soporte más transparente, escalable y coherente. Esto significa que los agentes pueden resolver problemas de manera más rápida y efectiva, mejorando la experiencia tanto para el cliente como para el equipo de soporte.



Videollamadas: el soporte cara a cara a la era digital

Para los clientes que valoran las interacciones personales y cara a cara, las videollamadas ofrecen la inmediatez y empatía de una conversación en persona pero sin necesidad de desplazarse.

Esta opción permite a los agentes guiar a los clientes en tiempo real para resolver problemas complejos y ofrecer un nivel de servicio que supera al chat o al correo electrónico. Ya sea para solucionar problemas técnicos o para resolver consultas concretas, el soporte por video proporciona una experiencia más personalizada.

Además, ayuda a las empresas a mantener relaciones sólidas y basadas en la confianza con sus clientes, mientras aprovechan la comodidad del soporte digital.

Pero hay un nuevo jugador sobre el tablero...

El auge de las redes sociales: una nueva era de interacción instantánea y pública

Las redes sociales se han convertido en un canal esencial para el servicio al cliente. Plataformas como Twitter, Facebook e Instagram ofrecen canales de comunicación inmediatos y directos entre los clientes y las marcas. Ya sea a través de publicaciones o mensajes privados, estas plataformas permiten a las marcas conectar con sus clientes desde una única bandeja de entrada.

La naturaleza en tiempo real de las redes sociales, combinada con su visibilidad y velocidad, ejerce presión sobre las empresas para responder rápidamente y resolver los problemas de manera eficiente.

Además, las redes sociales se alinean con la preferencia actual de mantener interacciones rápidas e informales. Esto hace que sea más sencillo para los clientes obtener soporte sin necesidad de realizar una llamada.

Por otro lado, las redes sociales son una herramienta poderosa para las empresas: ayudan a construir una imagen de marca sólida, expandir su alcance y fortalecer las relaciones con los clientes.



El papel de la IA y la automatización en las soluciones de atención al cliente

La inteligencia artificial (IA) y la automatización han demostrado que no son una tendencia pasajera, sino herramientas fundamentales para el futuro. De hecho, llevamos años integrando la IA en nuestra vida diaria. Su implementación en los servicios de soporte técnico es una evolución lógica. Aprovechando tu base de conocimientos, estos sistemas pueden proporcionar respuestas rápidas y precisas, al mismo tiempo que gestionan tareas rutinarias de manera eficiente, garantizando un soporte continuo y sin interrupciones.

Con estas herramientas, tu equipo tendrá más tiempo para centrarse en problemas complejos y oportunidades de venta.

El camino hacia la adopción de la IA: cómo las empresas y los clientes perciben la IA

A continuación, compartimos algunas estadísticas de nuestra investigación para mostrar lo que clientes y empresas opinan sobre la IA:

Más del

94%

de las personas cree que la IA conversacional hará que los centros de llamadas tradicionales queden obsoletos.

Aproximadamente el **82%** de las personas preferiría usar una herramienta de automatización antes que esperar 15 minutos por un agente humano.



Más del **64%** de los propietarios de negocios que aún no utilizan automatización planean implementarla en el próximo año.

Alrededor del **72%** de los propietarios de negocios reportan un buen retorno de inversión (ROI) con sus chatbots.



Más del **68%** de los propietarios de negocios reciben comentarios positivos de sus clientes sobre el uso del chatbot.

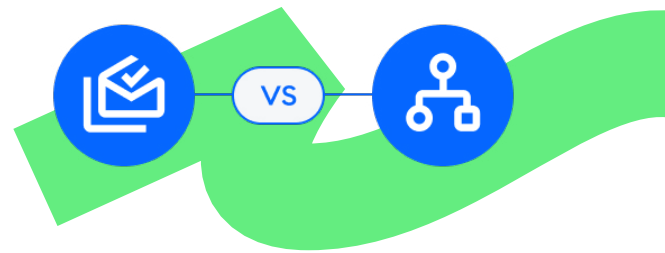


La diferencia entre la automatización en sistemas de soporte técnico y la automatización de chatbots

La principal diferencia radica en el alcance, las funcionalidades y las interacciones específicas que estas herramientas abordan. Aunque ambas mejoran la eficiencia y la experiencia del cliente, cumplen propósitos distintos dentro del ecosistema de soporte.

Principales características de la automatización en sistemas de soporte:

- **Redirección automática de tickets:** Dirige los tickets al departamento o agente adecuado según reglas predefinidas.
- **Gestión de SLA (Acuerdo de Nivel de Servicio):** Garantiza el cumplimiento de los acuerdos de servicio, enviando alertas o escalando automáticamente los tickets que están cerca de vencer.
- **Automatización de flujos de trabajo:** Gestiona tareas repetitivas como enviar correos de confirmación, actualizar estados de tickets y notificar a los agentes sobre el progreso de la resolución.
- **Análisis predictivo y generación de informes:** Ofrece información basada en datos para predecir tendencias futuras, analizar tiempos de respuesta y optimizar la asignación de recursos.



Ejemplo: Imagina que tienes una empresa de ecommerce que recibe cientos de consultas diarias. La automatización del soporte puede simplificar el proceso al crear y categorizar automáticamente los tickets según el contexto, como problemas de estado de pedidos o entregas. Estos tickets se dirigen de inmediato a los equipos adecuados, se priorizan según reglas predefinidas y se supervisan para garantizar el cumplimiento de los SLA. Además, las respuestas automatizadas notifican a los clientes cuando se recibe su solicitud y escalan los tickets para asegurar su resolución. Una vez resueltos, el sistema cierra los tickets y puede enviar un mensaje para obtener feedback.

Principales características de la automatización en chatbots:

- **Soporte instantáneo 24/7:** Interactúa con los usuarios de inmediato, respondiendo preguntas frecuentes, proporcionando información sobre productos o ayudando con problemas básicos.
- **Respuestas predefinidas:** Guía a los usuarios a través de preguntas comunes y problemas con soluciones basadas en scripts predefinidos o árboles de decisión.
- **Escalamiento fluido:** Transfiere el problema a un agente humano sin perder el contexto de la conversación.

Ejemplo: Imagina una empresa de venta online que recibe muchas preguntas iguales como el estado de un pedido, disponibilidad de productos o políticas de devolución. El chatbot automático puede responder al instante y ofrecer opciones basadas en preguntas frecuentes. Si la consulta es demasiado compleja, el sistema escala la conversación a un agente y traslada el historial del chat para que el cliente no tenga que repetir toda la información.

Diferencias clave entre la automatización de sistemas de soporte y la de chatbots

	Automatización de sistemas de soporte	Chatbots automáticos
Propósito	Diseñada para la gestión a largo plazo de tickets y flujos de trabajo en el backend.	Enfocada en interacciones en tiempo real.
Alcance	Gestiona procesos complejos y de múltiples pasos, generalmente con una duración más prolongada.	Proporciona respuestas instantáneas a través de interacciones breves y conversacionales.
Experiencia del cliente	Los clientes envían sus consultas y esperan una resolución.	Engagement inmediato.

En resumen: ¿Cuál elegir?

Si buscas ofrecer soporte en tiempo real directamente en tu web y acelerar los tiempos de respuesta, el chatbot automáticos es la solución perfecta. Permite gestionar las consultas de los visitantes de manera instantánea y eficiente.

Por otro lado, si necesitas gestionar solicitudes de clientes provenientes de múltiples canales—como correo electrónico, redes sociales y tu propia web—la automatización de sistemas de soporte es la opción ideal. Esta herramienta segmenta y organiza las solicitudes, asegurando que tu equipo las atienda de manera rápida y estructurada.

Pocas soluciones de soporte combinan ambas capacidades: funciones de automatización con IA que trabajan sin problemas junto a chatbots basados en reglas. Este dúo permite ofrecer un soporte multinivel que reduce la frustración del cliente y garantiza que siempre reciban la ayuda personalizada que necesitan. La elección correcta depende del tamaño de tu negocio, las demandas de soporte y otros factores.

Expectativas de la IA: ¿Qué falta en las plataformas de soporte actuales?

Nuestra propia investigación interna revela que muchos clientes esperan que la IA pueda personalizar respuestas utilizando datos de las cuentas de los visitantes. Además, esperan que las automatizaciones puedan:

-  Detectar si un visitante ha iniciado sesión o no.
-  Crear respuestas enlazando datos de la base de conocimiento con la información de las cuentas de los clientes.
-  Realizar acciones relacionadas con los clientes como cancelar suscripciones, generar facturas o calcular precios individuales.
-  Ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en datos del cliente (información de cuenta, comportamiento, historial de compras, etc.).
-  Preparar recomendaciones de productos para los visitantes, utilizando información de una base de datos de productos y datos recopilados del visitante.

“

Actualmente, la IA puede responder preguntas complejas con un alto grado de precisión y sin comprometer la calidad. A la hora de transmitir información de manera efectiva, los chatbots de IA han tenido éxito. El siguiente paso es conectar los chatbots de IA con sistemas externos y otorgarles la capacidad de realizar acciones y ejecutar tareas. En lugar de limitarse a proporcionar información a los visitantes, los chatbots de IA pronto comenzarán a “trabajar” en el sentido real de la palabra.



Marius Laza

Director de Atención al Cliente en Tidio

”

Los sistemas de soporte en la nube están en constante evolución y actualizándose con nuevas funcionalidades. Hoy en día, los equipos de atención al cliente pueden ofrecer autoservicio inteligente, algo impensable hace solo unos años.

En el futuro, estos agentes de IA podrían integrarse con sistemas externos, permitiendo realizar acciones aún más avanzadas. Si comienzas a utilizar software de soporte ahora, estarás preparado para aprovechar las nuevas funciones avanzadas cuando estén disponibles.

La nube transforma la atención al cliente

Las plataformas de atención al cliente basadas en la nube se están convirtiendo en la opción preferida para muchas empresas que buscan modernizar el departamento. Este cambio refleja una tendencia hacia alejarse de soluciones tradicionales y heredadas en favor de plataformas más flexibles, escalables y accesibles.

Un sistema de soporte inteligente es más adecuado para atender al consumidor actual ya que ofrece:

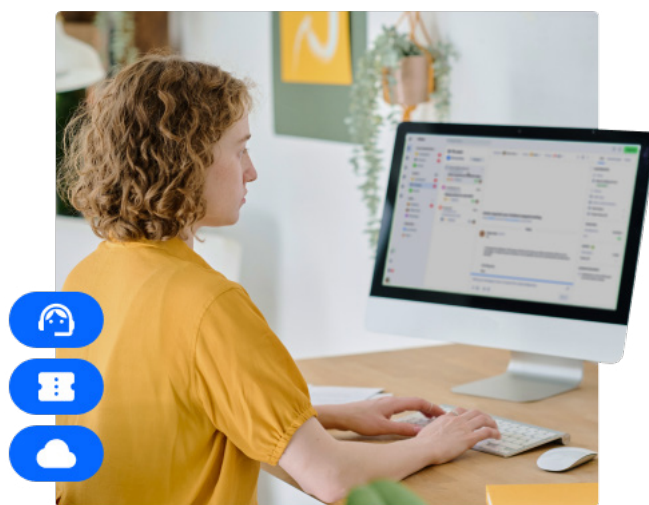
- **Accesibilidad de datos en tiempo real y colaboración remota:** Los agentes pueden visualizar, gestionar y actualizar tickets, simplificando la colaboración dentro del equipo de soporte.
- **Escalabilidad y flexibilidad:** Permite redirigir consultas simples a un chatbot y automatizar la gestión de tickets, dejando a los agentes humanos más liberados para encargarse de problemas complejos.
- **Integración multicanal fluida:** Integra de forma eficaz el correo electrónico, las redes sociales, el chat, el teléfono y otros canales en un sistema unificado.

Ejemplo: Imagina que uno de tus clientes inicia una conversación con tu agente de soporte en Facebook Messenger. Luego, el cliente visita tu web y continúa la interacción a través del widget de chat en directo. Mientras tanto, el agente inicial se toma un descanso y otro toma el relevo del chat sin interrumpir la conversación. Este tipo de interacción solo es posible gracias a una solución multicanal basada en la nube.

La solución en la nube que está revolucionando el marco

Un sistema de soporte técnico tan ágil y escalable como tu negocio ya está disponible.

Las plataformas de atención al cliente basadas en la nube permiten acceder a datos en tiempo real y ofrecer un soporte multicanal sin interrupciones. Por ejemplo, Tidio, una plataforma de automatización para atención al cliente, permite atender a tus usuarios de forma sincronizada y asincrónica a través de múltiples canales de mensajería.

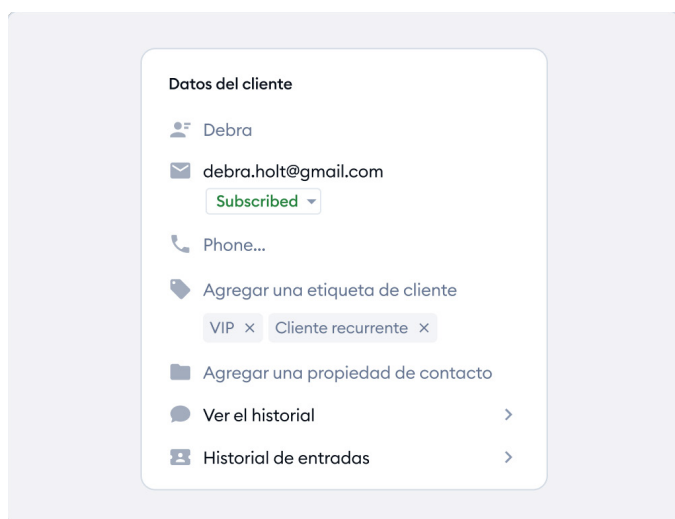


Cómo la tecnología en la nube mejora la integración del soporte multicanal

- Gestión centralizada de datos
- Sincronización en tiempo real
- Escalabilidad
- Integración de IA
- Informes unificados
- Personalización omnicanal

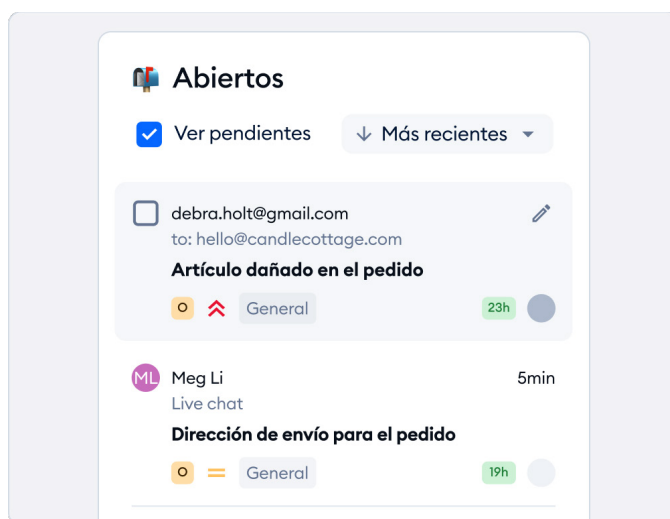
Imagina una marca de ecommerce en rápido crecimiento que vende accesorios de moda. Con una base de clientes en expansión, integran un sistema de soporte centralizado para gestionar sus interacciones con los consumidores a través de diversos canales como correo electrónico, chat, Facebook e Instagram.

Aquí te mostramos cómo este sistema ayuda a gestionar el *journey* del cliente:



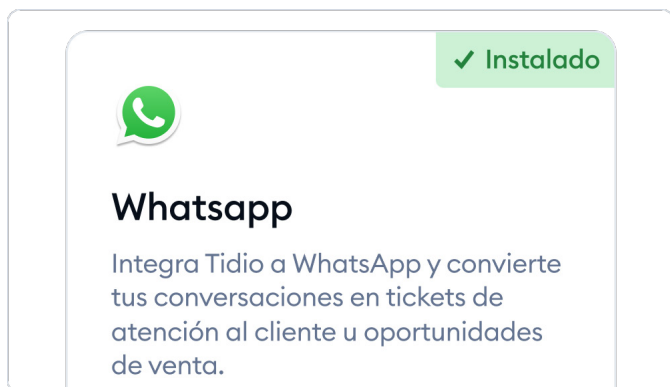
- **Sincronización en tiempo real:** Permite a los equipos de atención al cliente acceder instantáneamente a la información más reciente del cliente, facilitando transiciones fluidas entre plataformas.

El cliente cambia al correo electrónico y el equipo de soporte sigue la conversación sin interrupciones gracias a la sincronización instantánea entre canales.



- **Gestión centralizada de datos:** Centraliza todas las interacciones con los clientes en un solo lugar para garantizar que nada se pierda entre canales.

Un cliente inicia una consulta en Instagram y la continúa en el chat; el equipo de soporte puede ver todo el historial de la conversación en un solo lugar, asegurándose de que no se pierda ninguna información.



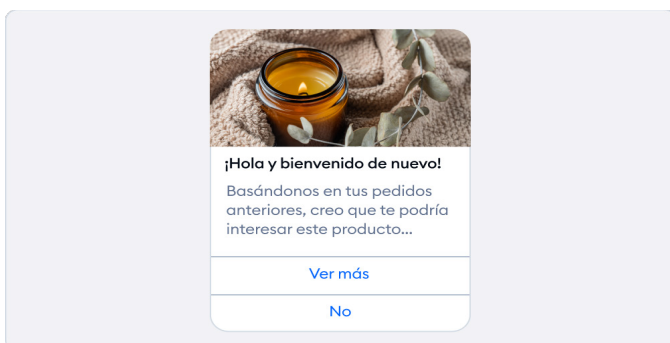
- **Escalabilidad y flexibilidad:** Facilita añadir nuevos canales de comunicación a medida que cambian las preferencias de los clientes.

A medida que las preferencias de los clientes evolucionan, la marca añade WhatsApp como canal de soporte, integrándose sin problemas en el sistema de helpdesk.



- **Automatización impulsada por IA:** Utiliza la IA para gestionar tareas rutinarias en todos los canales, mejorando la eficiencia.

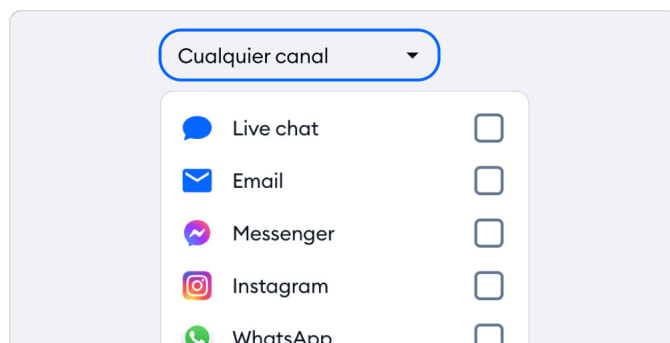
La IA sugiere productos basándose en el historial del cliente y responde a preguntas frecuentes, dejando a los agentes libres para manejar problemas más complejos.



- **Personalización omnicanal:** Centraliza los datos del cliente para ofrecer experiencias personalizadas, independientemente del canal que utilicen.

El sistema rastrea el recorrido del cliente a través de todos los canales, ofreciendo recomendaciones y descuentos personalizados adaptados a sus preferencias.

Estas mejoras crean una experiencia de cliente más fluida, personalizada y eficiente, ayudando a las empresas a satisfacer las demandas de un mundo cada vez más conectado y multicanal.



- **Informes unificados:** Combina los datos de todos los canales para ofrecer una visión clara del rendimiento del soporte.

El sistema analiza las interacciones y genera informes de rendimiento, ayudando a la marca a identificar áreas de mejora en su atención al cliente.

Oportunidades en el sector de la atención del cliente

Lo fascinante de un sistema de soporte inteligente es que está en constante evolución y mejora. Hace solo unos años, la mayoría de las empresas solo estaban disponibles en su web durante el horario de atención. Ahora, un cliente puede navegar por una página a las dos de la madrugada y recibir recomendaciones de productos de un chatbot que conversa como un humano.

Aunque la inteligencia artificial (IA) ha sido clave en estos avances, también ha generado altas expectativas entre los consumidores.

Expectativas de la automatización en soporte

Nuestros propios análisis revelan que las empresas desean que la IA y las automatizaciones puedan:

-  Ser multilingües
-  Personalizar la comunicación
-  Aprender de conversaciones pasadas
-  Dar apoyo en ventas
-  Integrarse con otros sistemas

Además, algunos líderes empresariales señalaron que su principal objetivo es automatizar las operaciones de soporte a un nivel básico. También buscan que la IA automatice las operaciones de ventas de primer nivel y ofrezca recomendaciones personalizadas de productos y servicios a los visitantes.

Y las principales razones por las que las empresas no usan sistemas de soporte y gestión de tickets son:

-  El software aún no está lo suficientemente desarrollado
-  No necesitan todas las funcionalidades que ofrece
-  Los agentes responden correos electrónicos fuera del sistema
-  No comprenden cómo utilizar las funciones
-  No perciben valor en la gestión de tickets

Estas áreas representan grandes oportunidades de mejora. Cada vez más herramientas están teniendo en cuenta lo que quieren sus clientes y desarrollando soluciones guiadas por su feedback.

Áreas de crecimiento para nuevas tecnologías

Las plataformas de atención al cliente son conscientes de la creciente demanda de sistemas multilingües, experiencias personalizadas, automatización impulsada por IA, análisis de datos y asistencia en ventas. Actualmente, las principales soluciones están compitiendo por implementar un sistema integral que cumpla con estas expectativas.

Aquí te mostramos cómo están abordando estas demandas:

Sistemas multilingües

Las plataformas de soporte están integrando cada vez más el soporte en múltiples idiomas. De hecho, más del **78% de las principales empresas de soporte técnico** ya ofrecen funcionalidades multilingües de alguna forma.

Los sistemas de traducción impulsados por IA pueden detectar automáticamente el idioma del cliente y responderle instantáneamente en el mismo. Esto permite a las empresas internacionales y a aquellas que desean expandirse a nuevos mercados asistir a sus clientes en su idioma nativo sin necesidad de contratar personal.

Experiencias personalizadas

Con el auge de la inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático, los sistemas de soporte ahora pueden ofrecer experiencias altamente personalizadas. Analizando datos como interacciones previas, historial de compras y preferencias, los sistemas con IA pueden adaptar respuestas y soluciones relevantes para cada cliente.

Este enfoque va más allá de resolver problemas: ayuda a las empresas a construir relaciones más sólidas al hacer que cada interacción sea única y significativa.

IA y automatización

La inteligencia artificial y la automatización permiten gestionar consultas comunes, así como redirigir y priorizar tickets a los equipos correctos.

Esto mejora la eficiencia de tu negocio y reduce los tiempos de respuesta, optimizando la experiencia del cliente.

Análisis de datos

El análisis de datos está empoderando a las empresas que utilizan sistemas de soporte para tomar decisiones estratégicas e informadas. Analizando tendencias en el comportamiento de los clientes, volúmenes de tickets y puntos problemáticos comunes, las empresas pueden mejorar sus páginas de preguntas frecuentes, la calidad del soporte y las estrategias de marketing.

Los análisis avanzados también permiten medir métricas clave de rendimiento como tiempos de respuesta, satisfacción del cliente y productividad de los agentes.

Asistencia en ventas

Las plataformas de soporte están desempeñando un papel clave en el área de ventas. Con acceso a datos e información sobre el comportamiento de los clientes, los sistemas impulsados por IA pueden identificar oportunidades de venta adicional y cruzada durante las interacciones.

Por ejemplo, si un cliente pregunta sobre un producto, el sistema de soporte puede sugerir artículos complementarios u ofrecer promociones personalizadas. Actualmente, solo el **44% de los proveedores de soporte técnico** ofrecen herramientas para ventas, lo que convierte a esta tendencia en un área de crecimiento importante.

Más allá del presente: navegando hacia el futuro de la atención al cliente

A medida que el panorama del soporte técnico sigue evolucionando, encontrar la plataforma adecuada es esencial para mantenerte a la vanguardia. Las tendencias clave que están dando forma al futuro de la atención al cliente incluyen la inteligencia artificial (IA) y la automatización, la transición a soluciones basadas en la nube y la importancia de ofrecer experiencias personalizadas y multicanal. Tu negocio necesita una solución que crezca contigo.

Por suerte, esa solución ya existe. Tidio ofrece funcionalidades como:

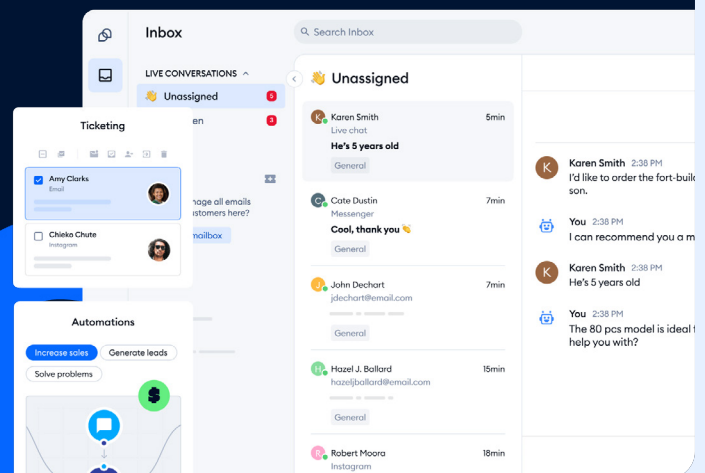
- Redirección automática de tickets.
- Lyro, chatbot con IA.
- Informes avanzados y análisis de datos.
- Asistente de respuestas con IA.
- Etiquetado de tickets.
- ¡Y mucho más!



Únete a la revolución del soporte técnico con IA de última generación. Descubre el poder de las automatizaciones avanzadas y los análisis detallados para llevar tu atención al cliente a un siguiente nivel de calidad.

Empieza una prueba gratuita de 7 días y explora todas las funcionalidades de Tidio.

Comenzar prueba gratis



Fuentes

- [1] [Chatbot statistics](#)
- [2] [State of customer support report](#)
- [3] [Why Gen Z & Millennials are hung up on answering the phone](#)