

Cómo las expectativas de los consumidores están transformando el lugar de trabajo



Hoy en día, todo negocio que pretenda alcanzar el éxito entiende la necesidad inexcusable de que la experiencia de los clientes sea impecable.

El uso generalizado de las aplicaciones y del servicio en un sinnúmero de canales —teléfono, correo electrónico, chat y plataformas como Twitter— ha dado lugar a la expectativa entre los consumidores de que el servicio de atención debe ser impecable y

omnicanal. Piensa en Uber e Instacart. Este concepto crítico está adquiriendo mayor importancia en las distintas facetas de la vida cotidiana de los consumidores, incluido el lugar donde la gente pasa la mayor parte de su tiempo: su trabajo.

Las expectativas de los empleados están evolucionando en paralelo al aumento de las expectativas de los clientes. Después de todo, los empleados también son consumidores, y las expectativas de servicio que depositan en el lugar de trabajo son las mismas que tienen para los negocios que frecuentan: atención personalizada, eficiente y cómoda. Un cliente puede tener preguntas sobre una fecha de entrega, una política de devolución o las garantías que ofrece un negocio con la expectativa de recibir una atención amable y rápida. Para un empleado, lo equivalente sería necesitar ayuda con la selección de prestaciones, su nómina, un portátil defectuoso o un carnet de seguridad extraviado. Los empleados también se forman impresiones de una empresa cuando pasan por los procesos de entrevista e integración. Un empleado recién contratado podría quedar maravillado con la eficiencia o podría irse a casa con ideas confusas sobre las prestaciones de salud. Consumidores y empleados por igual esperan recibir una atención de primera clase.

Índice de materias

- 3 Expectativas, retención y éxito
- 4 Impulsores de la experiencia de los empleados
- 5 Motivar a los empleados comprometidos
- 6 Aumentar la productividad de los equipos
- 8 Optimizar el rendimiento
- 9 Conclusión



Expectativas, retención y éxito

De acuerdo con un estudio reciente publicado por [McKinsey](#), existen tres áreas principales de insatisfacción de los empleados con los servicios internos:

la disponibilidad y claridad de la información; el tiempo total necesario para completar las tareas de los departamentos internos de soporte; y el trabajo que implica completar los procesos de esas funciones de soporte. Una experiencia gratificante en el lugar de trabajo está directamente relacionada con la retención de los empleados, una métrica cada vez más importante.

“La fuerza laboral moderna sabe lo que es importante y no se conforma con menos”, afirma [Gallup](#), y añade que casi todos los profesionales “desean que su trabajo tenga sentido y propósito. Quieren aplicar sus talentos y fortalezas en las actividades diarias que mejor saben hacer. Quieren aprender y avanzar profesionalmente”. No es muy difícil retener a los empleados que no están comprometidos con la empresa; los que, en el mejor de los casos, apenas cumplen con su deber o, en el peor de los casos, generan conflictos.

[Un estudio de las empresas nombradas “los mejores lugares para trabajar”](#) reveló que entre 2009 y 2014, las empresas que figuran en la lista anual de Fortune superaron los resultados de las de S&P 500 en un 84 %; y las empresas de un [informe similar de Accenture](#) obtuvieron resultados superiores a los del mercado en un 122 %. Una experiencia positiva en el lugar de trabajo hace que los empleados se sientan valorados, y los empleados satisfechos trabajan mejor, están más motivados, son más leales y colaboran más. [Otro estudio](#) mostró un vínculo entre la satisfacción de los empleados y las medidas de rentabilidad de una empresa, como el margen operativo, los ingresos por empleado y el rendimiento de sus activos.

“La fuerza laboral moderna sabe lo que es importante y no se conforma con menos”.

Impulsores de la experiencia de los empleados

Dos departamentos tienen el mayor número de interacciones con los empleados y ejercen más influencia general en ellos día tras día: TI y RR. HH. Ellos son los héroes invisibles porque son quienes están sometidos a más presión para facilitar las mejores experiencias a los empleados y garantizar que estén felices y satisfechos en su trabajo. “RR. HH. está transformando sus procesos para poder usar los datos y la automatización como base de sus operaciones”, explicó Ann Catrina-Kligman, directora mundial de servicios compartidos de RR. HH. en Zendesk. “La información valiosa que generan esos datos permiten que RR. HH. deje de ser un departamento auxiliar con funciones de administración reactiva para transformarse en un socio estratégico para el negocio, que opera con datos y utiliza la información de manera proactiva para dar forma a las estrategias de captación de talento y el futuro del trabajo”.

Otro ejemplo de un caso de uso interno es el del departamento de TI, que toma las decisiones que afectan al personal y que trabaja con este todos los días para resolver problemas pequeños y grandes. Las empresas pueden crear y aprovechar un portal interno de uso flexible y fácil para que los equipos ofrezcan asistencia a los empleados de sus oficinas locales y mundiales —un solo lugar que les sirva para hacer todo, desde solicitar vacaciones hasta ver cuáles son los próximos eventos regionales y las oportunidades más recientes de trabajo voluntario. “Nos encanta el autoservicio y estamos preparados para que nuestros clientes (empleados de Zendesk) puedan encontrar fácilmente lo que necesitan. De esta manera se reduce el estrés de los departamentos de TI, RR. HH., marketing



y finanzas, y se ofrece una experiencia formidable a todas las partes involucradas”, explica Jim Gearhart, director sénior de aplicaciones y desarrollo empresariales en Zendesk.

Miles de empresas en todo el mundo utilizan Zendesk para conseguir una experiencia perfecta para sus clientes. No obstante, su capacidad para facilitar una experiencia impecable a sus empleados es igual de poderosa, y aun más importante para el éxito de la empresa. Ofertas como el autoservicio, la IA, las integraciones de aplicaciones y los informes promueven la eficiencia y la consolidación de help desks internos. Accenture descubrió que más de la mitad de los líderes empresariales indicaron que entre sus planes estaba crear experiencias para los empleados similares a las de los clientes. Sigue leyendo para entender mejor cómo implementar los tres pilares fundamentales de la experiencia de los empleados.

Motivar a los empleados comprometidos

Según dice el proverbio: una manzana podrida pudre el cesto entero. [El informe de Gallup, State of the American Workplace Report, de 2017](#) concluyó que solo el 33 % de los empleados en EE. UU. están comprometidos con su trabajo, en contraste con el 70 % en las mejores organizaciones del resto del mundo. Un solo empleado que no está comprometido —que busca otro trabajo abiertamente, menosprecia al equipo y a la empresa, y merodea por ahí como una sombra oscura— puede sembrar apatía y desconfianza. Los empleados que no tienen reparo en comportarse con desdén representan el 16 % de los empleados estadounidenses, afirma Gallup; son los que “se muestran muy infelices en el lugar de trabajo y destruyen lo que logran los empleados más dedicados”. Si se quedan, la empresa pierde. Si se van e inspiran a otros a irse, la empresa paga un alto precio por reemplazarlos. [La Society for Human Resource Management \(SHRM\)](#) informó que sustituir a un empleado cuesta a la empresa de seis a nueve meses de salario del empleado en cuestión. Además, hay que tener en cuenta el golpe intangible que llega invariablemente a través de las reseñas de Glassdoor y de los comentarios de boca en boca.

Los empleados comprometidos tienen un efecto positivo en las personas a su alrededor y promueven la motivación y la felicidad. Gallup afirma que estos profesionales “aman su trabajo y hacen que su organización mejore cada día”. Pero, para potenciar el compromiso, hay que sortear muchos obstáculos. Los empleados se ven abrumados con la abundancia de recursos y sistemas internos a su disposición, y tal vez no sepan a dónde dirigirse ni a quién acudir para pedir información. También se pueden sentir frustrados por la falta de transparencia y de respuesta a sus solicitudes.

Un Centro de ayuda interno excelente es una manera en que Zendesk aporta valor a la empresa. Con los

recursos de Zendesk, los empleados pueden ver sus solicitudes y mantenerse al tanto del estado de estas mediante la asignación de prioridades y el seguimiento de las solicitudes, lo cual crea una cultura de transparencia.

Un gran Centro de ayuda interno, impulsado por Zendesk Guide, es una manera en que los equipos del help desk pueden dar autonomía a los empleados a través del autoservicio. Los centros de ayuda permiten a los empleados encontrar información rápidamente gracias a una herramienta que facilita las búsquedas y que todos los equipos —RR. HH., TI, marketing y finanzas— pueden usar. Para mantener el compromiso de los empleados a largo plazo, Zendesk Connect permite que los equipos puedan comunicarse proactivamente con ellos acerca de cambios inminentes o avisos urgentes, como interrupciones en el servicio. Y al darles la posibilidad de mantenerse en comunicación a través de diversos canales, como chat, correo electrónico y teléfono, Zendesk facilita que los empleados se mantengan más activos y más comprometidos en sus roles.

A fines de 2015, [la cadena de supermercados Tesco](#) —donde se realizan 79 millones de compras por semana en todo el mundo— se dio cuenta de que necesitaba un método más eficiente para gestionar las consultas e incidencias tecnológicas internas de los 460.000 empleados que trabajan para la empresa en nueve países. Tesco ha descubierto que, desde que introdujo el autoservicio con Zendesk Guide, los empleados están viendo alrededor de 30.000 artículos a la semana en sus distintos centros de ayuda. El 79 % de todos los tickets son resueltos por el primer grupo al que se asignan, sin redirección ni derivación. “La demanda interna desde la implementación inicial ha sido enorme”, afirmó Adam Bruce, gerente principal de productos de service desk en Tesco. “Otros equipos se han dado cuenta de cómo Zendesk ha mejorado el servicio, y ellos también quieren empezar a utilizarlo”.



1,8 horas

El empleado promedio dedica 1,8 horas diarias a la búsqueda y recopilación de información en su trabajo.

Aumentar la productividad de los equipos

Asegurarse de que los equipos que atienden un help desk sean productivos y eficientes, y que cuenten con toda la información que necesitan para resolver un asunto, tiene la misma importancia que establecer una cultura de transparencia y satisfacer las expectativas de los empleados. Pero el gran volumen diario de tickets que reciben los equipos de help desk internos y la cantidad de herramientas que los equipos utilizan todos los días para poder atender las solicitudes de los empleados con recursos limitados plantean un desafío considerable.

El empleado promedio dedica [1,8 horas](#) diarias a la búsqueda y recopilación de información en su trabajo. La mayoría de los equipos de help desk utiliza varias herramientas, sistemas y aplicaciones para resolver los asuntos de los empleados. El uso de numerosas aplicaciones puede significar muchos obstáculos para los equipos de help desk, entre otros, el hecho de que todas esas herramientas afectan a la eficiencia y generan más trabajo para los equipos que tienen que ir a otro lugar a buscar información para responder un ticket.

Zendesk le permite a los equipos integrar las aplicaciones, los sistemas y las interacciones de los empleados en un solo centro, para que tengan acceso más fácil a los sistemas que utilizan todos los días y ofrezcan experiencias más rápidas, contextuales y gratificantes a los empleados. Zendesk cuenta con más de [750 integraciones de aplicaciones](#), incluidas las aplicaciones más útiles para equipos de help desk, como las de productividad y seguimiento de tiempo (Tymeshift), administración de cambios y recursos (Oomnitza, Myndbend, Samanage, Panorama9) y

administración de proyectos y colaboración (Slack, Dropbox, Trello).

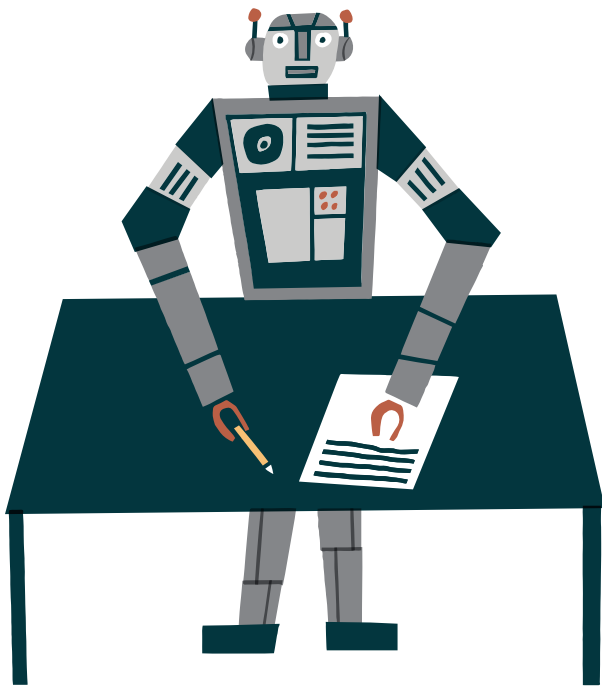
Al principio, el Departamento del Trabajo y Desarrollo de la Fuerza Laboral de Tennessee recurrió a Zendesk Support en marzo de 2014 porque necesitaba métricas para determinar lo que no funcionaba bien en su tramitación del seguro de desempleo. Con el tiempo, ha ampliado el uso de Zendesk de forma extraordinaria, e incluye no solo la búsqueda de otras aplicaciones innovadoras de productos Zendesk, sino también de herramientas de terceros que puedan integrarse con esa solución. Dos de ellas son [Innotas](#), para la administración de proyectos, y [Oomnitza](#), para hacer el seguimiento de los recursos de TI. Además, [Geckoboard](#) y Rise Vision, un producto de código abierto, proporcionan los paneles de KPI y la señalización digital, respectivamente, para los televisores inteligentes que mantienen a los directores y demás empleados informados del desempeño del departamento.

Cuando se utiliza Zendesk para la atención al cliente, los agentes y administradores son los usuarios principales. Pero cuando Zendesk es para uso interno, los clientes son los empleados y los agentes. Por ejemplo, un gerente de RR. HH., que actúe como agente, podría enviar una solicitud a TI como un

empleado. Esta dinámica afecta al volumen de solicitudes que los equipos de un help desk deben recibir. Cuando se trata de un negocio minorista grande, los consumidores que solicitan soporte son solamente una parte pequeña. Pero en algún momento, todos los empleados van a solicitar algo y ninguna empresa puede manejar ese volumen con eficiencia.

Aquí es donde entra en juego la automatización: la IA es una herramienta indispensable que se ocupa de las preguntas fáciles de resolver de manera que los empleados puedan encargarse de otros problemas más complejos. Con el [Answer Bot](#), los encargados del help desk pueden automatizar las respuestas repetitivas de los empleados (como el calendario de la nómina) y agilizar el soporte. Además, con la aplicación Knowledge Capture, los agentes pueden resolver los tickets con más rapidez y tienen a mano el contenido apropiado del Centro de ayuda. Por medio de [la búsqueda y la sugerencia automatizadas](#) de artículos acordes con la marca y el idioma del ticket, la aplicación Knowledge Capture muestra recomendaciones de artículos generadas con IA que los agentes pueden vincular a las respuestas de los tickets con un solo clic.

La IA es una herramienta indispensable que se ocupa de las preguntas fáciles de resolver de manera que los empleados puedan encargarse de otros problemas más complejos.



Optimizar el rendimiento

En lo que respecta al rendimiento operativo, la visibilidad ha sido una gran dificultad para los administradores durante mucho tiempo, un problema muy importante tanto para los equipos internos como para los equipos de soporte. Es muy difícil, si no imposible, avanzar si uno no tiene una idea clara de lo que está sucediendo. Este aspecto es cada vez más peligroso para las empresas que intentan crecer, especialmente si están limitadas por un presupuesto.

Contar con una vista clara del desempeño de los equipos es fundamental. Con Zendesk Explore, obtienes acceso instantáneo a los análisis importantes, además de un conocimiento más profundo de tus clientes y del negocio que se deriva de ello. Los equipos pueden hacer el seguimiento de métricas como la encuesta de satisfacción del cliente CSAT, el tiempo de primera respuesta y el tiempo de resolución que les ayudan a analizar el rendimiento de los equipos y a evaluar las métricas operativas, o bien

a entender mejor la experiencia de los empleados. A partir de los datos recopilados con [Zendesk Benchmark](#), nuestro índice de casi 50.000 empresas que usan Zendesk en todo el mundo, concluimos que las empresas que optimizan su rendimiento mediante análisis, reducen los tiempos de resolución en un promedio del **16 %**. Los informes analíticos son clave para equipos como RR. HH., finanzas y TI porque identifican los embotellamientos, miden el volumen previsto de tickets en proceso y administran la productividad en general para garantizar el cumplimiento de las metas establecidas.

En [Homebridge, el prestamista hipotecario](#), los departamentos de marketing, RR. HH., cumplimiento, operaciones, y éxito del cliente utilizan Zendesk Support, Guide y Chat en todas sus marcas para procesar las solicitudes de atención al cliente por teléfono, chat y correo electrónico, y para ofrecer autoservicio.

“Zendesk es un colaborador clave y un recurso para garantizar que los negocios mayoristas puedan mantener su ritmo de actividad”, señaló Ben Chapman, director de experiencia del cliente y análisis en Homebridge. “No solo porque ha mejorado el flujo de trabajo, la clasificación y el servicio, sino también porque administra todos los datos que se deben intercambiar entre los clientes y los equipos que tramitan estos préstamos. Además, [Zendesk Explore](#) nos ayuda a vigilar y analizar dónde puede haber lagunas, o dónde los empleados podrían quedar rezagados por una razón u otra, y esto nos permite aumentar el rendimiento”.

Chapman añade: “Ahora tenemos una vista general y la capacidad para generar informes de todo tipo. Podemos unir las comunicaciones internas y externas, lo que nos permite colaborar mejor”.

Conclusión

Una experiencia impecable y positiva de los empleados es clave para el futuro del trabajo. Los profesionales de talento no tienen problema para elegir dónde trabajar, y las expectativas de servicio que depositan en el lugar de trabajo son las mismas que tienen para los negocios que frecuentan. Así como Zendesk facilita las relaciones con tus clientes, también te ayuda a crear visibilidad, a recopilar comentarios valiosos y a promover el compromiso dentro de la empresa.

[Obtén más información](#) acerca de cómo **Zendesk te puede ayudar a crear mejores experiencias para los empleados.**