

Informe técnico empresarial

El servicio de atención al cliente de big data

Tres formas en que los big data pueden transformar su servicio de atención al cliente



Imagine una organización de TI que puede prestar servicios con mayor rapidez, con mayor calidad de servicio, al tiempo que reduce radicalmente el número de incidencias de TI. No se trata de una visión para el futuro. Es la realidad actual para un número creciente de organizaciones que aprovechan los big data y la inteligencia conectada para transformar el servicio de atención al cliente.



Soluciones empresariales en la nube

2,5

veces más rápidas que las TI

El desafío de la complejidad

En lo que a la gestión de servicios se refiere, cada vez se hace más evidente que muchas organizaciones de TI sienten que están combatiendo en una batalla perdida... y el enemigo en esta batalla es la creciente complejidad de las TI. Tomemos, por ejemplo, la proliferación de los proveedores de servicios basados en la nube. Aunque el propio departamento de TI recurra a los servicios basados en la nube para acelerar las implementaciones y reducir los gastos de capital, los estudios de investigación muestran que las áreas de negocio adoptan soluciones en la nube a una velocidad 2,5 veces superior que las TI... y no siempre con la aprobación de las TI. Esto coloca a las TI en la difícil posición de admitir tecnologías que no necesariamente avala, lo que incrementa enormemente la complejidad de las TI.

El actual proceso de conversión de las TI en un producto de consumo, por el que los usuarios empresariales se sienten más cómodos y productivos si utilizan sus dispositivos personales en el lugar de trabajo, alimenta esta tendencia. Así surgió el fenómeno BYOD (siglas en inglés de trae tu propio dispositivo), que exige que las TI presten servicios que puedan admitir un creciente abanico de tecnologías en constante cambio. Los usuarios exigen compatibilidad y a la velocidad de la empresa. También exigen opciones de uso más personales.

Este cóctel de dispositivos y proveedores de servicios en expansión no hace sino agravar los ya imponentes retos de la gestión de datos. Por desgracia, los datos empresariales tradicionales, almacenados en columnas y tablas ordenadas, es la menor de las preocupaciones para las TI, que ahora deben hacer frente a una explosión en el crecimiento de los datos tanto de origen humano (correos electrónicos, presentaciones, grabaciones de voz, imágenes, vídeos y contenido de las redes sociales), como artificiales (flujos de clics y archivos de registro). En estas circunstancias, resulta fácil de entender por qué la complejidad del reto de los big data requiere la atención de las organizaciones de TI de todo el mundo.

El servicio de atención al cliente de TI y el Nuevo estilo de TI

Tanto si se trata de la proliferación de proveedores de servicios, el fenómeno BYOD, las redes sociales o el crecimiento de los big data, no hay nada que se vea tan afectado por estas tendencias como el servicio de atención al cliente de TI. Parte del problema es que el servicio de atención al cliente típico actual se configura de acuerdo con un proceso muy estructurado. Ocurre una incidencia en un área centralizada, los agentes clasifican el problema de acuerdo con las definiciones existentes y, seguidamente, la incidencia se asigna al grupo adecuado dentro de las TI.

Todo eso suena razonable... salvo por el hecho de que el Nuevo estilo de TI actual cada vez está más descentralizados y no se alinea de buen grado con dicha estructura. A medida que proliferan servicios en nube, dispositivos y datos, suele resultar difícil para las TI comprender qué es lo que están gestionando y mucho menos resolver el problema. Por ese motivo, los usuarios finales se decantan cada vez más por resolver los problemas por su cuenta. Antes de llamar al servicio de atención al cliente para pedir ayuda, muchos buscarán soluciones alternativas, como pedir ayuda a un colega, consultar foros y blogs o incluso introducir un mensaje de error en Google.

Por desgracia, los resultados obtenidos con estos métodos tienen una eficacia relativa que depende de variables como los conocimientos técnicos del colega o de la calidad de los resultados de la búsqueda. Estos métodos también nublan la visión para el equipo de soporte de TI. Los profesionales de TI pierden la noción de cuáles son los problemas y las necesidades y no pueden arreglar aquello que no ven. Y esto puede conducir a nuevos problemas. Cuando los usuarios salen a buscar sus propias respuestas, crean lo que se considera una especie de versión de la TI en la sombra, que puede provocar la propagación de los problemas y dañar la productividad de la organización. Las TI deberían poder funcionar mejor.



En el extremo opuesto, cuando los usuarios no encuentran las respuestas que buscan o con la rapidez que necesitan, recurren al servicio de atención al cliente, inundando a los agentes con solicitudes. Y, para complicar todavía más la cuestión, alguna de esas solicitudes tiene que ver con dispositivos y servicios sin soporte para los que el personal del servicio de atención al cliente no puede prestar ayuda, porque no dispone de los conocimientos necesarios para proporcionar una solución. Entretanto, la inundación de solicitudes distrae al personal de TI de los proyectos de gran valor empresarial que necesitan llegar a buen puerto.

Este problema excede el alcance del servicio de atención al cliente. En juego está la relevancia de las TI. Y esto no solo es así para los usuarios finales, sino también para la empresa. No es ningún secreto que la empresa desea maximizar el valor de las TI. Para ello, las TI necesitan dedicar menos recursos a mantener encendidas las luces y más a actividades estratégicas de valor añadido. Sin embargo, dados los retos de una mayor complejidad, ¿cómo puede su organización de TI ponerse a la altura de la situación?

Al final, debe haber una manera para que las TI puedan acceder a y compartir conocimientos con mayor eficacia con los usuarios finales en la parte empresarial de la ecuación de la gestión de servicios. El objetivo es conectar con inteligencia su paisaje de TI con las interacciones del usuario actual, para así facilitar una conversación común que entregue conocimientos colectivos, mejore la toma de decisiones y ayude a su organización de TI a resolver los problemas con mayor rapidez.

Este informe traza una ruta en ese sentido, aportando detalles sobre una nuevo enfoque para gestionar el Nuevo estilo de TI, uno que ayude a organizaciones como la suya a convertir los retos de la complejidad de las TI en oportunidades para incrementar drásticamente el rendimiento de las TI.

Un nuevo enfoque de la gestión del servicio

Gestionar servicios de TI de acuerdo con el Nuevo estilo de TI requiere un nuevo enfoque: uno que habilite a las TI y a los usuarios finales para que accedan a todos los tipos de datos en un instante y así generar los conocimientos necesarios para resolver los problemas con mayor rapidez. El objetivo es la toma de decisiones y la resolución de problemas basada en los datos.

Hay tres maneras en que los big data permiten esta transformación del servicio de atención al cliente de TI:

- Los big data convierten las TI sociales en conocimientos empresariales.
- Los big data habilitan un conocimiento integrado en las capas más profundas de la empresa.
- Los big data sientan las bases para la realización de análisis sobre los que se puede actuar.

Estudiemos más de cerca estos conceptos.

Los big data convierten las TI sociales en conocimientos empresariales

El soporte para las redes sociales permite que los usuarios interactúen en el trabajo igual que hacen en casa pero, ¿puede aprovechar la información para más de un one-off puntual?

Los big data nos brindan la oportunidad de capturar interacciones y crear conocimientos a partir de conversaciones, chats, correos de voz, correos electrónicos y otros soportes a fin de aumentar la base de conocimientos empresarial desde una perspectiva de negocio única. Ya no importa que no se sienta junto a un usuario experto quien, a su vez, es posible que viva en otro continente. Ahora tiene la capacidad para capturar su especialización, guardarla y aprovecharla en toda la organización, creando un conocimiento generado orgánicamente.

Cuando su solución de soporte combina gestión de TI sociales con tecnología de big data, la vida resulta más fácil para sus usuarios. La experiencia de soporte se convierte en un bien de consumo con un funcionamiento similar al de Facebook. Fomenta la implicación y la diversión. Los usuarios pueden acceder y compartir conocimientos de TI del mismo modo que acceden y comparten información en sus vidas cotidianas. Puede ayudarse entre sí para resolver sus problemas y los de los demás. Y pueden obtener respuestas a sus preguntas con mayor rapidez si lo comparamos con el modo en que se hacían las cosas antes: entregando una solicitud de soporte que guarda turno en una cola.

Desde la perspectiva del gestor, este cambio a un enfoque de las TI sociales permite que la organización de TI consolide y aproveche pedazos fragmentados de conocimientos diseminados por toda la empresa. Sin los big data, no puede utilizar con eficacia los resultados de las redes sociales para crear un servicio de atención al cliente más eficaz y productivo.

Los big data habilitan un conocimiento integrado en las capas más profundas de la empresa

Por un lado, si analizamos el término "big data" vemos que simplemente significa "datos grandes". No tienen valor para el servicio de atención al cliente. Sin embargo, cuando disponemos de las herramientas de análisis correctas, los big data le permiten combinar datos estructurados y sin estructurar, de varias fuentes, con relaciones. A continuación, puede exponer el conocimiento integrado y agregar un contexto empresarial al mismo para que las búsquedas generen resultados significativos y relevantes.

La función de búsqueda es una pasarela hacia la habilitación de sus usuarios y su equipo de soporte para extraer conocimiento de los big data. Es lo que hace que todo encaje a la perfección. Los resultados de búsqueda se entremezclan para que no tenga que buscar, por ejemplo, en Google, en TechNet y en otros lugares para identificar el mejor resultado. Con un enfoque adecuado de los big data, los resultados se combinan sobre la base de las clasificaciones, lo que ayuda a su equipo a crear inteligencia conectada.

Con las herramientas correctas en posición, los resultados de búsqueda se ordenan por prioridad para todos los usuarios, con vistas a hacer posible un enfoque de big data que crezca de manera orgánica. Los resultados se ordenan sobre la base de sus usuarios empresariales, por lo que es más probable que consiga la respuesta correcta en el momento correcto. El autoservicio se convierte en una realidad puesto que se generan más oportunidades para que los usuarios aborden los problemas directamente, con lo que se reduce el número de incidencias en la cola del servicio de atención al cliente.

Los big data sientan las bases para la realización de análisis sobre los que se puede actuar

Los big data hacen posible los análisis útiles, incluso en casos en los que surjan problemas de TI en la empresa que queden fuera del alcance de las TI. Estos problemas pueden reducir de manera importante la productividad de los usuarios empresariales. Debido a que las TI no disponen de conocimientos directos, se puede tardar mucho tiempo en corregir los problemas. Entretanto, los usuarios siguen buscando respuestas.

Si un problema particular afecta a todos los usuarios, se produce un efecto multiplicador. Aunque un usuario encuentre la respuesta, todos los empleados se toparán en algún momento con el mismo problema y seguirán la misma improductiva ruta hacia la búsqueda de respuestas.

Por medio de los análisis y la capacidad de los big data de captar las consultas de los usuarios, sus agentes del servicio de atención al cliente podrán identificar con rapidez el patrón y presentar un problema. A continuación, el personal de la organización de TI puede proceder a aislar y resolver el problema, para que otros no se topen con él. Al tiempo que reduce las llamadas al servicio de atención al cliente, este enfoque proactivo mejora la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Las TI pueden analizar las tendencias para ver qué buscan los usuarios. Si un buen número de usuarios busca artículos sobre un nuevo dispositivo que no admitido, las TI podrán comprobar que el dispositivo crece en popularidad y es posible que vean la conveniencia de añadir artículos para consultar por parte de los usuarios. Asimismo, quizá consideren ofertar el nuevo dispositivo como parte de su catálogo de servicios o simplemente añadir las directrices de soporte establecidas para el BYOD. Todo esto mejora la satisfacción del cliente y la productividad de usuarios y agentes del servicio de atención al cliente.

La herramienta adecuada lo hace todo posible

En última instancia, la herramienta adecuada es la que habilita el eslabón final en la cadena de la inteligencia conectada. Esta herramienta debería incluir una función de búsqueda inteligente para ayudar a los usuarios a acceder a los conocimientos que buscan con rapidez y eficacia. La herramienta debería ser capaz de interpretar diferentes tipos de datos — incluidos archivos y audio e imágenes— y entregar resultados de búsqueda de una manera predictiva. La herramienta debería ser proactiva y sugerente a la hora de entregar resultados de datos en respuesta a consultas.

Tecnología para una gestión transformadora del servicio

Para gestionar servicios de TI de acuerdo con el Nuevo estilo de TI, necesita tecnologías que permitan que sus usuarios finales y su equipo de soporte accedan instantáneamente a grandes cantidades de datos estructurados y no estructurados, para obtener los conocimientos que precisan para resolver problemas.

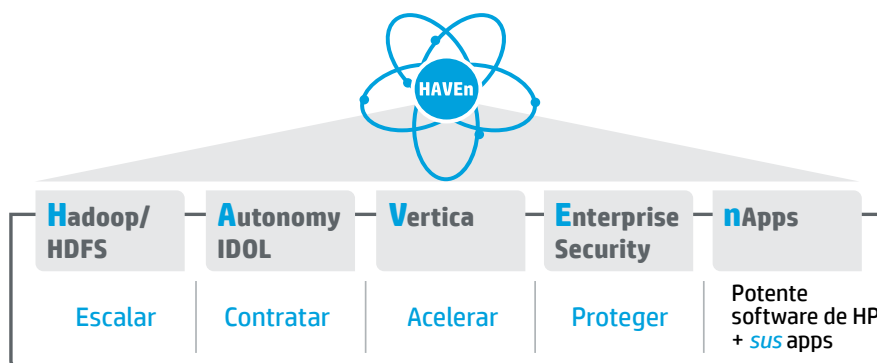
Aquí es donde la tecnología HP HAVEn entra en juego. HP HAVEn es la primera plataforma integral, escalable, abierta y segura del sector para los big data. Pero, ¿de qué forma HP HAVEn ayuda a transformar la gestión de los servicios de TI? La respuesta tiene mucho que ver con HP Service Anywhere. Potente, escalable y fácil de usar, HP Service Anywhere es una solución de servicio de atención al cliente basado en la nube que lleva integrada la tecnología HP HAVEn.

Esta solución habilita a su organización de TI para capturar un universo de datos más amplio, de un abanico más extenso de fuentes, con vistas a hacer un uso optimizado de los mismos y a resolver los problemas de manera más eficaz. Este acceso hace que su organización sea más ágil a la hora de responder a la complejidad en constante cambio y expansión del paisaje actual de las TI. Prácticamente no se excluye ninguna fuente de información: ya se trate de correo electrónico SharePoint, blogs, wikis, contenido de redes sociales o documentos de bases de conocimientos, por mencionar solo a algunas.

Componentes principales de HP HAVEn

- Hadoop: para almacenar de manera rentable cantidades masivas de datos procedentes de prácticamente cualquier fuente
- Autonomy IDOL: para procesar y acceder a grandes cantidades de datos no estructurados generados por humanos
- Vertica: para análisis de datos muy escalables y rápidos
- Enterprise security: para recopilar, almacenar y analizar cantidades masivas de datos de gestión de seguridad y eventos
- nApps: para crear y ejecutar aplicaciones que aprovechen esta plataforma

Figura 1. HP HAVEn de un vistazo



Un detalle a tener en cuenta es que HP HAVEn también incluye conectores que le permiten recopilar todo tipo de datos, de varias fuentes, tanto internas como externas.

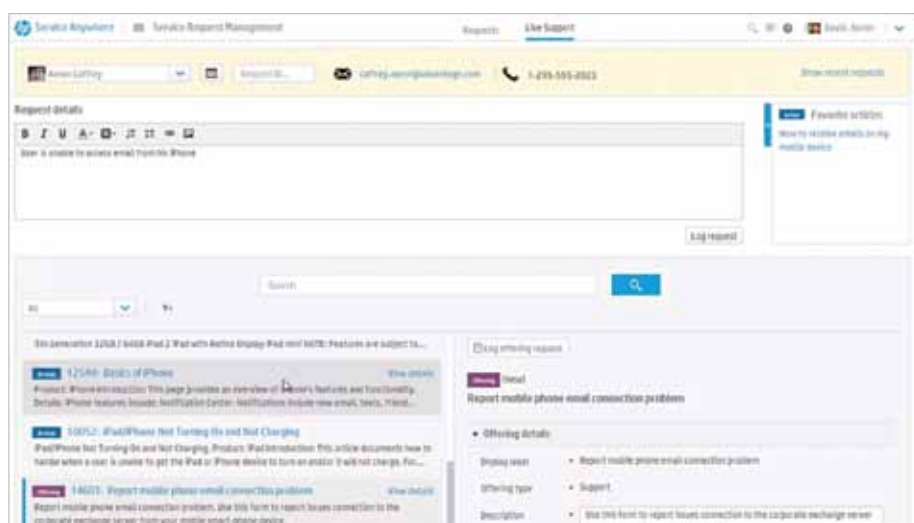
Además, cada uno de estos motores posee un marco ampliable que le permite añadir conectores a medida según sea necesario. Y, lo que es más, todos los datos se almacenan, indexan y ponen a disposición para la realización de búsquedas y análisis inmediatos de acuerdo con las prácticas recomendadas del sector en términos de gobernabilidad de los datos. De este modo, se protege la integridad de los datos y le permite beneficiarse al 100% de los datos de su entorno.

Mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente

Una parte importante de la funcionalidad de HP Service Anywhere está diseñada para liberar recursos de TI, de tal modo que los agentes se pueden centrar en actividades de mayor valor añadido. Las funciones de colaboración social y autoservicio, por ejemplo, ayudan a evitar las incidencias y a aliviar la carga a unos agentes, con frecuencia, ya sobrecargados.

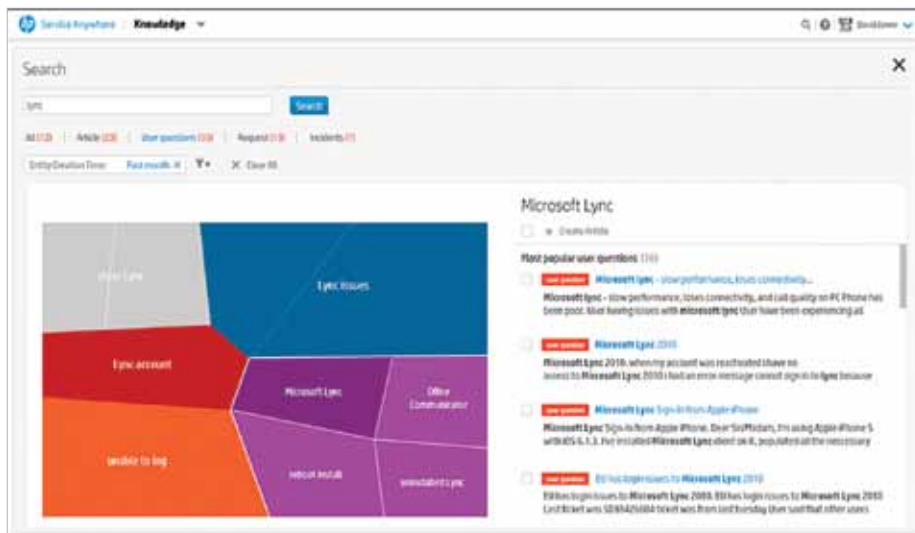
Al mismo tiempo, HP Service Anywhere hace hincapié en la eficacia de resolución de las incidencias que sí llegan al servicio de atención al cliente. Por eso, la solución usa funcionalidad avanzada para ayudar a los agentes a priorizar y clasificar problemas con rapidez para, a continuación, reasignarlos al ámbito correcto, de tal forma que su resolución tenga lugar siempre a la primera.

Asimismo, HP Service Anywhere capacita a sus clientes con las mismas potentes funciones de búsqueda a disposición de los usuarios finales. A la hora de buscar problemas de soporte del servicio, por ejemplo, la solución presenta al agente las preguntas de usuario relevantes que encajan con el contexto de la incidencia actual y con el perfil de especialización del agente. Al final, estas capacidades avanzadas de búsqueda le ayudan a crear un servicio de atención al cliente más ágil. Su personal de soporte puede trabajar con mayor rapidez y eficacia, lo que ayuda a incrementar la satisfacción de los usuarios finales.



Y, lo que es más, HP Service Anywhere capacita a los agentes a crear o importar artículos de conocimiento relevantes y aplicar reglas de derechos para definir con precisión el público adecuado. Todos los contenidos se ordenan dentro de una jerarquía de servicio y, a continuación, se gobiernan de acuerdo con un flujo de proceso de gestión del conocimiento. Este proceso, que incluye pasos para la publicación y la aprobación de contenidos, se puede configurar para adaptarse a los requisitos únicos de su organización. También puede ampliar esta funcionalidad de creación a los usuarios finales, al tiempo que mantiene el control de las TI sobre la publicación.

Es importante recordar que las incidencias entrantes no están limitadas a solicitudes de servicio de usuarios finales. Una parte considerable del tiempo del agente se dedica también a las incidencias de gestión de cambios. HP Service Anywhere también ayuda a impulsar el rendimiento de los agentes en este ámbito, al proporcionar acceso a datos sobre el registro histórico completo relativo a procesos de solicitudes, incidencias, problemas y cambios. Se trata de una fuente muy valiosa de datos para los agentes, quienes podrán usarla para encontrar resoluciones a varios problemas a fin de ayudar a acelerar las tareas de gestión de los cambios con una calidad creciente.



Los big data sientan las bases para la realización de análisis sobre los que se puede actuar

Los big data hacen posible los análisis útiles, incluso en casos en los que surjan problemas de TI en la empresa que queden fuera del alcance de las TI. Estos problemas pueden reducir de manera importante la productividad de los usuarios empresariales. Debido a que las TI no disponen de conocimientos directos, se puede tardar mucho tiempo en corregir los problemas. Entretanto, los usuarios siguen buscando respuestas.

Principales conclusiones

A fin de mejorar la calidad del servicio, la eficacia del personal y reducir el número de incidencias que deben tramitarse, su organización necesita inteligencia conectada a través de una tecnología de big data con un elevado grado de integración. La inteligencia conectada es una de las claves para ofrecer las respuestas adecuadas a su personal de TI, a usuarios y a la empresa en su conjunto.

HP Service Anywhere hace realidad la inteligencia conectada. Captura conversaciones e interacciones sociales en un contexto empresarial, generando propiedad intelectual de la empresa de valor incalculable, y le brinda la posibilidad de acceder con inteligencia a esta información a la velocidad de la empresa.

Con su portal de autoservicio social, que se apoya en potentes funciones de redes sociales centradas en el usuario y de búsquedas mediante el uso del lenguaje natural, HP Service Anywhere capacita a sus usuarios para ayudarse entre ellos, con la consiguiente reducción en el número de incidencias y consultas a las TI y el aumento en la calidad del servicio. Y, todavía más importante, la capacidad para interactuar con su equipo de soporte de una manera más articulada en torno al consumo puede mejorar la satisfacción del cliente.

Más información en
hp.com/go/serviceanywhere
hp.com/go/HAVen

Regístrese y reciba las actualizaciones
hp.com/go/getupdated


 Comparta con colegas

