

HISTORIAS DE CLIENTES

Zendesk Support: el servicio centralizado de Shopify para ayudar a los clientes

Averigüe como Shopify puede ahora enfocarse en un solo espacio de trabajo para ofrecer soporte a sus clientes con los productos de atención al cliente de Zendesk.



“Los productos de Zendesk son excelentes, la compañía es fantástica, pero lo que ha sido verdaderamente valioso es la relación entre Shopify y Zendesk, y entre Shopify y los demás usuarios de Zendesk”.

– **Chris Wilson**

Director de Soporte Técnico – Shopify

92%

CSAT Promedio

170 mil

Conversaciones mensuales

Más de
\$20.000 M

Total de ventas en Shopify

+300.000

Vendedores

En el otoño de 2012, Shopify estaba listo para el tipo de crecimiento vertiginoso con el que sueña la mayoría de las startups.

En aquel entonces, la compañía de software con sede en Canadá acababa de ser nombrada una de las diez compañías minoristas más innovadoras por Fast Company y estaba integrando nuevos vendedores en su plataforma de comercio electrónico basada en la nube a un buen ritmo.

De hecho, durante los cuatro años siguientes, Shopify creció rápidamente: de 20.000 vendedores a más de 300.000. Mientras tanto, la compañía se adaptó rápidamente para mantenerse a la par de sus clientes y no ha dejado de superar las expectativas desde entonces. Shopify se ha mantenido a la delantera del sector ofreciendo integraciones oportunas con proveedores de servicios de pago, como Apple Pay, y con plataformas emergentes de mensajería, como Facebook Messenger, además de su asociación con Amazon. Sin embargo, durante la primera avalancha de nuevos negocios, Shopify se dio cuenta rápidamente de que sus equipos pasaban apuros al integrar y ofrecer soporte a los nuevos vendedores, en gran parte porque las herramientas con las que contaban no eran suficientes para la gran cantidad de solicitudes nuevas que recibían.



“La herramienta que teníamos no nos dejaba avanzar”, admitió Chris Wilson, director de soporte técnico. “Los informes eran un problema para nosotros y la herramienta no nos permitía interactuar con los vendedores”.

En esa época, el equipo de atención al cliente de Shopify utilizaba Assistly, que luego se convirtió en Desk.com, y debido a problemas de latencia, los agentes tenían que abrir 5 o 6 tickets a la vez para mitigar las demoras en la carga. Así es como comenzó la búsqueda de una nueva solución. Después de oír buenos comentarios sobre Zendesk, el equipo decidió averiguar más..

“Nos encantó Zendesk desde el principio”, afirmó Wilson. “El producto era excelente, pero el soporte que venía incluido era también increíble. Todas las personas con las que interactuábamos estaban comprometidas con nuestro éxito”.

Debido a que la sede se encontraba fuera de Silicon Valley, los líderes de soporte de Shopify a veces no sabían cómo otras compañías parecidas manejaban los periodos de crecimiento intenso, o cómo hacían para optimizar sus procesos y herramientas.

“Zendesk nos ayudó mucho dándonos ideas y luego conectándonos con otras compañías que se habían enfrentado a retos similares”, comentó Wilson.

“Definitivamente, consideramos a Zendesk como más que un simple programa de software”, agregó Roy Sunstrum, vicepresidente de atención al cliente. “Nunca antes había visto, en los negocios, tanto enfoque en las relaciones, y no solo en las relaciones de ventas, sino más bien en los clientes como una comunidad”.



Los líderes de soporte esperaban tener que invertir un mes en desplegar Zendesk, pero recibieron una agradable sorpresa. En un solo día, los agentes ya sabían lo necesario para comenzar a trabajar. El equipo descubrió que Zendesk Support era flexible, fácil de usar y, lo más importante, rápido. Los tiempos de carga ya no eran un problema y los ejecutivos de soporte ahora contaban con información casi en tiempo real.

Los líderes de soporte esperaban tener que invertir un mes en desplegar Zendesk, pero recibieron una agradable sorpresa. En un solo día, los agentes ya sabían lo necesario para comenzar a trabajar. El equipo descubrió que Zendesk Support era flexible, fácil de usar y, lo más importante, rápido. Los tiempos de carga ya no eran un problema y los ejecutivos de soporte ahora contaban con información casi en tiempo real.

A largo plazo, esta fue una, o quizás la primera, de muchas transformaciones en Shopify. Poco después de que el equipo implementó Zendesk Support, los líderes se dieron cuenta de que los vendedores con frecuencia hacían preguntas de ventas y de soporte durante la misma interacción. Como consecuencia, el equipo interno de ventas adoptó un rol de capacitación de ventas, ayudando a identificar las mejores oportunidades para realizar ventas cruzadas e incrementales, y el equipo de soporte recibió los recursos necesarios para atender consultas de ventas y soporte. El resultado final fue beneficioso para todos, porque ya no era necesario transferir a los vendedores a otra persona o moverlos a otro canal de soporte según su pregunta. También dio una nueva perspectiva al rol del equipo de soporte dentro del negocio.

A largo plazo, esta fue una, o quizás la primera, de muchas transformaciones en Shopify. Poco después de que el equipo implementó Zendesk Support, los líderes se dieron cuenta de que los vendedores con frecuencia hacían preguntas de ventas y de soporte durante la misma interacción. Como consecuencia, el equipo interno de ventas adoptó un rol de capacitación de ventas, ayudando a identificar las mejores oportunidades para realizar ventas cruzadas e incrementales, y el equipo de soporte recibió los recursos necesarios para atender consultas de ventas y soporte. El resultado final fue beneficioso para todos, porque ya no era necesario transferir a los vendedores a otra persona o moverlos a otro canal de soporte según su pregunta. También dio una nueva perspectiva al rol del equipo de soporte dentro del negocio.

“Me parece que hubo una época en Shopify en la que los ejecutivos de la compañía pensaban que el soporte solo era necesario debido a fallas en el producto y que, si se tenía un producto perfecto, no había necesidad de soporte”, dijo Sunstrum. “Pero creo que ya todos han superado esa etapa y ahora dicen que lo que en realidad se necesita para impulsar el aumento en el número de vendedores y hacer que se queden y gasten más es la experiencia humana junto con una maravillosa experiencia con el producto”.

El extenso marketplace de aplicaciones de Zendesk y su API flexible también fueron fundamentales para ayudar a que Shopify hiciera crecer su soporte. Por ejemplo, Shopify utiliza la API de Twilio para extender Zendesk Support a un call center hecho a la medida, lo que brinda visibilidad completa a los tickets creados por mensajes de voz y correo electrónico, y permite que el equipo se enfoque en proporcionar una experiencia mucho más fluida para los vendedores.

Las integraciones con Salesforce y Gainsight también ayudan al equipo de Sunstrum a lograr eficiencias porque evitan la rotación de clientes y proporcionan más datos de CRM a los agentes mientras realizan ventas incrementales y cruzadas. Shopify también usa Crear de SurveyMonkey para recopilar datos de Voz del cliente, además de varias otras aplicaciones creadas por Zendesk, como Seguimiento del tiempo, Censura de tickets y Cinco más recientes.



“Podemos realmente adaptar Zendesk Support a nuestro negocio en lugar de cambiar nuestro negocio para que se adapte a Support”, afirmó Wilson. “Support es el eje, la herramienta central que se encarga de conectarlo todo. A medida que vamos creciendo, hay más presión por centralizar y para garantizar que cuando los agentes inicien sesión en Support, tengan todo en un solo lugar”.

“Podemos realmente adaptar Zendesk Support a nuestro negocio en lugar de cambiar nuestro negocio para que se adapte a Support”, afirmó Wilson. “Support es el eje, la herramienta central que se encarga de conectarlo todo. A medida que vamos creciendo, hay más presión por centralizar y para garantizar que cuando los agentes inicien sesión en Support, tengan todo en un solo lugar”.

En 2013, Shopify tenía solo de 30 a 40 personas que trabajaban con Zendesk Support, pero para mediados de 2016, más de 600 agentes de soporte y empleados de Shopify usaban la herramienta para brindar soporte a vendedores, y como el punto central de la verdad de la información para los clientes. De hecho, Support es tan flexible y tan fácil de usar que la herramienta ha sido adoptada por otros departamentos internos, incluidos los equipos de Recursos Humanos y TI de Shopify.

“Nunca nos ha sucedido que Zendesk no pueda crecer con nosotros”, explicó Wilson. “Support es una herramienta en la que se puede confiar en cuanto a velocidad y rendimiento, y la podemos ampliar y adaptar a nuestras necesidades”.

El equipo de Shopify tiene muchas maneras a su disposición para cuantificar su éxito, pero según Wilson y Sunstrum, la compañía determina su éxito en función del éxito de sus vendedores. Eso se puede observar fácilmente con solo darle una mirada rápida a la página principal de Shopify: mientras se lee el texto de la página, el importe en dólares de los productos vendidos por los vendedores usando Shopify crece poco a poco.

El equipo de Shopify tiene muchas maneras a su disposición para cuantificar su éxito, pero según Wilson y Sunstrum, la compañía determina su éxito en función del éxito de sus vendedores. Eso se puede observar fácilmente con solo darle una mirada rápida a la página principal de Shopify: mientras se lee el texto de la página, el importe en dólares de los productos vendidos por los vendedores usando Shopify crece poco a poco.

Pero el éxito abarca más que solo las ventas. El equipo de soporte de Shopify está motivado por la satisfacción de los clientes, y por evitar lo que llaman “la trampa de la eficiencia”.

“Nos preocupa la CSAT (que llamamos “caritas sonrientes”) y queremos asegurarnos de que estamos haciendo lo correcto para nuestros clientes y agentes”, afirmó Wilson. “Queremos estar seguros de que los vendedores se sientan ayudados y apoyados, y de que no estemos buscando reducir costos en detrimento de la experiencia de los vendedores”.

Prueba Zendesk

Empieza tu prueba gratis
y mira a Zendesk en acción

