



StanleyBlack&Decker

HISTORIAS DE CLIENTES

Stanley Black & Decker elige Zendesk para ofrecer soporte omnicanal



“El equipo de servicios profesionales de Zendesk fue el verdadero motivo de nuestra implementación excelente y puntual de Zendesk”.

– Orlando Gadea Ros

Gerente de innovación empresarial – Stanley Black and Decker

3 Semanas

Tiempo de implementación

90%

CSAT

10,000

Tickets por mes

100%

Cumplimiento del FRT de 1 hora de los SLA

Por más de un siglo, Stanley Black & Decker ha ayudado a las personas y a los negocios con sus proyectos. La compañía vende 50 herramientas por segundo, así que es muy probable que quienquiera que esté haciendo un proyecto de renovación en casa lo haga con una herramienta eléctrica de Stanley Black & Decker en mano.

Profundamente arraigada en el sector de manufactura de Estados Unidos, la empresa tiene cada vez más presencia mundial, establece la norma para soluciones de herramientas y almacenamiento, y sigue a la cabeza de la innovación transformando su propio mercado con la tecnología más avanzada y un servicio de atención al cliente totalmente renovado. Cuando se dio cuenta de que las expectativas de los clientes han cambiado con los años, Stanley Black & Decker comenzó a buscar una herramienta que la compañía no fabrica: software para el servicio de atención al cliente.

Jaime Ramírez, presidente de Stanley Black & Decker, tenía una visión clara de cómo debía evolucionar la empresa para estar más cerca del usuario final: mejorando la experiencia después de la compra del producto. Orlando Gadea Ros, gerente de innovación empresarial de Stanley Black & Decker, explicó que, una vez que se determinó que era una necesidad apremiante de la compañía, el equipo de posventa e innovación se puso manos a la obra para solucionar esta exigencia.

Y añadió: “Teníamos call centers en Turquía, Argentina, Perú y Brasil, pero no estaban integrados a un ecosistema unido, y deseábamos centralizar los datos para poder impulsar las mejoras en la empresa. Nuestros centros de contacto no estaban diseñados con una respuesta multicanal en mente, y la verdad es que no había manera de que pudiéramos responder a las preguntas por canales diversos”.

Gadea había usado Zendesk en otra compañía, y sabía que los equipos de atención recién organizados necesitaban una solución de soporte omnicanal que ofreciera chat en vivo, teléfono, tickets por correo electrónico y una base de conocimientos para redireccionar las preguntas comunes.

“Necesitábamos algo adaptable y fácil de implementar, que es lo que recordaba de mi experiencia anterior con Zendesk”, afirma. “Queríamos una solución que integrara todos los canales y nos diera la flexibilidad para implementarla tal y como la necesitábamos”.

El ritmo de implementación era importante ya que, en conjunto, los equipos manejan un promedio de 10.000 tickets por mes. Apenas tres semanas después de adquirir la suite de productos Zendesk —Support, Guide, Chat y Talk—, los equipos de soporte de Stanley Black & Decker distribuidos por todo el mundo ya estaban trabajando en todos los canales tras un solo día de capacitación.



Para lograr esto, Stanley Black & Decker contrató al equipo de servicios profesionales de Zendesk. Desde el inicio, la implementación tomó en cuenta el soporte en varios idiomas. Los agentes atienden a clientes en inglés, español, portugués y turco, y hay planes de añadir coreano, chino y ruso en los próximos meses. Entretanto, la compañía también ha integrado más de 50 páginas de Facebook en Zendesk Support, para crear tickets de los mensajes que llegan a través de Facebook Messenger y asegurarse de que se capten las inquietudes de todos los clientes y se tomen en cuenta en el proceso de soporte.

“Eficiencia es la palabra que usaría para describir a Zendesk”, comentó Gadea. “El equipo de servicios profesionales de Zendesk nos guió paso a paso para enseñarnos los aspectos clave de lo que teníamos que hacer. No ha habido necesidad de dar marcha atrás para hacer grandes cambios en la configuración de ninguno de los mercados”.

Otro componente esencial de la estrategia de Stanley Black & Decker fue incluir el Web Widget de Zendesk en sus páginas de soporte como ayuda para capturar las ventas. “El ‘Black Friday’ llegó tres semanas después de estrenar la solución”, explicó Carlos Jaimes, gerente de la experiencia posventa. “En Colombia, se agotó la mercancía en varias tiendas el primer día, pero con el Web Widget y chat, pudimos redirigir el tráfico a otras”. El resultado final fue un aumento del 500 % en las ventas con respecto al año anterior.

Parte del atractivo de Zendesk es su capacidad para mejorar los flujos de trabajo de los agentes por medio de macros y disparadores. “Estamos desviando todas las llamadas con disparadores, y creamos nuestros propios formularios de contacto para condiciones diversas”, señala Gadea. “Aplicamos el disparador al formulario que va a usar el cliente, y los agentes reciben una guía para llenar la información que se necesita y eliminar con ello cualquier trabajo adicional”.

La compañía aprovecha el Apps Marketplace de Zendesk para usar una gran selección de aplicaciones, entre ellas: Mostrar tickets relacionados, Descargar grabaciones, así como la aplicación Knowledge Capture en Zendesk Guide.

“Creo que el Apps Marketplace es un componente clave de Zendesk”, opina Gardea. “Para nosotros, era importante poder usar proveedores externos y aplicaciones de terceros”.

Con Zendesk Guide y la aplicación Knowledge Capture, Stanley Black & Decker puede redireccionar tickets, lo cual es sumamente importante ya que entre el 40 y el 60 % de todas las visitas al sitio web son a las páginas de soporte de la compañía. En especial, gracias a la aplicación Knowledge Capture, los líderes de soporte han podido colaborar con marketing para ofrecer el contenido de ayuda adecuado a cada región.

La eficiencia de los flujos de trabajo facilita a los equipos cumplir perfectamente con el tiempo de primera respuesta (FRT) de 1 hora estipulado en los SLA; a menudo, el tiempo de respuesta es de 30 minutos. Con tiempos de respuesta más rápidos y procesos simplificados, la satisfacción del cliente sigue creciendo. El índice de referencia del equipo es del 85 %, y el promedio se sitúa alrededor del 90 %.

El equipo prevé que, en 2018 y más adelante, el volumen de tickets se duplicará. “No nos preocupa el aspecto técnico”, afirma Gadea. “Confiamos en que Zendesk nos permitirá atender el volumen cada vez mayor de tickets”.

Ese grado de confianza se debe a su experiencia personal. Cuando Gadea visitó un call center en Turquía, logró capacitar a los agentes, por medio de un intérprete, en una sola mañana. “No hablo turco, pero un integrante de nuestra compañía me ayudó a traducir todo”, relató. “A los agentes les gustó tanto Zendesk, que el propietario del call center me pidió que lo pusiera en contacto con Zendesk para poder migrar algunos otros equipos y operaciones a la solución”.

Aunque la facilidad de uso de Zendesk ha contribuido a la expansión de la compañía a los mercados emergentes, hay que mencionar que los análisis de Support también son indispensables para que el presidente de Stanley Black & Decker y otros ejecutivos de alto nivel se mantengan informados de la situación y de las iniciativas del servicio de atención al cliente de la empresa.

“Ha sido asombroso mostrar lo que la tecnología puede lograr y lo que podemos hacer con datos en vivo y en tiempo real; Zendesk nos ayuda a ser eficientes sin necesidad de un presupuesto elevado”, comentó Gadea.



Le ayudamos a impulsar la Experiencia del Cliente
y del Colaborador de su Organización

✉ info@interactioncx.com ☎ +507 6631-8777

Prueba Zendesk

Empieza tu prueba gratis
y mira a Zendesk en acción

