

Mendelics integra CX para clientes B2B y B2C

Mendelics, el primer y mayor laboratorio brasileño especializado en pruebas de diagnóstico genético para enfermedades raras y cáncer utilizando la técnica de secuenciación de próxima generación (NGS), recurrió a Zendesk para unificar las interacciones con clientes B2B y B2C.



“Contar con una plataforma multicanal que permite una visión 360° del recorrido del cliente en una única pantalla aporta una experiencia diferenciada a nuestros agentes, facilitando la trazabilidad y el histórico de servicios de cada cliente.”

- Elaine Regis

Gerente de Servicio - Mendelics

“La alianza con Zendesk aportó mayor inteligencia a los procesos de CX y nos permitió comprender a fondo las inquietudes de nuestros clientes. Ya sean empresas asociadas, proveedores o clientes, todos tienen un acceso más fácil a nuestro negocio.”

- David Albergoni

Gerente de Infraestructura e Instalaciones - Mendelics

SEDE CORPORATIVA

São Paulo, Brasil

SATISFACCION DE CLIENTE (CSAT)

80%

CLIENTES DE ZENDESK DESDE

2016

+62%

Resoluciones de autoservicio

-29%

Disminución del volumen de llamadas mensuales

-45%

Disminución del tiempo de primera respuesta

-11%

Disminución del tiempo de resolución de llamadas

Transformando vidas a través de la genética

Pioneros y líderes en secuenciación de nueva generación (NGS) en Latinoamérica, Mendelics se fundó en 2012 con el objetivo de hacer que el diagnóstico genético sea rápido, preciso y accesible para todos aquellos que lo requieren.

Con una trayectoria marcada por la innovación tecnológica, la compañía ya ha realizado más de 100,000 pruebas genéticas para diversas especialidades médicas y ganó el Premio a la Innovación del MIT con su software patentado Abracadabra, que utiliza inteligencia artificial (IA) para analizar datos genéticos y garantizar una mayor agilidad en la entrega de informes.

Con el paso de los años, el laboratorio se ha convertido en el único laboratorio de genómica en Latinoamérica en obtener las principales acreditaciones del CAP (Colegio Americano de Patólogos – #8671464), PALC (Programa de Acreditación para Laboratorios Clínicos – #11778564) e INMETRO, según la norma NBR/ISO-15189.

En 2019, Mendelics lanzó meuDNA, una empresa que ofrece pruebas genéticas de ascendencia y salud (no diagnósticas) directamente al público final. La empresa surgió con la misión de mejorar la calidad de vida de las personas mediante información genética personalizada. En poco tiempo, meuDNA se convirtió en una de las empresas más reconocidas del sector, con clientes en todo Brasil y fomentando el debate sobre genética.

Mejoras de la experiencia para clientes y socios

Con el objetivo de brindar la mejor experiencia posible a todos los públicos atendidos por Mendelics, la empresa mantiene una alianza con Zendesk desde 2016.

La implementación continua de diferentes funcionalidades de la plataforma CX (experiencia del cliente) ha acompañado el crecimiento de la empresa, ya que su relación se centraba exclusivamente en el segmento B2B, mediante la venta de exámenes al sector público y a socios como farmacias, hospitales, clínicas y laboratorios de análisis diagnóstico. En aquel momento, la alianza se limitaba al servicio de correo electrónico y abarcaba la gestión básica de llamadas.

Con el apoyo del equipo de Éxito del Cliente (CS) de Zendesk, Mendelics logró optimizar su relación con los clientes B2B y B2C, además de facilitar la rutina de los agentes de servicio. La empresa llegó a este resultado tras una importante lección estratégica: para optimizar los diálogos con diferentes públicos, es necesario integrar todas las interacciones en una misma instancia de la herramienta CX, en lugar de mantenerlas separadas.

El siguiente paso, bajo la dirección de David Albergoni, Gerente de Infraestructura e Instalaciones de Mendelics, fue incorporar dos marcas a la plataforma Zendesk: Mendelics, para clientes B2B, y meuDNA, un canal de relación con clientes minoristas B2C.

Albergoni gestionó el desarrollo del canal con el apoyo de Zendesk tras identificar que la plataforma era la que mejor satisfacía las necesidades de este nuevo frente B2C. El proyecto de implementación fue ágil y se llevó a cabo sin dificultades, con la plataforma operativa en poco tiempo.

Dosis concentradas de CX, prescritas por expertos

Al iniciar las interacciones con los clientes B2C y B2B, Mendelics tenía dos instancias independientes de la plataforma Zendesk, cada una responsable de gestionar el servicio a un perfil de audiencia. La necesidad de tener una visión integrada de las interacciones con todos los clientes ha ampliado la asociación de la compañía con Zendesk.

Estas y otras mejoras se implementaron con el apoyo del equipo de CS de Zendesk. Mendelics comenzó a reunirse con los especialistas de Zendesk cada dos semanas para poner en práctica avances que facilitarían el uso de todos los recursos de la herramienta en el día a día. De esta manera, fue posible cubrir varios frentes de acción en CX con funcionalidades aún no implementadas en la plataforma, incluyendo macros, vistas e implementación de chat.

La actualización de la plataforma y el apoyo del equipo de CS no solo mitigaron los problemas de servicio (como la segregación entre B2B y B2C), sino que también extendieron la plataforma Zendesk a parte del equipo de ventas a través de Zendesk Sell. Juntos, todos los agentes gestionan miles de interacciones mensuales.

Con estos cambios, el diálogo entre las personas y la empresa, centralizado a través de meuDNA, se hizo más ágil y amigable. A través de las herramientas de Zendesk, los usuarios reciben soporte a través del chat (al que se puede acceder a través del sitio web de la empresa, lo que lleva a un diálogo con el servicio humano), a través del centro de ayuda (que reúne preguntas y respuestas frecuentes sin tener que llamar a un agente) y las redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn).

Todos los contactos y reclamaciones también son fácilmente mapeados por la plataforma. Con el apoyo de la tecnología de Zendesk, ya ha sido posible reducir el tiempo medio de primera respuesta en un 45% (de octubre de 2021 a febrero de 2022) y en un 11,07% el tiempo medio de resolución de llamadas (de noviembre de 2021 a febrero de 2022).

Diagnóstico preciso para cada perfil de cliente

En 2021, un ajuste realizado con el apoyo del equipo de CS de Zendesk ayudó a transformar la plataforma en formas aún más estratégicas de contacto con el cliente. Esto amplió las posibilidades relacionadas con la extracción de datos para apoyar la toma de decisiones por parte de los líderes de Mendelics.

Dada la capacidad de abarcar diferentes marcas de una misma compañía, la solución de Zendesk ayuda a ofrecer interacciones específicas y personalizadas para diferentes audiencias. Las parametrizaciones en la plataforma ofrecen una visión completa de la experiencia vivida por cada cliente, sin importar el área involucrada en el servicio.

Tan importante como ofrecer un servicio de alta calidad es proporcionar herramientas adecuadas que faciliten el desempeño de los agentes, lo que es esencial para crear un entorno propicio para el éxito en CX. Es con esto en mente que Mendelics está actualmente planeando mejoras con la extensión del autoservicio a través del agente Zendesk AI y SLAs.

Se trata de proyectos que tienen en cuenta la visión del agente, para que el trabajo del equipo sea aún más ágil y eficaz. Ya con el apoyo del centro de ayuda de Mendelics y meuDNA, la empresa registró de octubre de 2021 a enero de 2022 un aumento del 61.6% en el volumen de solicitudes resueltas a través del autoservicio (sin necesidad de llamar a un agente) o de canales menos costosos. Esto contribuyó a una reducción del 28.8% en el volumen de llamadas de servicio abiertas en el mismo periodo.

Al concentrar la gestión de canales (correo electrónico, centro de ayuda, teléfono y CRM en Mendelics; y chat y centro de ayuda en meuDNA), Zendesk se ha consolidado como la principal herramienta de servicio de la empresa. Los resultados benefician tanto al público interno como al externo, combinando la agilidad en el trabajo de los agentes con una mayor facilidad de acceso y comunicación tanto para pacientes y clientes como para las empresas. No es casualidad que estos avances se traduzcan en un aumento del CSAT, índice que mide la satisfacción de los clientes, que se acercó al 80% de media a principios de 2022.



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

