

# Customer Success para compañías SaaS





# Hola

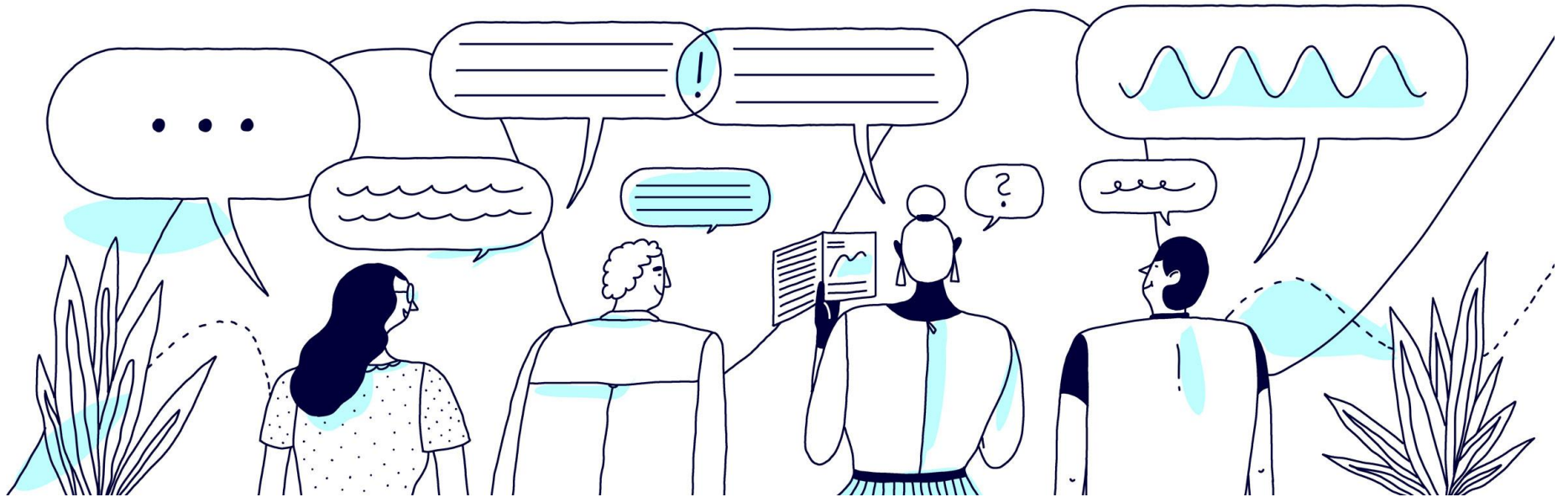
Soy Ricardo Alday

Github • Twitter • Instagram  
**@rickalday**

Email  
**hello@rickalday.com**



# ¿Qué es Customer Success?



# Customer Success

El éxito del cliente es la disciplina a través de la cual se ayuda a los clientes a lograr el **resultado** que promete tu servicio.

Centrarse en el resultado en lugar de las características del servicio ayuda a diferenciar entre **cuál es tu servicio y para qué sirve**.

También ayuda a diferenciar entre **comprar, implementar, usar y obtener valor del servicio**.



# Soporte al cliente vs Éxito del cliente

**Enfoque:** La atención al cliente recibe y responde, mientras que el éxito del cliente discute y elabora estrategias de manera proactiva.

**Objetivo:** El soporte al cliente se enfoca en la resolución y evitación de problemas, mientras que el éxito del cliente trabaja para lograr los resultados comerciales deseados a medida que el viaje del cliente continúa.

**Métricas:** las métricas de atención al cliente miden la calidad del servicio prestado, los tiempos de resolución y la satisfacción general del cliente; El éxito del cliente se centra en las métricas relacionadas con el impacto comercial, como la retención del cliente, la expansión y el valor general de por vida.

**Habilidades y disciplinas:** los profesionales de atención al cliente poseen habilidades que coinciden con los equipos de ingeniería, marketing y operaciones; El éxito del cliente puede extenderse a una amplia gama de disciplinas y experiencia en la industria y son más consultivos. Ambos roles requieren que los profesionales sean empáticos, solucionen problemas, ingeniosos con una comprensión integral de quién es el cliente.

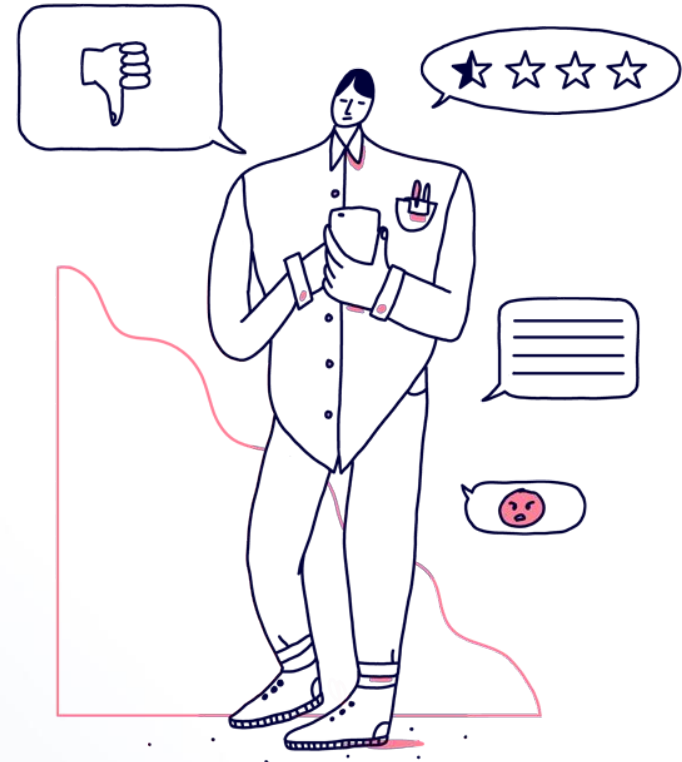
**Impacto en el negocio:** el soporte al cliente es integral para administrar un negocio porque las preguntas de los clientes siempre deben ser respondidas, mientras que el éxito del cliente es a menudo una función comercial de valor agregado, que genera ingresos y expansión.



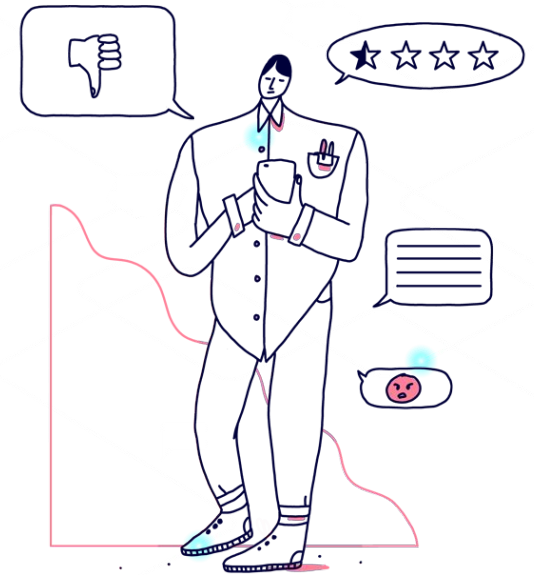
# El costo de dar una mala experiencia al cliente

Perder incluso un solo cliente puede ser muy costoso.

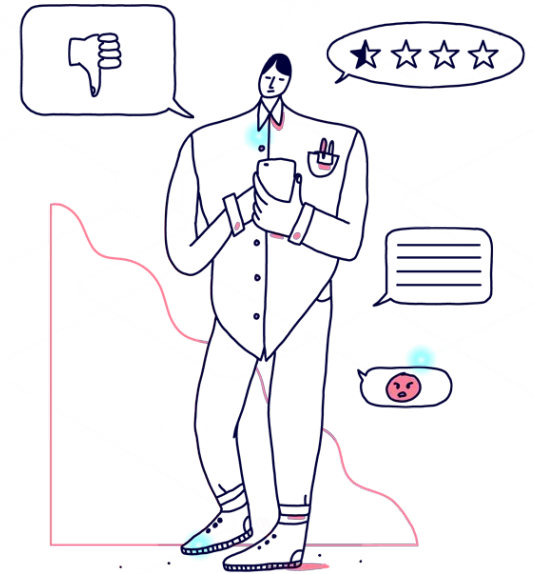
Es fundamental que las empresas conviertan una queja en algo positivo para el cliente y para que la empresa avance.



“ Después de una experiencia negativa, el 51% de los clientes nunca volverán a hacer negocios con esa compañía.



“ Los clientes cuentan a un promedio de 15 personas sobre una experiencia de servicio deficiente, frente a las 11 personas que contarán sobre una buena experiencia.





# Después de una mala experiencia

**91%**

Tomará algún tipo de acción en contra.

**51%**

No volverá a usar los servicios o comprar

**42%**

Publicará una mala reseña en redes sociales



# El ROI de una buena experiencia al cliente

Las grandes empresas ven el servicio no como un costo, sino como una oportunidad de venta.

El servicio es cómo las grandes empresas se diferencian de la competencia y ganan el negocio de sus clientes una y otra vez.

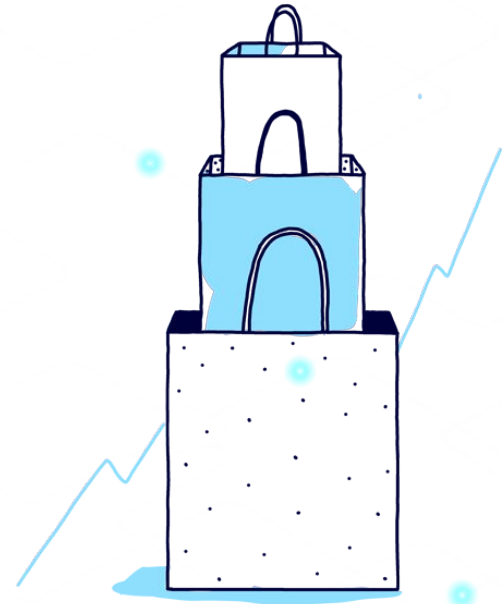


“ Como grupo, los Millennials están dispuestos a gastar más (¡21% adicional!) Para una excelente atención al cliente.





Aumentar las tasas de retención de clientes en un 5% aumenta las ganancias entre 25% y 95%.





Después de tener una experiencia positiva con una empresa, el 77% de los clientes lo recomendaría a un amigo.

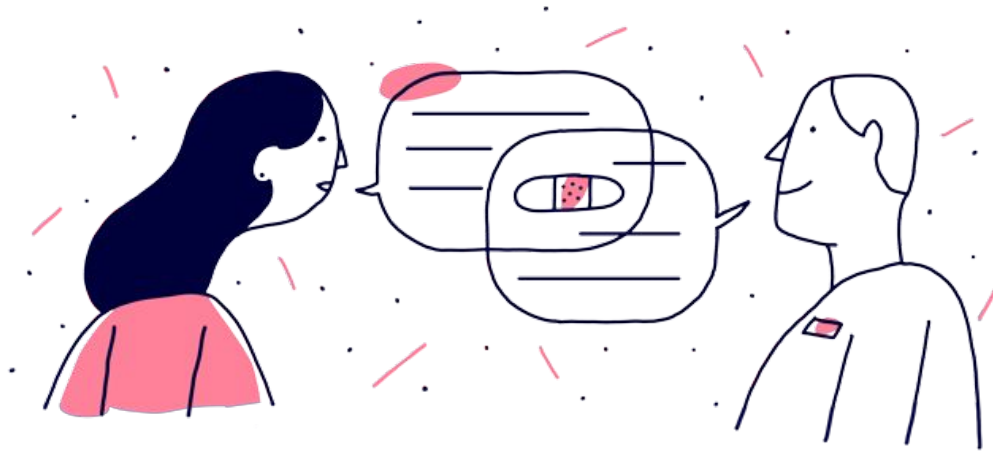




Cuando se trata de realizar una compra, el 64% de las personas considera que la experiencia del cliente es más importante que el precio.



# Herramientas



# Hotjar

**Hotjar** - <https://www.hotjar.com/>

Una herramienta diseñada para comprender el comportamiento del cliente en productos digitales. Haz un seguimiento de lo que hacen los usuarios y solicita comentarios sobre sus experiencias.





# Usersnap

**Usersnap** - <https://usersnap.com/>

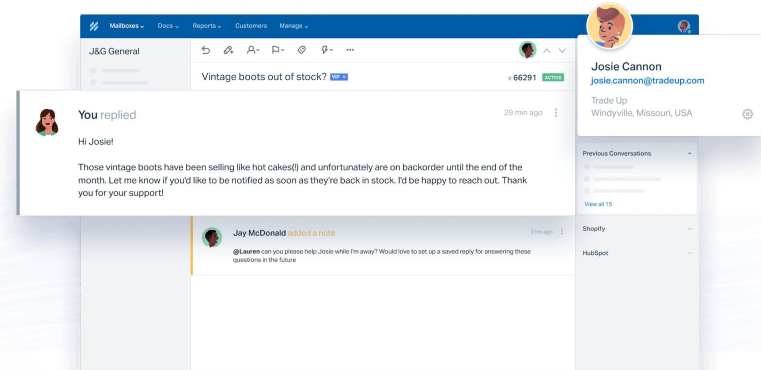
Recopila comentarios sobre el sitio web y la experiencia del cliente en el sitio o en la aplicación con un widget fácil de integrar.





**HelpScout** - <https://www.helpscout.com/>

Plataforma todo en uno diseñada para convertir, respaldar y deleitar a sus clientes.





**Crisp** - <https://crisp.chat/>

Dale un toque humano a tu experiencia de mensajería



# Datos





El correo electrónico sigue siendo el canal digital de servicio al cliente más utilizado: el 54% de los clientes lo ha utilizado como canal de servicio al cliente en el último año.

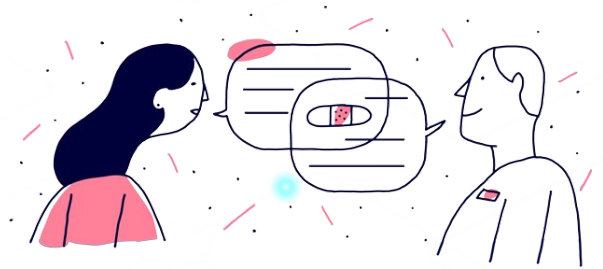




De todos los canales de autoservicio, los clientes hacen el uso más frecuente de las bases de conocimiento.



“ El chat es el canal de soporte preferido de Millennials.



**El panorama del servicio al cliente está cambiando y los clientes se están comunicando a través de más canales que nunca.**

**Para llevar: los clientes esperan poder comunicarse con una persona real en tu empresa, ya sea a través de un sitio web, las redes sociales o el teléfono.**

**¡Ser receptivo a esas solicitudes es fundamental!**





# ¿Cuáles son los resultados para una organización?

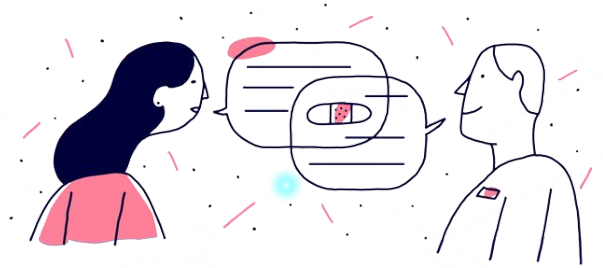
Centrarse en el éxito del cliente tiene una serie de resultados positivos para cualquier organización, que incluyen:

- Reducción de abandono de clientes (customer churn). Los clientes que tienen éxito tienen menos probabilidades de irse.
- Aumente la venta o venta cruzada a través del mayor uso del producto. Los clientes exitosos compran más cosas.
- Mayor satisfacción del cliente. Los clientes exitosos son más felices.
- Adquisición de nuevos clientes a través de referencias. Los clientes exitosos le dicen a otros.

Una cosa clave a tener en cuenta es que todos estos son indicadores secundarios que resultan de un enfoque en ayudar al cliente a lograr los resultados que promete su producto. Por lo tanto, centra tu organización en el éxito (del cliente), en lugar de la reducción de abandono, y verás que las tasas de abandono se reducirán como resultado.



“Los clientes recuerdan el servicio mucho más de lo que recuerdan el precio”.



# Gracias!

Github • Twitter • Instagram  
**@rickalday**

Email  
**hello@rickalday.com**

