

EVOLUCIONANDO LAS COMUNICACIONES CON CLIENTES A LA NUBE:

la guía definitiva para CCM SaaS



Contenidos

¿Deleitar o decepcionar? 3

- ☐ La evolución del manejo de las comunicaciones con los clientes (CCM)
- ☐ Crecimiento de CCM y madurez a la nube
- ☐ ¿Para quién es esta guía?
- ☐ Cómo usar esta guía

Comunicaciones con los clientes: ¿qué son y por qué son importantes? 6

- ☐ ¿Qué es una comunicación con el cliente?
- ☐ ¿Qué es un canal de comunicación?
- ☐ ¿Qué es CCM?
- ☐ ¿Por qué es importante el CCM?
- ☐ ¿Qué es una plataforma de automatización de marketing (MAP)?
- ☐ Mi MAP está basado en la nube. ¿Por qué no puedo usar esto para CCM?
- ☐ ¿Dónde encaja el manejo de la experiencia del cliente (CXM)?
- ☐ ¿Qué buscar al considerar una solución CCM SaaS?
- ☐ Tendencias en la gestión de las comunicaciones con los clientes

Así que tienes una plataforma CCM. ¿Por qué debería pasar a la nube? 12

- ☐ Desafíos comunes en la tecnología heredada

Migración a la nube. 14

- ☐ ¿Qué es la nube?
- ☐ Miedo a la nube
- ☐ ¿Qué nube es la adecuada para usted?
- ☐ Velocidad de comercialización
- ☐ Velocidad de innovación

Qué tener en cuenta al migrar a la nube 18

- ☐ Costos ocultos en la migración
- ☐ Costos ocultos en el rendimiento
- ☐ Costos ocultos en excedentes
- ☐ Complejidades ocultas
- ☐ No trate de resolver muchos problemas a la vez
- ☐ Cuando la nube no es una nube
- ☐ ¿A quién le importa su éxito?

Evolucionando hacia las comunicaciones como servicio: lista de verificación 23

Comience su viaje para deleitar a los clientes. 27



Quadient® y el logotipo de Quadient son marcas registradas de Quadient group AG. Todos los demás nombres de empresas y productos pueden ser marcas registradas y son propiedad de sus respectivos titulares. Toda la información contenida en el presente documento, incluyendo las descripciones de características, funciones, rendimiento y especificaciones está sujeta a cambios sin previo aviso por escrito en cualquier momento. www.quadient.com





¿Deleitar o decepcionar?

Con el 60-80% de todas las interacciones requiriendo una comunicación con el cliente, satisfacer sus expectativas al garantizar que esos puntos de contacto sean altamente personalizados, significativos y sin problemas se ha convertido en una apuesta de marca. Ofrecer este nivel de experiencia del cliente es ahora una estrategia comercial crítica.

Cada interacción que su empresa tiene con sus clientes hoy en día es una oportunidad para acercarlos o alejarlos. El 63% de los clientes que sienten que son tratados como un número en lugar de un individuo es probable que cambien a la competencia.¹ Sin embargo, es probable que el 94% de los clientes que experimentan una interacción sin esfuerzo sean más leales y compren más.² El 60-80% de todas las interacciones con los clientes requieren de una comunicación, por lo que satisfacer las expectativas de sus clientes al garantizar que esos puntos de contacto sean altamente personalizados, significativos y sin problemas se ha convertido en una apuesta obligatoria. Ofrecer este nivel de experiencia del cliente es ahora una estrategia comercial crítica.

El 60-80% de todas las interacciones con los clientes requieren de una comunicación.

1 Simon Mulcahy (2021). State of the Connected Customer: 4th Edition. Salesforce Research

2 Simon Mulcahy (2021). State of the Connected Customer: 4th Edition. Salesforce Research

La evolución del manejo de las comunicaciones con los clientes (CCM)

Su camino para optimizar las comunicaciones con sus clientes puede estar comenzando, o puede estar considerando migrar de una solución CCM tradicional on-premise a una plataforma de comunicaciones como servicio basada en la nube. Es importante entender que el panorama CCM está evolucionando junto con las condiciones cambiantes del mercado, el aumento de la complejidad de las comunicaciones, las preferencias cambiantes de los consumidores y los nuevos enfoques posibles gracias a las innovaciones tecnológicas.

A medida que las preferencias de los clientes para comunicarse han cambiado, también lo ha hecho su demanda de contenido personalizado. Las startups rápidas y ágiles han hecho posible que los clientes tengan experiencias personalizadas, y han llegado a esperar eso de todos sus proveedores, independientemente del tamaño o la madurez de la empresa.

Al mismo tiempo, hay más complejidad, no solo por el creciente número de canales de comunicación, sino también por el creciente número de silos de datos que deben conectarse a las comunicaciones con los clientes. A medida que la cantidad y el valor de los datos de los clientes aumentan exponencialmente, también lo hace el riesgo para las organizaciones de fugas de datos, violaciones de seguridad y violaciones de privacidad. Mientras tanto, los clientes exigen que sean más cauteloso con sus datos, y los gobiernos están implementando un mayor control regulatorio sobre cómo tratar la información de sus ciudadanos.

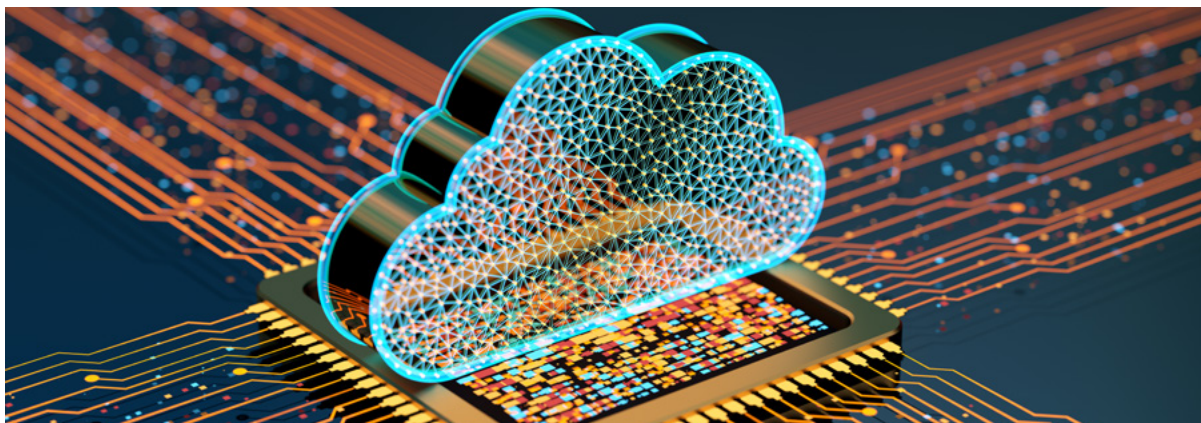
Crecimiento de CCM y madurez a la nube

No es de extrañar que el mercado del software CCM esté creciendo más rápido que nunca. Un informe de [Insight Partners](#) muestra que el mercado crecerá un 11,4% de 2022-2028 a \$ 2,75B a nivel mundial.

También hay un interés cada vez mayor en migrar de herramientas tradicionales de comunicación con clientes basadas en silos a un software moderno de gestión de comunicaciones con el cliente que puede proporcionar una experiencia omnicanal unificada al tiempo que preserva el cumplimiento de las regulaciones y el control de datos.

El mercado de CCM crecerá un 11,4% de 2022-2028 a \$ 2,75B a nivel mundial.





La próxima generación de soluciones de software CCM pasa de soluciones de software basadas en infraestructura local y con licencia perpetua a ofertas de software como servicio en la nube con modelos de licencia flexibles basados en el consumo. El enfoque de Quadient lleva esto un paso más allá a través de una oferta basada en cualquier premisa, con soluciones listas para la empresa disponibles independientemente del modelo de implementación elegido.

Hay muchos beneficios de pasar a la nube, desde un valor del tiempo más rápido hasta una mayor flexibilidad y agilidad. También optimiza las estructuras de costos y reduce la demanda de infraestructura y personal interno de TI. Al mismo tiempo, hay consideraciones que deben hacerse en términos de costos de alojamiento, estructuras de licencias, protección de datos, seguridad, regulaciones y cumplimiento, y ajustes operativos.

¿Para quién es esta guía?

Esta guía es para cualquier persona en un rol de comunicación con el cliente, experiencia del cliente o liderazgo empresarial que busque responder las siguientes preguntas:

1. ¿Es una solución CCM basada en la nube / SaaS adecuada para nuestra organización en su etapa actual de madurez de CCM?
2. ¿Cómo beneficiaría a mi organización un cambio a SaaS?
3. ¿Pasar a la nube es tan sencillo como parece?
4. ¿Cómo planeamos garantizar el valor actual y futuro de una solución CCM SaaS?
5. ¿Cómo acercará un CCM SaaS a mi negocio a la transformación de la experiencia del cliente?

Cómo usar esta guía:

Puede leer esta guía de principio a fin para obtener una buena comprensión de CCM y la nube. También puede pasar a las secciones sobre beneficios y consideraciones si ya sabe que necesita migrar. Al final de esta guía habrá una lista de verificación para ayudarlo a planificar su viaje de migración a la nube de CCM.

Creemos que obtendrá un gran valor al leer este documento y lo alentamos a conectarse con un experto de Quadient en cualquier momento para obtener más información.





Comunicaciones con los clientes: ¿qué son y por qué son importantes?

¿Qué es una comunicación con el cliente?

Las comunicaciones con los clientes son un medio de intercambio de información entre una marca y un cliente. El mensaje puede ser información de marketing, cotizaciones y contratos, estados de cuenta, facturas, notificaciones y respuestas a sus preguntas. En la gestión de las comunicaciones con los clientes, utilizamos el término individuo incluso si estamos transmitiendo un mensaje a un grupo de clientes porque cada uno espera que estas comunicaciones sean personalizadas en base a sus necesidades y preferencias.

Un ejemplo podría ser una factura de electricidad que está altamente personalizada con información de contacto del cliente, uso de electricidad, tarifas, recomendaciones de ahorro de energía y estado de pago. Estas comunicaciones a menudo se pasan por alto, ya que no siempre se centran en los ingresos. Pero a su vez generan confianza y lealtad con consistencia, personalización y expectativas de preferencia y son vitales para ofrecer una experiencia increíble al cliente que va más allá del marketing y la adquisición hasta la retención.

¿Qué es un canal de comunicación?

Un canal es el medio o salida por el cual se entrega una comunicación con el cliente. Tradicionalmente, eso podría haberse limitado al correo, pero las formas en que los clientes quieren comunicarse se han expandido considerablemente en los últimos años.

Idealmente, los clientes esperan una experiencia consistente en todos los medios. Considere a un cliente que recibe su factura de electricidad y ve un posible error. Es posible que envíen un mensaje a través de su portal web en línea. Esperarían una respuesta oportuna, consistente y personalizada a través de un canal digital, y una resolución a su problema, seguida de una factura revisada que se les enviaría de inmediato.

Estos son los momentos en que los clientes pueden estar encantados o decepcionados. Si se comunican con usted y reciben una notificación que no responde a su pregunta, pueden frustrarse, lo que resulta en una larga llamada al servicio al cliente y, finalmente, un cambio a otro proveedor.

¿Qué es CCM?

Definición de CCM

La tecnología CCM es la solución que se utiliza para crear, administrar y entregar las interacciones personalizadas críticas que tiene con sus clientes. Esta tecnología debe ayudarlo a administrar de forma centralizada las comunicaciones personalizadas, por lotes y bajo demanda en los canales preferidos por el usuario, brindando una experiencia consistente.

CCM es particularmente crítico en entornos altamente regulados donde los mensajes a los clientes deben cumplir con los requisitos específicos de cumplimiento normativo para proteger la información del cliente y entregar información precisa y oportuna. Estas comunicaciones requieren un control más estricto por parte de los profesionales de cumplimiento que a menudo deben auditar y aprobar los mensajes creados por los propietarios de las unidades de negocio.

La información de identificación personal (PII) necesita una seguridad más estricta para evitar violaciones accidentales de información privada y es objeto de regulaciones como HIPAA y GDPR. Ejemplos de industrias incluyen salud, banca, servicios financieros, seguros, gobierno, educación y servicios públicos. Pero cualquier industria puede beneficiarse de una solución CCM.

¿Por qué es importante el CCM?

Imagine que está dirigiendo una compañía de seguros. Un cliente se incorpora y espera recibir el paquete de bienvenida para su nueva normativa. Pasa un mes y el paquete no ha llegado debido a un error de impresión. Cuando el cliente busca ayuda en línea, ve su chat de soporte en línea y realiza una solicitud. Un chatbot los dirige a un mensaje estandarizado a su pregunta sobre su normativa que dice que los paquetes de incorporación se enviarán por correo en 10 días. Pero para este cliente, ya han pasado 30 días. Luego pasan a Twitter para enviar un mensaje a soporte, quien les dice que inicien un ticket de soporte a través de su herramienta de chat en línea.

El ejemplo anterior es un fallo de comunicaciones multicanal a los ojos del cliente, que ahora está frustrado. Están comenzando su viaje sin confianza en que su empresa proporcionará los servicios y el soporte que necesitan, gastando un tiempo precioso navegando por los problemas de back-end de su empresa y cuestionando si hicieron la inversión correcta. Este es un gran problema para las empresas porque el 60-80% de todos los puntos de contacto con los clientes involucran comunicaciones en uno o más canales.

Cada punto de contacto con el cliente y cada comunicación que necesita ser personalizada es potencialmente costosa, requiriendo entrada manual y aprobación de cumplimiento. Sin soluciones CCM, puede llevar mucho tiempo y esfuerzo manual extraer información específica del cliente de sistemas aislados. En el ejemplo de la compañía de seguros, el representante de servicio al cliente puede necesitar extraer datos de pólizas de una plataforma central, datos de clientes de un CRM e información de envío y seguimiento de un sistema externalizado perteneciente a una compañía de entrega. Luego tendrían que copiar y pegar esto en su herramienta de chat mientras elaboran manualmente una respuesta.

Las soluciones CCM pueden impulsar eficiencias operativas al integrar y conectar fuentes de datos dispares para crear mensajes automatizados, pero altamente personalizados rápidamente. Esto puede mejorar los tiempos de respuesta y permitir una atención al cliente autodirigida las 24 horas del día, los 7 días de la semana. También reduce el número de solicitudes del centro de contacto y disminuye los tiempos de llamada, ya que la información está al alcance de los representantes.

Y pueden ayudar a mejorar tanto el cumplimiento normativo como la coherencia de la marca al facilitar que los equipos de cumplimiento y los líderes de las unidades de negocio elaboren mensajes aprobados con plantillas que los comunicadores puedan aprovechar rápidamente.

A largo plazo, la gestión centralizada de la comunicación también puede proporcionar información real sobre el comportamiento del cliente y mejorar los ingresos al ayudar a entregar mensajes de venta cruzada de marketing altamente dirigidos.

¿Qué es una plataforma de automatización de marketing (MAP)?

Las plataformas de automatización de marketing (MAP, “marketing automation platform”) automatizan los mensajes de marketing en todos los canales de los clientes, incluidos el correo electrónico, la web, las redes sociales, el texto, etc. Estos mensajes pueden ser difundidos (newsletters) o individualizados (ofertas). Por lo general, se envían automáticamente mediante plantillas y se inician con desencadenadores específicos. El objetivo de un MAP es aumentar los clientes potenciales calificados, nutrir a los clientes potenciales, mejorar las tasas de conversión y generar ventas al tiempo que reduce los esfuerzos de marketing y ventas. Los MAP conocidos incluyen Salesforce Marketing Cloud, Marketo y Hubspot.

Mi MAP está basado en la nube. ¿Por qué no puedo usar esto para CCM?

Algunas organizaciones pueden creer que su plataforma de automatización de marketing (MAP) es la solución para las comunicaciones con sus clientes, pero existen algunas diferencias clave entre un MAP y CCM.

Si bien los MAP son excelentes para manejar las comunicaciones de marketing, no están diseñados para manejar datos complejos de clientes e información confidencial.

Si bien los MAP son excelentes para manejar las comunicaciones de marketing, no están diseñados para manejar datos complejos e información confidencial. Un ejemplo podría ser una factura médica. Es posible que su MAP no pueda integrarse fácilmente en el sistema de facturación adecuado y que no cumpla con los requisitos para manejar datos confidenciales del paciente. La factura en sí puede ser demasiado compleja para un MAP, con páginas de información para desglosar los diversos servicios prestados a un paciente; todos los datos que no desea que se almacenen en una solución diseñada para campañas de marketing.

Tampoco son buenos para manejar el diseño y la elaboración de documentos estrictamente controlados. Colaborar en el diseño de facturas y la mensajería requeriría mucho trabajo de ida y vuelta entre un equipo de cumplimiento y el departamento de facturación, pero ambos usuarios no suelen ser usuarios de la plataforma de marketing.

Una solución CCM también puede convertir las comunicaciones estáticas en experiencias interactivas al extraer datos de silos y aplicarles inteligencia, tal vez mostrando a un paciente el costo promedio actual de los servicios en comparación con tres hospitales competidores. Los MAP se limitan a comunicaciones relativamente estáticas a través de canales interactivos.

Y también va más allá de una capacidad MAP para manejar procesos de incorporación complejos y proteger la información confidencial mientras se interactúa con las fuentes de datos que necesitan la información de incorporación. En nuestro ejemplo médico, eso puede incluir un formulario de historial médico prequirúrgico que el paciente completa en línea, extrae datos de procedimientos anteriores y bases de datos médicas centrales, y permite al paciente enumerar cualquier inquietud que se envíe automáticamente a su equipo quirúrgico.

En resumen, un MAP puede atraer a un cliente, pero el CCM determina la experiencia que tienen después de convertirse en clientes.

¿Dónde encaja el manejo de la experiencia del cliente (CXM)?

Así que ahora puede que se pregunte cómo encaja la gestión de la experiencia del cliente en la gestión de las comunicaciones con el cliente. La realidad es que CCM está evolucionando hacia CXM porque su objetivo debe ser proporcionar una experiencia consistentemente positiva para sus clientes. La gestión de las comunicaciones es una parte vital de ese proceso.

¿Qué es CXM? Es una comprensión completa del viaje del cliente a lo largo de su ciclo de vida y la construcción de una experiencia óptima a través de cada etapa de ese viaje. Los profesionales de la experiencia del cliente generalmente crean mapas de viaje detallados para cada perfil y planifican estratégicamente mejores resultados en cada punto de contacto a lo largo del ciclo de vida del cliente. Esta orquestación normalmente implica al menos una comunicación, además de los pasos operativos que el cliente no ve, pero espera recibir los resultados.

Veamos un ejemplo de un viaje del cliente con un seguro de automóvil. En caso de accidente, deberán comunicarse con su proveedor de seguros para obtener ayuda y presentar una reclamación. Lo harán en su canal preferido.

Después de explicar el incidente al agente, esperan recibir instrucciones de qué hacer a continuación: dónde llevar su automóvil, cómo obtener un alquiler, cómo obtener estimaciones de reparación, qué mecánicos ver, etc.

A partir de ahí, la experiencia optimizada incluye comunicaciones empáticas, precisas y en tiempo real con el cliente. Para entregar estas comunicaciones, el agente necesita trabajar a través de pasos operativos para encontrar proveedores, estimaciones de reparación, mecánicos, etc.

Un CXM considera todo el escenario al completo. Las mejores soluciones de gestión de comunicaciones con el cliente han evolucionado para optimizar sin problemas la interacción y los puntos de contacto entre el cliente y el agente.



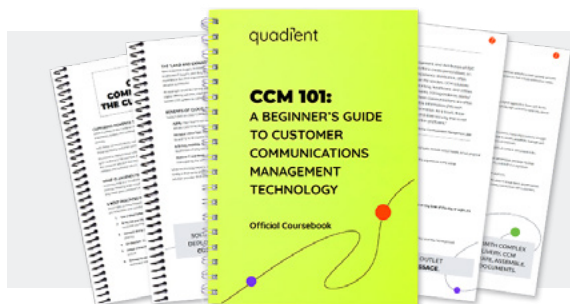


¿Qué buscar al considerar una solución CCM SaaS?

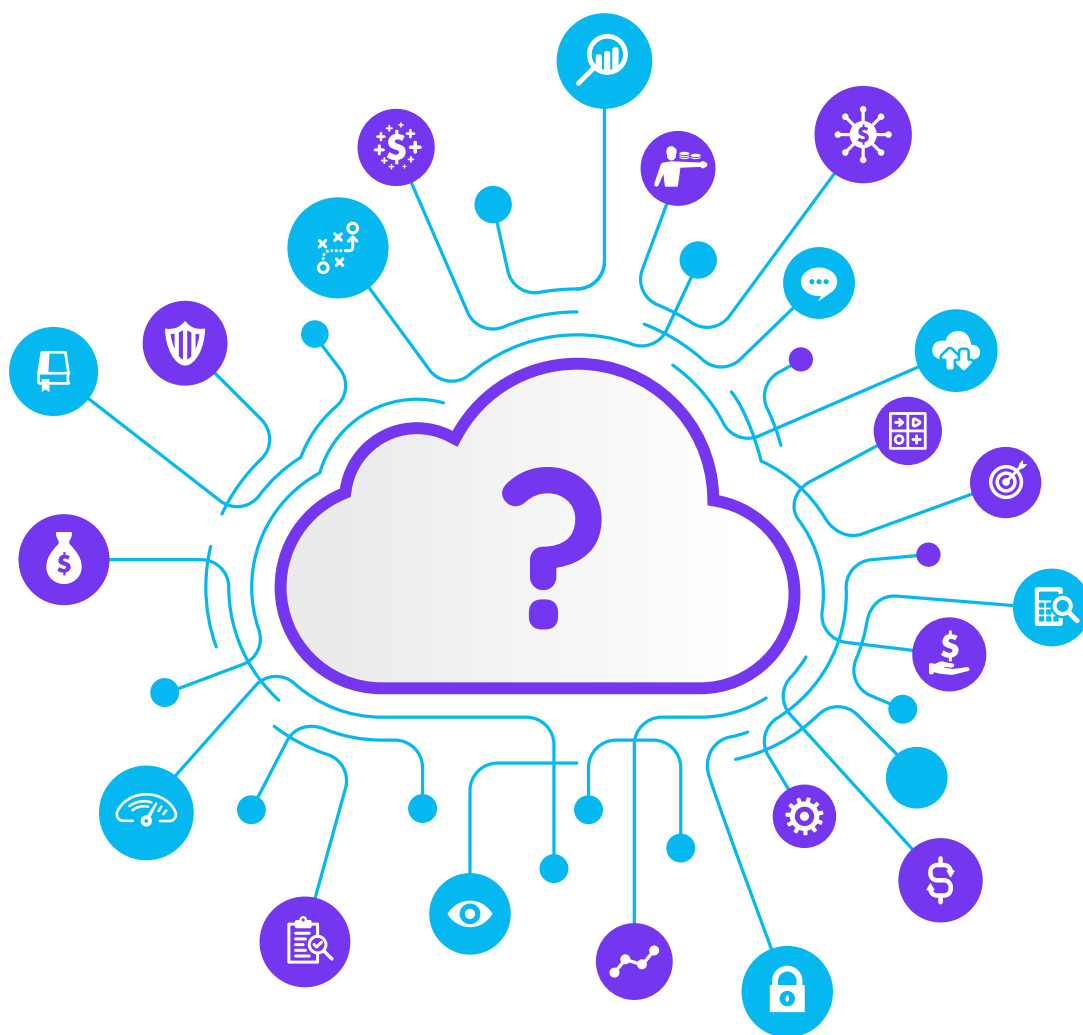
Si está considerando una solución CCM, debe buscar una plataforma que sea altamente avanzada en lo que respecta al conjunto de características, la interoperabilidad y la seguridad, pero que sea lo suficientemente fácil de usar como para permitir a los usuarios no técnicos crear y usar plantillas para crear interacciones poderosamente personalizadas con los clientes en sus canales preferidos. Debería ayudarlo a romper los silos organizacionales, permitir interacciones bidireccionales y potenciar procesos comerciales complejos como la incorporación digital.

Tendencias en la gestión de las comunicaciones con los clientes

Las capacidades de los servicios de CCM avanzan continuamente, por lo que también debe considerar lo que necesita para ofrecer una gran experiencia a los clientes actuales y construir relaciones para el futuro. Los sistemas CCM están cambiando cada vez más de plataformas heredadas en las instalaciones a varias soluciones en la nube y SaaS que exploraremos en nuestra próxima sección.



¿Desea obtener más información sobre CCM? Obtenga una copia de nuestra Guía para principiantes de CCM 101 [AQUÍ](#).



Así que tienes una plataforma CCM. ¿Por qué debería pasar a la nube?

Invertir en una solución CCM no es un esfuerzo pequeño. Se requiere mucho tiempo, consideración y diligencia para definir, implementar y mantener el proyecto.

A medida que busca hacer que las comunicaciones con sus clientes sean aún más eficientes y satisfagan mejor las expectativas de los clientes, es posible que (con razón) se pregunte: ¿vale la pena la adopción de la nube?

Las preferencias de comunicación de los clientes han evolucionado con rapidez, especialmente en los últimos 5 años. Si no evoluciona también su tecnología, su estrategia y sus objetivos, corre el riesgo de no cumplir con las expectativas de sus clientes a largo plazo.

En última instancia, la decisión de embarcarse en un camino hacia la nube, total o parcialmente, depende de los desafíos a los que se enfrenta actualmente.

Desafíos comunes en la tecnología heredada

Los sistemas tradicionales en las instalaciones tienen la principal desventaja de ser muy pesados de administrar con muchos recursos de TI, lo que requiere experiencia, infraestructura física, espacio y recursos del centro de datos, así como licencias perpetuas.

Por lo general, se presupuestan como CAPEX (gastos de capital) que requieren una asignación de presupuesto para gastos iniciales y OPEX continuos (gastos operativos) para mantenimiento. Como tales, son más difíciles de escalar tanto operativa como financieramente. Si se queda sin capacidad para su sistema actual, debe negociar y asignar más recursos del centro de datos, comprar más licencias, etc., lo que lleva tiempo planificar y presupuestar.

Estos sistemas a menudo no se actualizan con tanta frecuencia por parte de los proveedores, y su instalación puede estar algunas versiones atrasadas. Esto significa que es posible que no esté admitiendo los canales de comunicación más actualizados, que falten algunos controles para las nuevas regulaciones y que carezcan de características actualizadas para proporcionar una experiencia de usuario omnicanal o integraciones adecuadas para facilitar la colaboración necesaria.

Esa innovación también puede ser sofocada por la propia estrategia de desarrollo de los proveedores. Muchas soluciones CCM han sido adquiridas por grandes corporaciones en los últimos años, y el apoyo a la investigación y el desarrollo se ha reducido para mejorar los márgenes de beneficio en los pagos de mantenimiento existentes. Es posible que el software que compró hace una década ya no tenga una hoja de ruta definida e innovadora que satisfaga sus necesidades.

El resultado es que su sistema actual puede no estar proporcionando los mensajes más relevantes a los consumidores en sus canales preferidos de manera oportuna. También puede tomar más esfuerzo para que su equipo de CCM administre los mensajes y más difícil cumplir con las auditorías internas y el control de calidad.

Si estos desafíos se asimilan a los que actualmente se está enfrentando, entonces puede ser el momento de considerar la incorporación de una solución de comunicación como servicio basada en la nube en su estrategia de CCM. Por diseño, estas soluciones siempre (y automáticamente) estarán actualizadas. Son más fáciles de administrar, más rentables y mejoran su CX sin poner en peligro el cumplimiento.





Migración a la nube

Incluso si esta no es su primera migración importante a la nube, la siguiente sección probablemente será beneficiosa para la próxima migración importante.

¿Qué es la nube?

La nube es un modelo para almacenar y utilizar información electrónica, incluido el software, en servidores remotos. Fuera de las instalaciones (Off-premises) es otro término de uso frecuente para describir los servicios en la nube, ya que no contienen hardware que deba almacenarse en sus instalaciones. El término se usa a menudo para describir la comercialización de Internet al proporcionar acceso bajo demanda a recursos informáticos, como servidores, almacenamiento y capacidad de red.

Hay tres tipos de modelos de nube: **IaaS**, **PaaS** y **SaaS**.

- **IaaS** (Infraestructura como servicio) proporciona acceso a la infraestructura subyacente de una plataforma a los clientes, como servidores, almacenamiento y redes.
- **PaaS** (Plataforma como servicio) proporciona una plataforma en la que los clientes pueden crear e implementar aplicaciones. Algunos proveedores (como Quadient) proporcionan la plataforma y la gestión diaria en nombre del cliente.
- **SaaS** (Software como servicio) ofrece aplicaciones directamente a través de Internet, para una eficiencia y un valor óptimos.

La nube ya se utiliza en muchas aplicaciones de trabajo, incluyendo:

- Aplicaciones de Office, como Microsoft Office 365, Salesforce y Google Docs.
- Contenido digital, como alojar contenido de marketing y videos.
- Aplicaciones comerciales, como contabilidad y gestión de relaciones con los clientes.

Miedo a la nube

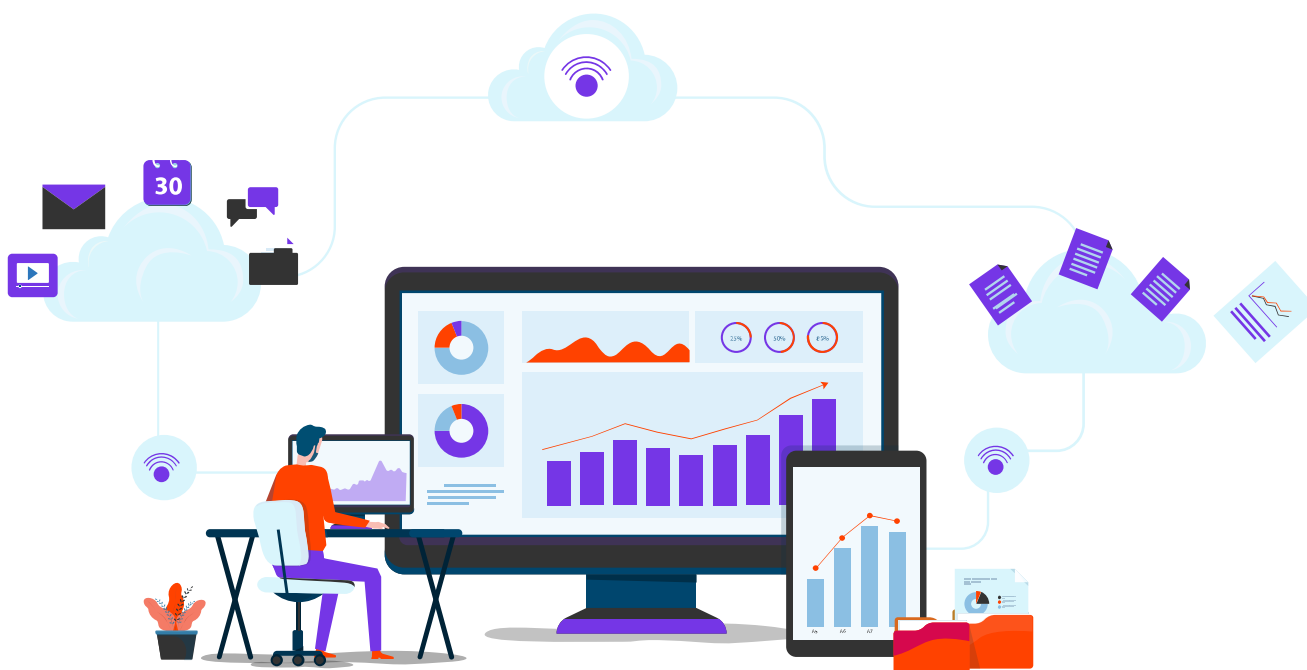
Con los debates sobre la nube, viene cierta preocupación por la seguridad de los datos. Sin embargo, la mayor parte de su organización ya ejecuta soluciones SaaS basadas en el modelo de nube. Por ejemplo, Salesforce, Workday y muchas otras soluciones SaaS líderes se ejecutan en la nube. Otros, como Slack, también se ejecutan en la nube, junto con Microsoft Office, Google Docs y muchas otras aplicaciones populares de gestión de proyectos y documentos.

La nube es simplemente un modelo para almacenar y utilizar información electrónica, incluido el software, en servidores remotos. No es una tecnología nueva; Ha existido durante años, y la seguridad de los datos continúa avanzando con cada nueva iteración.

La adopción de soluciones SaaS y PaaS para su organización no solo es eficiente y rentable; También es seguro. Las soluciones SaaS y PaaS de nivel empresarial generalmente se basan en modelos de seguridad modernos que son superiores a las aplicaciones de software tradicionales. Por ejemplo, las soluciones SaaS y PaaS de Quadient siempre están encriptadas, lo que significa que sus datos están seguros incluso cuando están en tránsito.

Entonces, si está preocupado por la seguridad de sus datos, no lo esté. La nube es una forma segura de almacenar y usar información electrónica, y es probable que ya lo esté haciendo en varios departamentos de su organización.

Otra ventaja de la nube es que, como modelo basado en suscripción, paga solo por los recursos que utiliza, por lo que no necesita preocuparse por gastar de más. Y dado que la nube ofrece acceso bajo demanda a los recursos informáticos, siempre puede obtener los recursos que necesita cuando los necesita sin problemas.



¿Qué nube es la adecuada para usted?

Finalmente, ha decidido pasar a un modelo de nube. Pero ¿qué forma tiene más sentido para su organización? Para una solución tan completa como CCM, puede implementarse como una solución SaaS, una solución PaaS o auto implementada en un entorno de nube IaaS público o privado. La elección que haga tiene un gran impacto en el tiempo de implementación, los recursos y el control.

Estos son algunos factores por considerar al elegir un ecosistema en la nube:

Modelo de madurez de aplicaciones en la nube

	SaaS	PaaS	IaaS
Nivel de madurez de la nube	Alto	Medio	Bajo
Usted controla	Datos Flujos de trabajo Integraciones	Datos Flujos de trabajo Integraciones Aplicación	Datos Flujos de trabajo Integraciones Aplicación Middleware Sistema operativo
Otros administran	Aplicación Middleware Sistema operativo Infraestructura	Middleware Sistema operativo Infraestructura	Infraestructura
Tiempo de creación de valor	Días o semanas	Meses	Meses o años
Factores de costo	Solo por uso de costos variables	Costes variables por uso Costes fijos de gestión y soporte	Costos fijos de desarrollo de aplicaciones Costos variables de infraestructura
Costos ocultos / indirectos	Posibles costos relacionados con el rendimiento	Costos relacionados con el desempeño	Costos de ancho de banda Tarifas de salida Software de copia de seguridad Software de seguridad

Como puede ver, a medida que avanza en el modelo de madurez de la nube, se vuelve más responsable de la solución general y tiene más costos fijos que tener en cuenta.

Velocidad de comercialización

SaaS ofrece capacidades en minutos, para que pueda comenzar a trabajar por los resultados de su negocio más rápido. De los modelos de servicio mencionados anteriormente, podría decirse que la mayor ventaja de las soluciones SaaS en la nube es que la implementación y la integración pueden ocurrir de inmediato, lo que reduce el tiempo de inactividad y le permite seguir con sus negocios como de costumbre.

Otras alternativas, como IaaS y los servicios de implementación locales pueden tardar semanas o meses, pero las soluciones SaaS en la nube pueden estar en funcionamiento en unas pocas horas. Esto se debe a que el software es mucho más fácil de instalar e integrar en todos los sistemas, tanto en servidores locales como en computadoras, ya que las plataformas de software que se utilizan ya han sido configuradas y diseñadas.

Todo lo que se necesita para que los usuarios obtengan acceso después de la implementación es una conexión a Internet estable y la información adecuada del navegador y de inicio de sesión. Esto significa que las soluciones SaaS en la nube son perfectas para empresas y CEOs que buscan una supervisión de datos rápida y efectiva y soluciones integrales en la nube que sean asequibles y se puedan implementar de inmediato. Los resultados son inmediatos y los beneficios visibles en todos los niveles.

Velocidad de innovación

La velocidad de la innovación es otro de los principales beneficios de migrar a soluciones SaaS en la nube. Con un panorama digital en constante cambio, es esencial mantenerse al tanto de los estándares de la industria, las medidas de seguridad y las mejores prácticas. Desafortunadamente, la mayoría del software tradicional solo se actualiza cada 2-3 años, creando problemas significativos como:

- **Costos de actualización adicionales:** a menos que se automaticen y examinen a fondo, las actualizaciones más tradicionales con frecuencia contendrán costos imprevistos para garantizar que la actualización más reciente sea compatible con su software y sistemas y pueda integrarse correctamente. Esto generalmente requiere pruebas retrospectivas y otros métodos de supervisión que incurrirán en costos adicionales para su empresa.
- **Cuellos de botella:** Otro problema comúnmente experimentado al realizar actualizaciones tradicionales es el drenaje de recursos, quitando tiempo y personal de otros lugares donde más se necesitan. Esta tensión a menudo crea un mal hábito de omitir o retrasar las actualizaciones de software que incluyen capacidades mejoradas de cara al cliente, poniendo en riesgo la experiencia del cliente de la empresa.
- **Soporte extendido:** Si una empresa retrasa las actualizaciones requeridas hasta el último momento, inevitablemente resultará en la necesidad de soporte extendido (a un costo adicional) y podría resultar en una pérdida de negocios a medida que las empresas se centran en poner sus sistemas en orden, en detrimento de los servicios al cliente.

Las mejores soluciones SaaS están diseñadas para actualizarse constantemente en tiempo real y tienen mecanismos de actualización automatizados que solo requieren pruebas mínimas. También hay una ventaja genuina en implementar cambios para los usuarios, lo que les facilita adaptarse a las nuevas funciones lentamente con el tiempo en lugar de cambios significativos cada pocos años que luego tardan mucho tiempo en aprender.



Qué tener en cuenta al migrar a la nube

Cuando se trata de migrar a una solución SaaS, hay algunos factores que las empresas deben tener en cuenta para garantizar que obtengan los mejores servicios posibles. Es importante tener en cuenta que, en la mayoría de los casos, es probable que casi todas las empresas de su industria utilicen algún tipo de servicios en la nube. Puede adelantarse a la competencia minimizando el dolor de pasar de uno a otro.

Costos ocultos en la migración

Uno de los costos más significativos en la modernización de su plataforma CCM es el costo de migración asociado con el traslado de sus comunicaciones. La mayoría de las plataformas CCM no ofrecen una función de exportación, por lo que las plantillas deberán reconstruirse por completo, y esto puede ser muy costoso e increíblemente lento.



Consejo: Busque soluciones SaaS que hagan que el diseño y la gestión de la comunicación sean simples y no técnicos, y tenga como objetivo trabajar con empresas que tengan herramientas basadas en IA para automatizar la mayor parte posible de la migración.

Costos ocultos en el rendimiento.

Cuando se trata de la migración a la nube, una de las cosas que las empresas deben vigilar es cualquier costo oculto adicional que podría no estar justo frente a ellos. Por ejemplo, puede haber costos y tarifas asociados con diferentes servicios, y es importante asegurarse de que está invirtiendo en algo que no solo cumple con su escenario ideal, sino también con eventos inesperados.

Los proveedores de SaaS comparten recursos de infraestructura con muchos clientes, y sus políticas internas pueden limitar la cantidad de servicio o rendimiento que proporcionan a cualquier cliente en cualquier momento.

Esto significa que es importante sopesar algunos factores críticos, como las soluciones que necesita implementar de inmediato para mejorar la comunicación, el flujo de trabajo, la protección de datos, etc., además de cuáles son sus expectativas para el futuro.



Consejo: Si desea expandir su negocio en el futuro, necesita una solución en la nube que sea escalable y pueda manejar el crecimiento fácilmente a través de tecnología innovadora, automatización y otras características, sin la necesidad de pagar por cada nivel de rendimiento adicional.

Costos ocultos en excedentes

Incluso con la supervisión más completa, siempre habrá eventos inesperados que no se pueden predecir. Si bien puede tener patrones de comunicación predecibles con los clientes, también puede tener otros momentos en los que excede el volumen esperado. Esto puede llevar a excedentes de costos inesperados, y es importante entender qué excedentes cobrará su proveedor.

Algunos proveedores de SaaS ofrecen diferentes paquetes de excedente, y una vez que alcance un cierto ancho de banda o volumen por usuario, o por hora, o por mes, esencialmente se le facturarán horas extras.



Consejo: Si ocurre un evento de comunicación inesperado que requiere de toda su atención, debe tener en cuenta cualquier multa financiera que tendrá que pagar para manejarlo. En algunos casos, incluso podría incurrir en cargos de penalización por enviar una comunicación que contenga una imagen de alta resolución, por lo que la transparencia total entre usted y su proveedor de SaaS es importante.

Complejidades ocultas

Los sistemas en la nube y SaaS son recursos compartidos y vienen con complejidades adicionales que debe considerar antes de seguir adelante con una migración.

SEGURIDAD DE LOS DATOS

You'll need to read the fine print of your cloud / SaaS vendor to understand who is responsible for the security of your data. In many cases, vendors have a shared responsibility model, which means you are likely to be responsible for your data while the vendor is responsible for the application and infrastructure. You'll need to ensure good security practices, enable Multi-Factor Authentication or Single Sign On, and ensure that your data is encrypted at rest and in transit.

LIMITACIONES DE CARACTERÍSTICAS

Elegir un proveedor de nube puede limitar la cantidad de control que tiene sobre el desarrollo de características. Debe asegurarse de que su proveedor de SaaS tenga una hoja de ruta de productos lo suficientemente sofisticada como para demostrar que satisfarán sus necesidades futuras y un gran equipo de innovadores para garantizar que las nuevas funciones se agreguen con frecuencia y a tiempo.

No trate de resolver muchos problemas a la vez

Si bien es importante planificar la complejidad y prepararse para lo inesperado en cualquier migración o cambio importante de la plataforma, también es vital no quedarse atascado en el análisis. El mayor retraso en su proyecto podría terminar siendo la fase de planificación. Una clave para el éxito de la nube es identificar rápidamente qué formato de aplicación tiene más sentido para su organización y comenzar a trabajar.

Otro gran beneficio de un entorno CCM basado en SaaS es la capacidad de comenzar poco a poco. Porque el servicio ya está construido y disponible en cuestión de horas. Puede comenzar poco a poco con un grupo de trabajo enfocado para probar y demostrar las ventajas para su organización sin inversiones a gran escala en equipos de infraestructura y desarrollo.

Incluso puede ejecutar su CCM heredado y CCM modernizado basado en SaaS uno al lado del otro mientras migra lentamente más equipos, lo que garantiza una transición sin problemas en lugar de una migración disruptiva.



Cuando la nube no es una nube

Como se puede ver anteriormente, hay muchas opciones diferentes cuando se trata de servicios en la nube, y hay una gran cantidad de empresas que los ofrecen. Sin embargo, una de las conclusiones clave también debe ser cómo determinar si el proveedor está ofreciendo una verdadera solución SaaS. Desafortunadamente, dado que la nube es un término tan comúnmente utilizado, algunas empresas solo ofrecen soluciones híbridas en lugar de verdaderos servicios SaaS basados en la nube.

Por ejemplo, las soluciones basadas en dispositivos que proporcionan una configuración híbrida de servicios en la nube en línea y procesamiento local no ofrecen una verdadera configuración SaaS. Esto se debe a que no se realiza copias de seguridad periódicas de ninguno de los datos fuera de las instalaciones. Si bien la solución puede integrarse con varias aplicaciones y plataformas, no se puede comparar con los beneficios proporcionados por una verdadera solución SaaS, como la seguridad y la escalabilidad para satisfacer sus demandas. Además, el modelo de dispositivo suele ser mucho más costoso y complejo.

¿A quién le importa su éxito?

Seamos realistas por un momento. El hecho de que migre su solución CCM a la nube no significa automáticamente que tendrá una solución exitosa. Según un informe reciente, el 49% de todos los proyectos de TI empresariales finalmente [no cumplen con sus objetivos](#), y las implementaciones de SaaS no son inmunes.

¿Por qué? Se trata de lo que sucede después de implementar una solución SaaS.

GARANTIZAR LA ADOPCIÓN

El hecho de que lo haya creado no significa que los usuarios lo usarán automáticamente. Y sin adopción, no se puede crear valor. No caiga en la trampa de pensar que estás comprando tecnología. Lo que está comprando es una relación continua con un proveedor de SaaS que debe tener un interés compartido en su éxito. No desea que se le entreguen las claves de su nueva solución CCM sin ninguna activación del usuario.

**No caigas en la trampa de pensar que estás comprando tecnología.
Lo que está comprando es una relación continua con un proveedor de
SaaS que debe tener un interés compartido en su éxito.**

Incluso las soluciones más simples requieren capacitación y soporte continuo para fomentar la adopción por parte del usuario. Los usuarios deben estar completamente capacitados en características y flujos de trabajo, y tener cualquier punto de fricción y problemas de soporte abordados. Trabaje con su proveedor de SaaS y sus equipos internos de aprendizaje y desarrollo para personalizar los programas de capacitación y certificación para garantizar que todos los usuarios estén equipados con las herramientas y el conocimiento necesarios para usar la solución de manera efectiva. Su proveedor debe estar completamente comprometido durante la vigencia de su contrato para ayudarlo con esto.

También debe medir el compromiso interno del usuario y los puntajes de satisfacción del usuario para comprender dónde se está retrasando la adopción, disminuyendo o dónde los usuarios tienen problemas y revisar estas métricas con su proveedor de SaaS regularmente.

ELEGIR EL PROVEEDOR ADECUADO

Comprar una solución SaaS le permite implementar proyectos rápidamente. Pero no se olvide de uno de los principales beneficios de evolucionar a una solución SaaS: siempre estará actualizado con las últimas capacidades. Sin embargo, esto solo funciona si su proveedor está interesado en su éxito a largo plazo más allá de la venta inicial y está dispuesto a reinvertir los ingresos en una hoja de ruta de productos innovadores que mantendrá a su empresa a la vanguardia de las comunicaciones mañana, así como hoy.

Asegúrese de revisar la satisfacción del cliente y los puntajes netos de promotor para saber que está seleccionando un proveedor con un historial comprobado que demuestre que usted es mucho más que “una oportunidad de venta”. Se está moviendo a una solución que respaldará sus proyectos de transformación de la experiencia del cliente, así que asegúrese de que el proveedor elegido predica con el ejemplo.



Evolucionando hacia las comunicaciones como servicio: lista de verificación

Ya hemos cubierto los beneficios de SaaS y las cosas que debe considerar cuidadosamente en relación con sus objetivos comerciales. Ahora es el momento de evaluar activamente si SaaS CCM puede impulsar mejor sus objetivos de experiencia del cliente.

Introduciendo Inspire Evolve

Inspire Evolve es una solución SaaS CCM de alto rendimiento y nivel empresarial creada por Quadient, el proveedor de CCM más confiable del mundo. Diseñado para el futuro por el equipo de investigación y desarrollo más grande de la industria, permite a sus usuarios comerciales no técnicos diseñar, personalizar y ofrecer comunicaciones seguras centradas en las personas con un mínimo esfuerzo de TI.

Las capacidades clave incluyen:

DISEÑAR PLANTILLAS DE COMUNICACIÓN

Diseñar plantillas de comunicación creadas a escala.

- ☒ Creación inteligente de contenido
- ☒ Gestión eficiente de contenidos
- ☒ Flujos de trabajo de aprobación
- ☒ Control de versiones

PERSONALIZA LAS COMUNICACIONES

Permita que los empleados orientados al cliente personalicen las comunicaciones en un entorno controlado.

- ☒ Flujos de trabajo de aprobación
- ☒ Personalización uno a uno
- ☒ Contenido dinámico

GENERE COMUNICACIONES POR LOTES Y BAJO DEMANDA

Envíe comunicaciones uno a uno, uno a muchos o como parte de un proceso por lotes.

- ☒ Utilizar datos de cualquier fuente
- ☒ Aprobación personalizada y flujos de trabajo empresariales
- ☒ Monitoreo de comunicaciones de impresión, correo electrónico o SMS

ARCHIVO DE LAS COMUNICACIONES

Buscar y extraer comunicaciones ya enviadas a los clientes.

- ☒ Búsqueda avanzada
- ☒ Representación rápida de documentos
- ☒ Archivo a largo plazo

Utilice esta práctica lista de verificación para considerar exhaustivamente las soluciones SaaS CCM como Inspire Evolve de Quadient y comparar fácilmente los méritos con su sistema actual, así como con otros proveedores.

SUS REQUISITOS DE MIGRACIÓN DE CCM

QUÉ OFRECE QUADIENT INSPIRE EVOLVE

Velocidad de comercialización / tiempo de creación de valor

- Solución SaaS de nivel empresarial con características integrales fáciles y altamente personalizables
- El diseño y la entrega omnicanal crean una experiencia universal para el cliente lista para usar
- La importación avanzada de comunicaciones basadas en IA acelera la migración de plantillas existentes desde plataformas heredadas
- Un amplio equipo global de expertos en servicio profesional para crear resultados más rápidos

Facilidad de uso

- Diseñado para ser utilizado por usuarios de línea de negocio, no expertos técnicos
- Los diseñadores pueden crear plantillas de acuerdo con las reglas de marca y personalización
- Crea contenido una vez y úsalo varias veces en plantillas y canales

Soporte y capacitación

- Soporte global 24/7, disponible en varios idiomas
- Programas de capacitación en persona on-line disponibles para usuarios comerciales
- Evaluaciones y certificaciones formales
- Acceso a Quadient University, nuestra plataforma de conocimiento segura y foro de clientes para interactuar con profesionales de todas las industrias

Cumplimiento y seguridad

- Los flujos de trabajo de aprobación altamente personalizables garantizan que el cumplimiento se mantenga en todos los departamentos
- Certificaciones para SOC2, ISO27001, ISO27017, ISO 27018, Hitrust v9.1
- Cumple con GDPR
- Cumple con HIPAA
- ... y más



SUS REQUISITOS DE MIGRACIÓN DE CCM

QUÉ OFRECE QUADIENT INSPIRE EVOLVE

Evite cargos ocultos

- Facturación predecible
- Informes de uso en tiempo real y mensuales
- Sin cargos por excedente
- Rendimiento listo para la empresa para cada cliente, sin tarifas escalonadas de rendimiento
- Sin cargos de salida
- Nuevas características incluidas / no cobrables

Rendimiento

- Construido desde cero con código optimizado para la mayor eficiencia de renderizado de comunicación
- Velocidad líder en la industria con suficiente potencia incluso para las tareas de comunicación más grandes

Aumenta la agilidad de TI y reduce los costos operativos

- Alojado en la nube de Quadient
- Construido para minimizar la necesidad de habilidades técnicas
- Liberar recursos de TI para trabajar en otros proyectos

Se mantiene por delante de sus clientes y competidores

- Proceso de desarrollo ágil con desarrollo continuo de características y hoja de ruta a largo plazo
- Ciclo de lanzamiento de 2 meses
- El equipo de investigación y desarrollo dedicado más grande de la industria

Interoperabilidad

- Envíe o extraiga datos de cualquier fuente (interna, sistemas heredados o de terceros) para crear comunicaciones 1 a 1 totalmente personalizadas y de alto valor

Globalización

- Todas las interfaces están disponibles en 11 idiomas



Comience su viaje para deleitar a los clientes

Deleitar a sus clientes comienza con una solución de gestión de comunicaciones con el cliente bien planificada que permite a los usuarios de su negocio ofrecer comunicaciones con los clientes altamente personalizadas, significativas y conformes a través de los canales preferidos. Debe ser fácil de implementar, administrar y mantener. Debe romper los silos de datos dentro de su organización para que pueda desbloquear el valor del cliente y mejorar la experiencia general.

De eso se trata una solución de comunicación como servicio.



¿Está preparado para obtener más información sobre Quadient Inspire Evolve y un nuevo estándar para las comunicaciones en la nube? Comience su viaje **AQUÍ.**

quadient

**Info
Intelligent**

Acerca de Quadient®

Quadient es la fuerza impulsora detrás de las experiencias del cliente más valiosas del mundo. Al centrarse en la Automatización Inteligente de Comunicaciones, las Soluciones de Casilleros para Paquetes y las Soluciones Relacionadas con el Correo, Quadient ayuda a cientos de miles de clientes en todo el mundo a simplificar la conexión entre las personas y lo que es esencial.

Para obtener más información sobre Quadient, visite [quadient.com](https://www.quadient.com).