

Las empresas de telecomunicaciones cambian el enfoque de la interacción con el cliente

Descubra cómo los equipos de liderazgo en el sector de las telecomunicaciones usan los datos para abordar cuatro de los desafíos más complejos de la actualidad.



Introducción

El sector global de las telecomunicaciones es una de las áreas que más rápido está cambiando en el mundo. La velocidad del cambio se intensifica a medida que surgen nuevas tecnologías y desarrollos. La presión sobre este sector es cada vez mayor, debido al lanzamiento del 5G y el aumento del uso de tecnologías de IoT e inteligencia artificial. A esto se suman una mayor competencia y nuevos requisitos reglamentarios.

Los líderes del sector de las telecomunicaciones están intentando hacer frente a estas presiones. Al mismo tiempo, buscan la manera de reducir la rotación de clientes, generar innovaciones, actualizar los sistemas tradicionales y llegar a posibles nuevos clientes. Se trata de un desafío enorme.

¿Es posible cumplir con las normativas y, al mismo tiempo, superar los límites del sector?

Claro que sí. La solución se centra en aprovechar los datos correctos para tomar mejores decisiones informadas que ayuden a aumentar la rentabilidad. En este libro electrónico, podrá conocer lo que aprendimos y descubrir cómo un enfoque nuevo sobre los datos con Tableau puede transformar su negocio.

DESAFÍOS CLAVE:

1. Mejorar la experiencia del cliente y obtener una ventaja competitiva
2. Desarrollar propuestas y productos que fomenten la innovación
3. Identificar ahorros de costos y transformar las operaciones heredadas
4. Obtener un análisis de los clientes basado en los datos y mejorar la segmentación

Un **78 %**
de los encuestados del área de las telecomunicaciones está rediseñando sus planes de transformación digital como resultado de la pandemia.

Fuente: [EY](#)

Europa cuenta con la tasa más alta de penetración de la tecnología móvil. Este número aumentará, del **85 %** de la población en 2017 al **88 %** para 2025.

Fuente: [EY](#)

Mejorar la experiencia del cliente y obtener una ventaja competitiva

En este sector, la rotación de clientes es muy alta. Las empresas de comunicaciones persiguen a los clientes para que cambien de proveedor a diario. Por eso, ofrecer una experiencia del consumidor excepcional se ha convertido en una prioridad tanto para mantener a los clientes actuales como para atraer nuevos.

Además, debido a la optimización de las redes y la expansión de la tecnología digital, los servicios de los diferentes proveedores cada vez se parecen más. La única manera de mantenerse competitivo es crear experiencias de clientes sobresalientes que permitan superar los problemas de la rotación y aumentar las oportunidades de ventas.

Usar los datos de los clientes para generar información en tiempo real puede ayudar a tomar mejores decisiones informadas que aporten mayor valor a las experiencias de los clientes. Los datos pueden ayudar a desarrollar innovaciones de autoservicio, mediante herramientas como chatbots e inteligencia artificial. Esto genera aumentos tanto en la productividad como en la retención de clientes.



Un **46 %**

de los operadores de telecomunicaciones ofrece aplicaciones con autenticación biométrica. Estas generan **2,7 veces** más inicios de sesión mensuales.

Fuente: [McKinsey](#)

Más de tres cuartos de los operadores de telecomunicaciones ofrecen renovaciones de contrato a través de sus sitios web. Solo un **56 %** lo hace mediante aplicaciones.

Fuente: [McKinsey](#)

Desarrollar propuestas y productos que fomenten la innovación

La red es la clave. Al optimizarla es posible explorar los desarrollos de productos y propuestas para impulsar la innovación dentro de la empresa.

A medida que la digitalización aumenta en todas las áreas, también lo hacen las oportunidades de las empresas de telecomunicaciones de ofrecer soluciones específicas para cada sector.

La red ya proporciona datos valiosos sobre el tipo de dispositivo y su uso, los datos de los suscriptores, las descargas, la geolocalización y las transacciones. La combinación de todo esto permite brindar soporte y un servicio personalizado a empresas y consumidores. Estas ofertas de tecnología innovadoras y las experiencias del cliente optimizadas dan lugar a un aumento del uso y los beneficios.

La monetización de los datos de ubicación, el análisis para IoT, la inteligencia artificial, los juegos y el entretenimiento se crean a partir de una infraestructura que ya existe. El uso inteligente de la tecnología disponible y la innovación digital pueden convertirse en una valiosa diferencia. Además, sirven para aumentar la lealtad y la satisfacción del cliente.



Un **36%**

de los encuestados gasta más en entretenimiento y medios desde que inició la pandemia de COVID-19.

Fuente: [Encuesta de información de los consumidores de PWC 2020 \(en inglés\)](#)

“Las nuevas propuestas de valor consisten en prometer al cliente confiabilidad en lugar de velocidad, e incorporar opciones de trabajo remoto y juegos en la nube a los paquetes para el hogar. La prioridad debe ser alinear los nuevos modelos de segmentación con planes de tarifas que estén menos centrados en datos escalonados o por niveles y más enfocados en la entrega de un servicio flexible y de calidad”.

Fuente: [EY](#)

Identificar ahorros de costos y transformar las operaciones heredadas

Los ahorros de costos son fundamentales en cualquier sector. Esto es así especialmente en el sector de las telecomunicaciones, debido a la creciente presión que surge de las regulaciones y la competencia, así como el aumento de los gastos de capital.

La implementación de la tecnología 5G, sumada a la necesidad de actualizar las antiguas redes de telefonía fija, produjo un aumento de los gastos de capital en el sector. Pero esto también representa una oportunidad. La incorporación de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, la automatización, el 5G y la IoT como la fuerza que impulsa la transformación digital, permite ofrecer mayores niveles de agilidad y eficiencia. Además, ayuda a brindar un servicio a la altura de las expectativas de los clientes.

Aprovechar al máximo la oportunidad de transformarse y modernizarse a través de la automatización y la transformación digital puede dar lugar a una generación de ingresos cada vez más eficiente.



Un **46** %

de los ejecutivos del área de las telecomunicaciones sostiene que las iniciativas de automatización no tenían éxito debido a la falta de planeamiento a largo plazo.

Fuente: [EY](#)

4 de cada **5** ejecutivos del sector de las telecomunicaciones están evaluando nuevamente la velocidad de sus iniciativas de automatización o tomando medidas para modificar significativamente los planes existentes.

Fuente: [EY](#)

Obtener un análisis de los clientes basado en los datos y mejorar la segmentación

Las necesidades de los clientes cambian continuamente. Pero la clave para generar relaciones duraderas es evolucionar a fin de satisfacerlas. Para alcanzar este objetivo, es fundamental obtener una respuesta aplicada, es decir, entenderla y aplicarla al cliente.

Los datos de marketing y ventas ya están a su disposición. Al optimizarlos puede lograr este entendimiento y generar una relación más estrecha con el cliente. Cuando se analizan correctamente, los datos brindan una segmentación basada en información, ofertas e interacciones más relevantes, así como una mayor comprensión de la relevancia de los canales.

Como resultado de este análisis en tiempo real y la microsegmentación, puede conectarse con los clientes en el lugar y de la forma que ellos quieren. Además, ayuda a optimizar su experiencia a través de las interacciones.

Los operadores de telecomunicaciones gastan casi el **50 %** de sus presupuestos para herramientas digitales en búsquedas y marketing de afiliados, que representan casi todas las compras.

Fuente: [McKinsey](#)

Los operadores de telecomunicaciones más exitosos han utilizado experiencias de clientes claramente diseñadas para lograr tasas de conversión **3,4 veces** más altas que las de sus competidores.

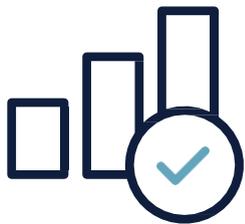
Fuente: [McKinsey](#)



Cómo Tableau está ayudando a los operadores de telecomunicaciones de todo Europa a entender su información y tener mejores resultados.

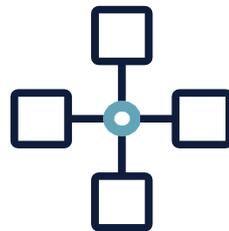
Es una época de cambios en uno de los sectores más dinámicos del mundo. Pero la velocidad conlleva numerosos desafíos.

No hay dudas de que los líderes innovadores están aprovechando la capacidad de comprensión que ofrecen los datos para optimizar cómo interactúan con los clientes y abordar los cambios internos. Tableau los ayuda en este proceso para lo siguiente:



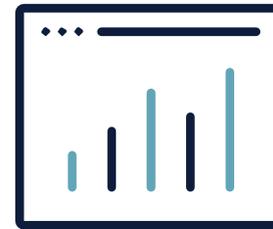
Crear una vista en tiempo real de todo el negocio

La velocidad de reacción es muy importante. Por eso, Tableau le permite tomar decisiones basadas en hechos en tiempo real.



Eliminar los silos para integrar a todas las áreas de la empresa

Tableau permite reunir los datos de toda la organización. Como resultado, puede desarrollar propuestas y productos innovadores.



Obtener una visión completa de los clientes

Tableau le ofrece una vista de sus clientes en cada punto de contacto. De esta manera, mejora su experiencia y obtiene una ventaja competitiva.



Tomar decisiones clave más rápido

Tableau pone los datos y el análisis en el centro de la toma de decisiones. Esto ayuda a todos los miembros de la organización a identificar posibles ahorros de costos.

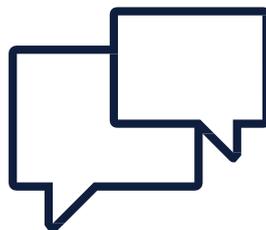
¿Cuáles son los siguientes pasos?

Todas las empresas tienen diferentes prioridades en relación con los cuatro problemas que se describen en este libro electrónico. Explicamos cómo algunas organizaciones adoptaron Tableau para superarlos. Quizá esto sea todo lo que necesita, pero no se detenga aquí.



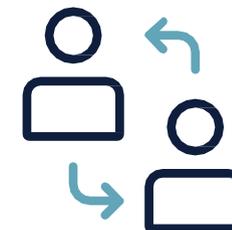
Aprender

Participe en alguna de las sesiones informativas con ejecutivos o en los seminarios web que se ofrecen en tableau.com/es-es/. Encontrará una gran cantidad de información y contenido educativo. Además, descubrirá la importancia de contar con una visión clara del cliente.



Hablar

Si desea tener una conversación más directa sobre cómo solucionar sus problemas con Tableau, estamos aquí para ayudarlo. Simplemente [comuníquese con nosotros](#) y organizaremos una reunión.



Compartir

Empiece a obtener el apoyo de su equipo y los líderes de la empresa. Comparta el libro electrónico, inicie la conversación y prepárese para obtener una visión más clara del cliente.



Nuestra Compañía

Brindamos Soluciones
confiables e innovadoras

Propuesta de Valor

En **Solex** nos comprometemos a estar de forma permanente construyendo relaciones sólidas con nuestros clientes, para convertir sus necesidades de negocio en las nuestras, y con ello, crecer en conjunto.

Somos un distribuidor de valor agregado con **28 años** de experiencia.

1993

Más de 200 clientes en Latinoamérica.

Oficinas en Chile, Colombia, Perú y Ecuador.

Con un equipo consolidado de profesionales altamente capacitados y certificados, que nos permite desarrollar y entregar soluciones únicas para cada cliente.

2021

¿Por qué Solex?

Solex, se enfoca en la generación de valor agregado en cada solución que ejecuta.



Mejores prácticas (ahorro tiempo – dinero).



Acompañamiento y escalabilidad.



Capitalización de los datos.



Aprovechamiento de tecnologías ya existentes.



Generación de valor en la toma de decisiones.



Mejoramiento de la adopción de una cultura analítica.



Equipo especializado y Certificado en BI.



Somos un Partner referente en la Región.

SOLEX  + a b l e a u[®]

www.solex.biz/tableau/#telecomunicaciones