

## Reimaginar la experiencia digital: utilizar la nube para mejorar las comunicaciones con los clientes

Cómo aprovechar la nube mejora las comunicaciones con clientes y las estrategias de experiencia digital





© Quadiant.

Para obtener más información sobre cómo Quadiant puede ayudarle a alcanzar la excelencia en la experiencia del cliente, por favor, visite [Quadiant.com](https://www.quadiant.com)

## Índice de contenidos

Definiendo el <i>Customer Communications Management</i> (CCM): ¿qué hace que funcione en la nube? _____	5
Los beneficios de la integración _____	6
Los objetivos del <i>Cloud Digital Experience</i> (DX) <i>Business</i> : ¿por qué? ____	7
Búsqueda de la transformación digital _____	9
Evaluación de riesgos: ¿cómo de segura es la nube? ¿Y qué quiere decir <i>compliance</i> ? _____	10
Hitos: trazando la ruta del <i>Cloud DX</i> _____	11
Planificación estratégica: ¿cómo queremos dar forma al <i>Customer Experience</i> ? _____	11
Planificación operativa: ¿qué capacidades DX necesitamos para alcanzar nuestros objetivos de negocio? _____	11
Análisis de brechas: ¿dónde estamos y cuáles son los pasos a seguir? _	12
Mapeo del estado actual y necesidades actuales _____	12
Definiendo las capacidades que se necesitan para conseguir los beneficios de la digitalización _____	13
Definición de la solución _____	14
Despliegue, optimización y evolución _____	15
Priorización _____	17
Optimización - es asunto de todos _____	18
Orientación final _____	19
El futuro del <i>Cloud DX</i> con Quadient _____	16
La ventaja de la arquitectura de Quadient _____	17

**“Todavía sigue siendo una pregunta frecuente: ¿es aún relevante el *Customer Communications Management (CCM)* hoy en día? Uno de los retos clave con este término es su ambigüedad. Algunos piensan en el CCM como un medio para describir comunicaciones impresas transaccionales salientes, y otros lo usan como sinónimo de la composición de documentos. Sin embargo, muchas personas, yo mismo incluido, toman una perspectiva más amplia, viendo el CCM como la creación, gestión y cumplimiento de cualquier interacción omnicanal con el cliente a gran escala”.**

Fuente: Kaspar Roos, *Aspire*, 2018

Una de las dificultades para evaluar el valor de las nuevas tecnologías es el fenómeno de los beneficios inesperados. Por lo general, los *business cases* comparan el coste de una inversión con el valor de una solución: por ejemplo, si mi sistema de impresión actual produce 400 imágenes por minuto, y mi negocio actualmente necesita un promedio de 750 imágenes por minuto, puedo comparar el coste de una segunda unidad frente al coste de una unidad principal mejorada y determinar qué opción tiene más sentido. Puede haber consecuencias involuntarias de la decisión de comprar un tipo de impresora nueva y más rápida - puede atascarse más a menudo, u ofrecer menor calidad - pero su función y su contribución al negocio son claras y fácilmente cuantificables.

Este enfoque no funciona tan bien con la tecnología avanzada. Para ampliar el ejemplo del último párrafo, ¿qué pasa si sus requisitos de volumen reales no son siempre 750 imágenes por minuto, pero fluctúan entre 200 y 2500 imágenes? ¿Qué pasa si necesita gestionar la entrada y la salida en múltiples ubicaciones? ¿Qué ocurre si es importante incluir una gestión del flujo de trabajo fácil de usar, rápida, segura y auditable en el proceso de impresión? ¿O para integrar la salida impresa con actividades comerciales adyacentes, como personalización, envío y seguimiento?

En la economía de hoy, los parámetros de procesos y tecnología están generalmente moldeados por múltiples consideraciones: las empresas están buscando formas de satisfacer la demanda actual y allanando el camino para futuras expansiones, o eficiencia, o mayor intimidad con el cliente; y buscando oportunidades para satisfacer a estos. Las empresas justifican los costes de las nuevas soluciones en términos de su capacidad para abordar los actuales requisitos, pero la más previsora de ellas también busca enfoques que ofrezcan beneficios adicionales. Las mejores estrategias ofrecen tanto retornos convincentes contra las necesidades inmediatas, como la capacidad para responder a cambios futuros en las expectativas de los clientes, oportunidades de negocio o capacidades de competidores.

Las soluciones *Customer Communication Management (CCM)* proporcionan un importante ejemplo de cómo el uso de tecnología avanzada incorpora las capacidades de entrega a través de la nube que se necesitan hoy en día, y también provee a las empresas que buscan administrar los requisitos omnicanal que abarcan sistemas electrónicos y altos volúmenes de impresión con la capacidad de lograr - en el lenguaje de la transformación digital - la “automatización en toda la empresa, que abarca múltiples funciones, y la modernización de procesos actuales e infraestructura de apoyo para lograr resultados previamente inalcanzables o inimaginables.”

<sup>1</sup> Transformación digital SMB, Techaisle Research

## Definiendo el CCM: ¿qué hace que funcione en la nube?

Una comprensión de cómo la nube transforma el potencial del CCM comienza con la definición del *core* de capacidades del CCM - que, según la firma de investigación Gartner Group, incluyen “creación, entrega, almacenamiento y recuperación de comunicaciones salientes, incluidas las de marketing, nuevos productos, introducciones, notificaciones de renovación, correspondencia y documentación de reclamaciones y notificaciones de pago.”<sup>2</sup> Si bien estas comunicaciones han sido tradicionalmente (en gran medida) impresas, Gartner señala que “estas interacciones pueden darse a través de una amplia gama de medios y resultados, incluidos documentos, correo electrónico, servicio de mensajes cortos (SMS) y páginas web”.

Las comunicaciones omnicanal son uno de los factores clave que incita a las empresas a buscar soluciones de experiencia digital avanzada (DX). Estas soluciones, que incorporan instalaciones *on-premise*, nube privada y plataformas de entrega de nube pública/híbrida, permiten a las empresas coordinar comunicaciones omnicanal desde un punto central, asegurando que los mensajes distribuidos a través de los diferentes medios sean oportunos y consistentes.

Sin embargo, la gestión de la salida es solo la primera de muchas características de la experiencia digital en la nube. Al eliminar múltiples sistemas aislados, las soluciones de nube DX mejoran el coste interno (coste, rendimiento) e informes externos (por ejemplo, gestión de cumplimiento y auditoría); sistemas sofisticados proporcionan cuadros de mando y vistas flexibles adaptadas a las necesidades individuales, por ejemplo, perspectivas adaptadas a una agencia, un cliente o un gerente responsable de un producto o campaña específica. Conectando las soluciones DX basadas en la nube ofrecen capacidades que van más allá de las características convencionales del CCM:

- Las soluciones *Cloud DX* ofrecen a las empresas la información necesaria para apoyar el *tracking* y el seguimiento de mensajes
- Los profesionales del CCM pueden autogestionar la información y los objetivos de respuesta, creando una conexión interactiva que responde a las preferencias individuales
- Los *inputs* se combinan para apoyar el desarrollo de una comprensión procesable del cliente: las sofisticadas soluciones omnicanal en la nube DX ayudan a los profesionales de marketing a comprender cómo atraer mejor a los segmentos, o incluso cuentas individuales, y vincularse a otros sistemas (como contabilidad (ERP) o las aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM) - muchas de las cuales también se basan en la nube) para integrar los conocimientos del CCM con los sistemas financieros, de ventas u otros sistemas corporativos relevantes.



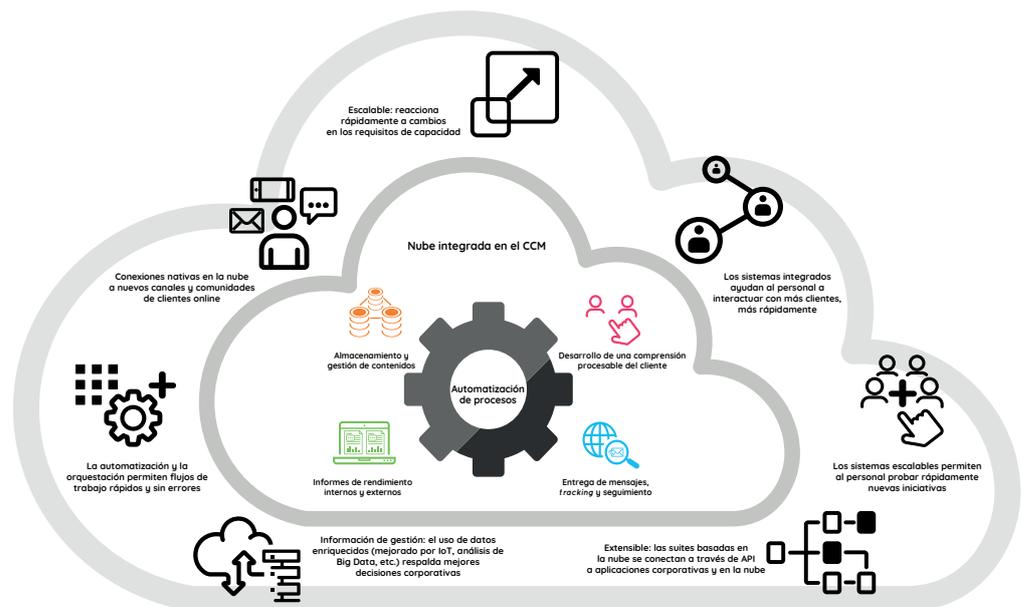
<sup>2</sup> Customer Communications Management (CCM), Gartner Group

## Los beneficios de la integración

Si bien los beneficios de la automatización de tareas para aprovechar la funcionalidad de la nube DX son convincentes, la oportunidad de integrar pequeñas actividades - pasar de la automatización de tareas a la automatización de procesos - ofrece el potencial para una mayor eficiencia, mayor alcance de oportunidades... y potencialmente, un ROI mucho más alto en CCM.

Los expertos en el campo creen que la capacidad de la nube para conectarse y automatizar los flujos de trabajo para acelerar los procesos son un beneficio clave de las soluciones basadas en la nube, que permiten “respuestas más rápidas a los prospectos, mejor consistencia para el marketing/ventas/ proceso de entrega y mejor retorno de las inversiones de la empresa tanto en tecnología como en personal<sup>3</sup>”.

Mirando de nuevo la figura anterior, los beneficios de la integración del proceso de automatización son evidentes. El hecho de tener una única fuente de contenido a la que los clientes acceden o consultan en tiempo real, acelera la entrega de la información necesaria; y la conexión a su vez a sistemas que analizan patrones e identifican respuestas óptimas, mejorará las tasas de conversión y la satisfacción del cliente. Mientras es capaz de identificar tendencias o amenazas con datos enriquecidos en tiempo real, aumenta el potencial para encontrar nuevas oportunidades o llamar la atención de posibles problemas de privacidad o seguridad.



Las soluciones integradas de nube DX basadas en la suite también ofrecen beneficios adicionales. Las aplicaciones basadas en la nube son extensibles: a través de las API (interfaces de programación de aplicaciones) se conectan rápidamente a los sistemas existentes (como las aplicaciones ERP y CRM utilizadas en el ejemplo anterior) o a nuevos canales o comunidades, lo que permite una expansión más rápida de las opciones de CCM; se expanden para incorporar nuevas opciones de tecnología, como IoT, IA/*Machine Learning* y *Big Data Analytics*, que aún no son de uso común, pero que están en el horizonte de la planificación de muchas organizaciones. Los sistemas basados en la nube también son escalables: permiten un rápido aumento/disminución de la capacidad para hacer frente a las fluctuaciones estacionales o impulsadas por la campaña en la demanda de recursos, lo que a su vez aumenta la capacidad de probar nuevas iniciativas. Y por su diseño, los sistemas integrados basados en la nube ofrecen oportunidades para la automatización y la orquestación - para procesos impulsados por máquinas que mejoran considerablemente la velocidad con la que los sistemas reaccionan a las demandas técnicas o de los usuarios, y que reducen/eliminan los errores encontrados en procedimientos altamente manuales y repetitivos.

<sup>3</sup> O'Neil, Michael. *The Death of Core Competency: A management guide to cloud computing and the zero-friction future* (InsightaaS Press, 2014)

## Objetivos *Cloud DX Business*: ¿por qué?

Las características enumeradas en la sección anterior proporcionan un conjunto de razones convincentes para considerar la adopción de una solución DX basada en la nube. Sin embargo, en muchas empresas, las características por sí solas no proporcionan una razón suficiente para implementar una nueva solución: las decisiones de inversión deben posicionar las nuevas capacidades en el contexto corporativo más amplio.

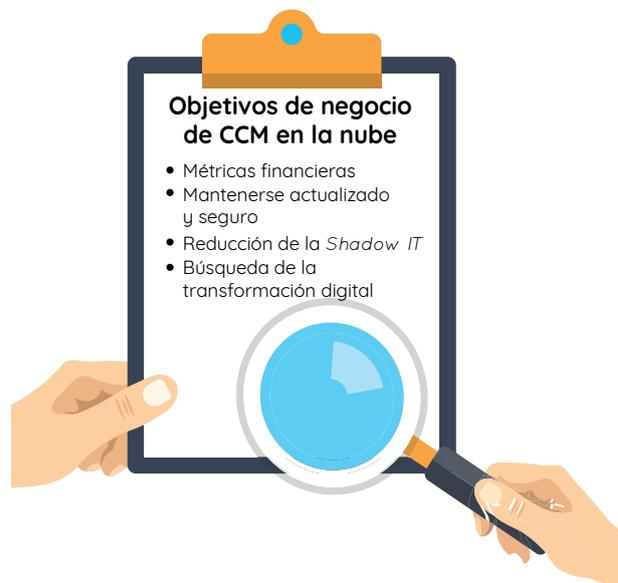
La experiencia demuestra que, a un alto nivel, los ejecutivos corporativos buscan invertir en tecnologías que ofrezcan métricas convincentes, que mejoren los modelos operativos de negocios y que respalden los objetivos de posicionamiento/marca corporativos. Las soluciones que ofrecen atractivos beneficios financieros, que brindan una mayor eficiencia operativa y que permiten a la organización superar a los competidores y forjar relaciones sólidas con los clientes, tienen más probabilidades de captar la atención y el apoyo dentro de la C-suite.

Los defensores internos pueden resaltar una serie de áreas donde la nube DX está alineada con estos objetivos ejecutivos:

**Métricas financieras.** Para la mayoría de las cargas de trabajo, los sistemas en la nube se consideran más rentables que los sistemas convencionales. El caso financiero se amplifica por la capacidad de la nube de mejorar el rendimiento de la automatización: un mayor alcance y mayores tasas de conversión se traducen en una mayor participación de mercado y valor para los accionistas.

La eficiencia y el empoderamiento amplían aún más el impacto financiero de las soluciones de nube DX. Sin embargo, como se señaló anteriormente en este documento, la nube ofrece “un mejor rendimiento de las inversiones de la empresa tanto en tecnología como en personal” - y la parte de “personal” de esta ecuación es importante para comprender el beneficio de las capacidades de la nube DX. Con el acceso a un sistema integrado que abarca todos los canales, el seguimiento de todas las interacciones y la conexión a sistemas internos clave, los agentes y representantes de los clientes se vuelven más productivos, y la administración de productos y ventas puede identificar oportunidades para expandir el alcance a nuevos segmentos y mejorar las tasas de conversión/cierre. Esta eficiencia reduce el coste y el tiempo asociados con las tareas del CCM, al tiempo que permite al personal conseguir nuevos negocios. El *business case* de DX puede (y debería) incluir beneficios de coste y productividad - pero también deberían ampliarse a los objetivos de ingresos: las soluciones de nube DX tienen un vínculo directo no solo con los ahorros, sino también con un mejor rendimiento de primera línea.

**Mantenerse actualizado y seguro.** Todas las empresas se basan en dos tipos principales de aplicaciones: “sistemas de registro”, que administran información financiera esencial y otra información corporativa crítica, y “sistemas de vinculación”, que respaldan las conexiones con clientes, prospectos y otras partes externas interesadas.



Los sistemas de vinculación han estado cambiando rápidamente - de hecho, las tendencias hacia el omnicanal, la automatización de la comercialización y la participación directa del cliente a través de una combinación de dispositivos móviles, redes sociales, vídeo e incluso VR/AR (realidad virtual/ realidad aumentada) ilustran algunas de las formas importantes en que las expectativas del comprador están impulsando el despliegue de tecnologías sofisticadas de atención al cliente. Los sistemas de registro, por otro lado, cambian lentamente; el objetivo aquí no es mantenerse al tanto de las nuevas tendencias, sino procesar y asegurar datos estructurados, incluyendo información transaccional y financiera, registros de recursos humanos y clientes, diseños de productos y procesos, documentos legales y archivos similares.

Los diferentes requisitos asociados con los sistemas de compromiso y los sistemas de registro plantean un desafío para los líderes corporativos: ¿cuál es la mejor manera de mantener la aceptación con los sistemas de vinculación (y, al hacerlo, mantener una posición de liderazgo en la mente de los clientes) mientras se mantiene la estabilidad que demandan los inversores y reguladores de los sistemas de registro? Existe el riesgo de confiar en la tecnología obsoleta (potencial de fallos) - existe el riesgo de reemplazar a esa tecnología (riesgo de que los nuevos componentes rompan las conexiones entre los sistemas existentes) - existe el riesgo implícito en el uso de múltiples sistemas de silos con diversos requisitos de seguridad y que generan datos que son difíciles de integrar - y existe un riesgo empresarial a no cumplir con las expectativas de los clientes, accionistas o reguladores.

Las soluciones DX basadas en la nube son un factor importante para establecer el equilibrio requerido entre estos objetivos. Al consolidar las tecnologías de componentes CCM en silos (y en muchos casos, más antiguas) con un sistema unificado y moderno, las organizaciones pueden reducir el riesgo empresarial y tecnológico en los sistemas orientados al cliente - y al conectar estas nuevas soluciones a los sistemas centrales a través de API, IT es capaz de reducir los puntos potenciales de falla de integración y allanar el camino para futuras actualizaciones de aplicaciones críticas para el negocio.

Reducción de la *Shadow IT*. La *Shadow IT* - el uso de sistemas que están fuera del ámbito de IT - podría legítimamente caer bajo la dirección de 'finanzas' o 'seguridad'. La *Shadow IT* es costosa, se piensa que representa al menos el 15%, y potencialmente mucho más, de todos los gastos de IT de las empresas. Y la *Shadow IT* puede suponer un riesgo significativo para la seguridad, el cumplimiento y la capacidad de auditoría de IT/datos corporativos, ya que transfiere datos a sistemas (generalmente, sistemas basados en la nube) que están fuera de los escudos de seguridad corporativos.

Pero la *Shadow IT* también proporciona evidencia de la innovación dentro del negocio: son los medios utilizados por el personal para cumplir con las prioridades que consideran urgentes, y que necesitan soporte que IT corporativa no puede entregar, y/o representa una solución alternativa (por ejemplo, el uso de Dropbox para intercambiar archivos) para acelerar tareas que son difíciles de completar con sistemas autorizados. Los expertos instan a las empresas a abordar la *Shadow IT* mediante el suministro de alternativas administradas a los sistemas de nube no autorizados. La implementación de soluciones de nube DX es consistente con este enfoque, brindando a los profesionales de marketing y otros miembros del personal una plataforma de innovación que se encuentra totalmente dentro del ámbito de la solución corporativa.

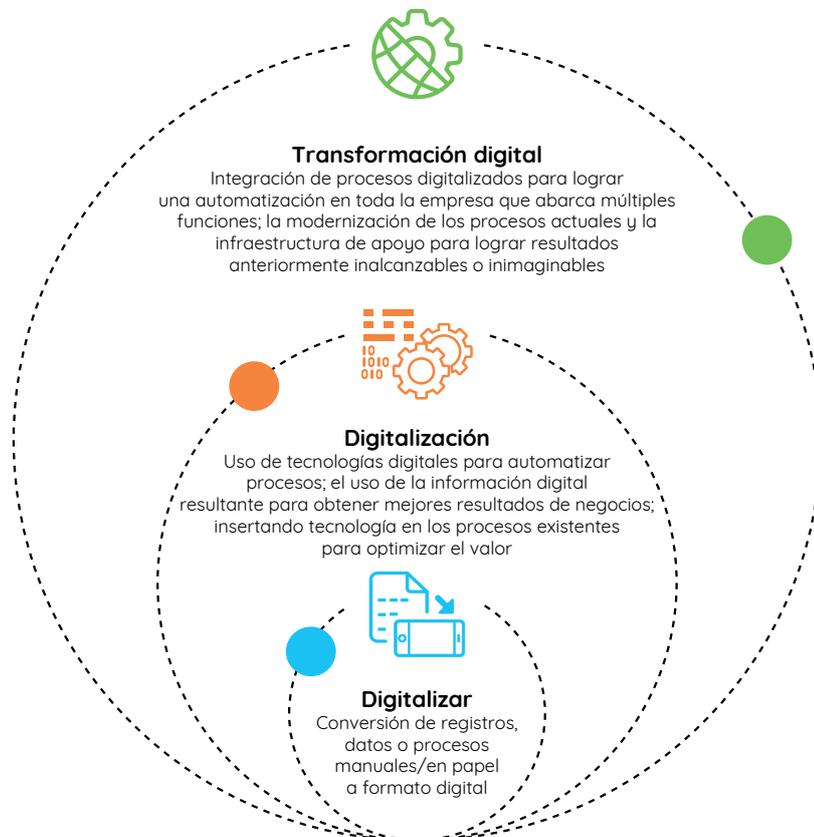
## Búsqueda de la transformación digital

Definir una ruta hacia la transformación digital es una consideración importante al evaluar el porqué del negocio de la nube DX - pero es tan amplio e importante que merece una atención especial.

Hay diferentes formas de definir la transformación digital. Un enfoque particularmente adecuado es posicionar la transformación digital como un estado operacional en el que “los procesos modernos y la infraestructura de soporte permiten que la empresa logre resultados anteriormente inalcanzables o inimaginables”<sup>4</sup>. La transformación digital, que sostiene este punto de vista, se alcanza después de haber recorrido dos pasos fundamentales: digitalizar, o la conversión de procesos manuales y registros en papel a un formato digital, y la digitalización, que se basa en digitalizar “insertando tecnología en procesos existentes para ofrecer ciclos más rápidos o resultados más predecibles, utilizando tecnologías digitales para automatizar procesos, y utilizando la información resultante para optimizar estos procesos”.

Visto a través de esta lente, la conexión entre la nube DX y la transformación digital es clara. El uso de la nube obliga al desarrollo de material digital (incluso cuando la salida final debe distribuirse a través de la impresión) y actúa como una plataforma en la que se automatizan muchas tareas y procesos previamente manuales o desconectados. *Cloud DX* agrega el beneficio de garantizar que estos procesos se automaticen de manera consistente y que sus entradas y salidas puedan conectarse con otros sistemas digitales, lo que expande la digitalización dentro de la organización.

No todas las empresas siguen estrategias de transformación digital, al menos todavía; pero aquellos que lo encuentren verán que el CCM en la nube brinda soporte para prácticas y beneficios de negocios digitales.



Fuente: Techaisle, 2018

<sup>4</sup> Techaisle Research. Ver, por ejemplo, Digital Transformation and the future of the reseller channel

## Evaluación de riesgos: ¿cómo de segura es la nube? ¿Y qué significa *compliance*?

Hemos llegado al punto en este documento en el que estamos listos para reconocer al elefante en la sala: los temores históricos sobre la seguridad de la nube y las preocupaciones más actuales sobre la ubicación de los datos, la legislación de la privacidad y otros asuntos de gobierno y cumplimiento. Como lo demuestra la cita destacada en esta página (del vicepresidente de investigación de Gartner, Jay Heiser), la seguridad de las instalaciones en la nube no es un problema: los centros de datos operados por Amazon, Microsoft y otros líderes de la nube generalmente se consideran más seguros que prácticamente todos los *data centers* corporativos. Las empresas enfrentan problemas con la seguridad del tránsito de datos y el acceso a los mismos, pero en una era donde casi todos los empleados (y en muchos casos, los clientes también) acceden a aplicaciones y datos a través de dispositivos móviles, el control de acceso y transmisión es más una función de los patrones de trabajo que la propiedad de las instalaciones, y debe ser administrada por el equipo de seguridad corporativo, independientemente de si una empresa está utilizando una combinación de sistemas y ubicaciones corporativas, en la nube o híbridas.

“Los CIO deben asegurarse de que sus equipos de seguridad no estén frenando las iniciativas de la nube con preocupaciones de seguridad de la nube no demostradas... Los temores exagerados pueden resultar en la pérdida de oportunidades y gastos inapropiados

- Jay Heiser, vicepresidente de investigación, Gartner Group

Donde el tema de la nube tiene un interés actual es en el área de *compliance* - y aquí, la nube bien puede actuar como un estímulo para el desarrollo de prácticas que se ajusten a las prácticas y requisitos actuales.

Existe una frase, “gobernanza de la nube”, que a veces se usa como una abreviatura para describir la necesidad de que los SLA y las prácticas de la nube sean coherentes con los mandatos corporativos. La frase en sí es inexacta: la gobernanza es un producto de la junta directiva y no está sujeta a revisión de IT, y mucho menos a la información de los proveedores (de la nube o de cualquier otro producto o servicio de IT). Lo que se denomina “gobernanza de la nube” se describiría más adecuadamente como “controles de IT”, un conjunto de prácticas que alinean las actividades de IT con los objetivos generales de gobierno, cumplimiento y gestión de riesgos de la corporación.

En muchas empresas, los controles de IT se establecieron hace muchos años, y no son necesariamente completos y relevantes en entornos donde ahora IT es ubicuo, donde los usuarios acceden a los sistemas desde cualquier lugar y donde los datos pueden residir en una combinación de empresas - repositorios autorizados y convenientes para el usuario. Muchas de estas restricciones son anteriores a la era actual en la que la ciberseguridad es una preocupación a nivel de la junta directiva, y donde las regulaciones de privacidad y residencia de datos (como RGPD) imponen restricciones nuevas y estrictas a las prácticas de IT/negocios.

Es cierto que la nube puede y debe estar alineada con los requisitos de cumplimiento, auditoría y gobernanza, pero también es cierto que IT puede y debe estar alineada con estas obligaciones. La adopción de la nube debe ser motivo de revisión de los controles que se aplican a los datos y las prácticas de los usuarios, y que son fundamentales para la gestión de riesgos en un mundo centrado en la IT.

## Hitos: trazando su camino a la nube DX

*Cloud DX* no es una solución ‘configúrela y olvídese’, describe un camino evolutivo hacia la funcionalidad que mejora las tareas y procesos actuales, y que respalda el viaje corporativo hacia nuevas capacidades y relaciones más profundas con los clientes.

Aquí se presenta una guía rápida de los pasos necesarios para iniciarse en el camino de la experiencia digital en la nube, para navegar de un punto a las soluciones integradas y para expandirse a nuevos canales y niveles de sofisticación, mientras optimiza el retorno en cada paso:



### Planificación estratégica: ¿cómo queremos dar forma a la experiencia del cliente?

El primer paso en cualquier actividad corporativa de toda la empresa es la planificación estratégica: ¿qué queremos hacer de manera diferente o mejor como negocio? Esta es una pregunta especialmente importante para la gerencia responsable de la estrategia de experiencia digital. La mayoría de las organizaciones tienen una visión de cómo quieren cambiar sus posiciones en el mercado, cómo quieren interactuar con los clientes (actuales o nuevos) para ofrecer nuevos niveles y/o tipos de beneficios.

El uso de una solución DX es un problema crítico en esta planificación. Los ejecutivos que luchan con la pregunta “¿qué queremos hacer como organización?” deben comenzar por examinar cómo y por qué los cambios aumentarán la cantidad de clientes que reciben servicios, el valor de esos clientes y su propensión a convertirse a largo plazo en defensores del negocio.

### Planificación operativa: ¿qué capacidades DX necesitamos para cumplir nuestros objetivos comerciales?

La planificación estratégica definirá qué quiere hacer el negocio con respecto al compromiso y los resultados del cliente. La planificación operativa se adentra en las capacidades que deben implementarse para alcanzar esa visión. ¿Qué canales necesitamos para apoyar e integrar? ¿Cómo vemos a los clientes interactuar con estos canales y qué debemos hacer para respaldar el viaje de un cliente que puede pasar de un punto de conexión a otros? ¿Cómo trabajará nuestro personal (o socios de mercado) con los clientes actuales y potenciales, y qué tecnologías y procesos habilitados para la tecnología respaldarán esta interacción? ¿Qué capacidades debemos implementar para habilitar estas actividades y cuál es la mejor y más rentable manera de ofrecer sistemas y soporte IT? ¿Cuáles son nuestras responsabilidades en términos de seguridad, privacidad y auditoría, y qué controles serán necesarios para garantizar que respondemos a estos requisitos? Al igual que la planificación estratégica, la planificación operativa es una tarea compleja, y al igual que la planificación estratégica, es un paso esencial para desarrollar la visión que guiará las iniciativas de nube DX a medida que se implementen.

## Análisis de brechas: ¿dónde estamos y cuáles son los pasos a seguir?

La planificación operativa proporciona un modelo de cómo la organización necesita operar para cumplir con los objetivos estratégicos. Una vez que está completo, se debe plantear y responder un nuevo conjunto de preguntas, generalmente por un equipo que incluye personal de IT y unidades de negocio importantes. Este equipo deberá desarrollar un entendimiento de los recursos actuales y los objetivos futuros, e identificar y priorizar las inversiones y actividades de habilitación que son importantes para pasar del estado actual a los objetivos corporativos.

## Mapeo del estado actual y necesidades actuales

Un punto de partida importante para la introducción de la nube DX es el mapeo de los recursos actuales y la identificación de los requisitos clave. El análisis en esta área podría incluir:

- ¿Tenemos un inventario de los sistemas actuales: aplicaciones y tecnologías de plataforma subyacentes? ¿Qué tan estables son estos sistemas? ¿Cuánto cuesta mantenerlos, tanto en términos de tarifas de mantenimiento como en términos de tiempo interno del personal de IT? ¿Cuáles son las implicaciones de coste por reemplazar estos sistemas, en lugar de mantenerlos y actualizarlos cuando sea necesario?
- ¿Podemos consolidar la salida de múltiples sistemas para crear perspectivas detalladas sobre nuestros clientes, o vincular los sistemas y los procesos que admiten para comprender y mejorar nuestros *customer journey*? ¿Qué deberíamos hacer con nuestra tecnología actual para adoptar un enfoque más centrado en el cliente y compatible con el CX para nuestro negocio?

	Capacidad para consolidar y analizar resultados de múltiples sistemas
	Soporte para canales actuales/capacidad para agregar nuevos canales
	Estado actual de los datos: registros de clientes
	Capacidad para entender los <i>customer journeys</i> y las tendencias de los mercados
	Integración con sistemas utilizados por funciones corporativas adyacentes

- ¿Cómo apoyamos los canales actuales? ¿Qué nuevos canales es probable que agreguemos y cómo los agregaríamos hoy, dados nuestros procesos y recursos actuales? ¿Es este un enfoque razonable para agregar nuevos canales?
- ¿Cuál es el estado de nuestros datos? ¿Están integrados alrededor de un disco “dorado” o maestro? ¿Los datos están limpios y completos? ¿Nuestros registros incluyen todos los campos/elementos importantes? ¿Cómo mantenemos los datos en el tiempo?
- ¿Qué tan profundamente podemos examinar el *customer journey* y las tendencias de los clientes? ¿Cómo contribuye la percepción de nuestros clientes al éxito comercial actual y qué información adicional se requerirá para avanzar?
- ¿Qué tan bien conectados están nuestros sistemas actuales con sistemas adyacentes utilizados por (por ejemplo) finanzas, ventas y legal? ¿Tenemos requisitos para una mejor integración, o podríamos mejorar la eficiencia o la búsqueda de oportunidades si tuviéramos una mejor integración? ¿Cómo apoyaríamos las conexiones a los sistemas o departamentos adyacentes con nuestras tecnologías actuales?

La importancia de estas y otras preguntas similares variará según el negocio, pero la importancia de plantear y responder este tipo de preguntas es alta en todas las organizaciones: una evaluación clara y honesta de las capacidades actuales y su capacidad (o incapacidad) para satisfacer las necesidades actuales o emergentes proporciona una línea de base que identificará las formas en que los nuevos sistemas pueden contribuir significativamente a mejorar los resultados comerciales.

## Definir las capacidades que se necesitan para conseguir los beneficios de la digitalización

Como se señaló anteriormente en este documento, el codiciado punto final de la “transformación digital” se basa en dos etapas previas: digitalizar y digitalización. La mayoría de los problemas asociados a digitalizar (migrar procesos manuales y registros en papel a formato digital) se identifican en el proceso de “mapeo del estado actual y las necesidades actuales”. Digitalización, “inserción de tecnología en procesos existentes para ofrecer ciclos de tiempo más rápidos o resultados más predecibles, el uso de tecnologías digitales para automatizar procesos y el uso de la información resultante para optimizar estos procesos”, es el siguiente paso, y en el que el valor de la nube DX comienza a enfocarse.

¿Cómo puede y debe el negocio utilizar la tecnología digital para gestionar el contacto con el cliente y la experiencia digital, para optimizar los procesos centrales, desarrollar nuevas capacidades, ofrecer una visión de alto valor para el negocio, mejorar los porcentajes de conversión y satisfacer a los clientes? Esta es la parte más complicada del ‘análisis de brechas’: requiere que el negocio vaya más allá de comprender las limitaciones actuales, para identificar las nuevas capacidades que acelerarán el crecimiento futuro.

No hay una plantilla única que se pueda usar para desarrollar su estrategia de experiencia digital en el contexto de objetivos de negocios digitales más amplios. Sin embargo, hay algunas preguntas marco que ayudarán a la “prueba de futuro” de su enfoque:

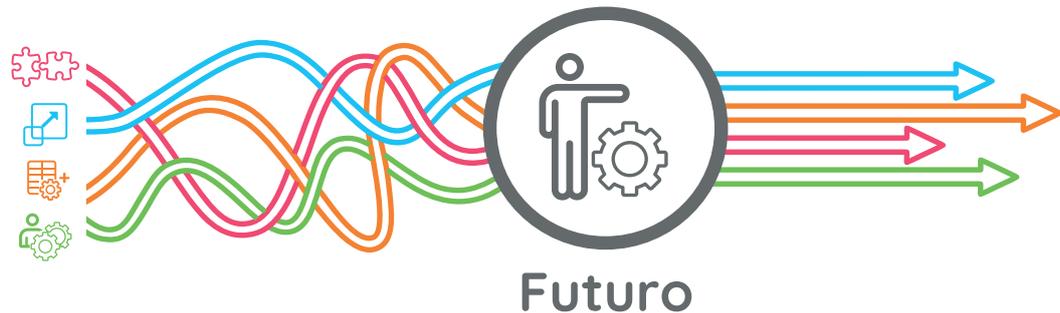
- ¿Con qué clientes estamos buscando trabajar, y cuál es su viaje desde el conocimiento/interés hasta convertirse en clientes y defensores de nuestra organización?
- ¿Qué *inputs* necesitarán en este viaje y qué canales utilizarán para obtener o acceder a estos *inputs*?
- Qué significan estos requisitos para DX dentro de nuestro negocio: ¿qué deberemos ser capaces de hacer, para brindar asistencia sin inconvenientes a los clientes a través del *journey*, involucrándonos cuando sea apropiado, en todos los canales relevantes?
- ¿Con qué funciones y aplicaciones existentes debería integrarse nuestra solución DX, de modo que la información captada a través de los sistemas orientados al cliente proporcione información oportuna al personal en otras funciones corporativas (como ventas, finanzas, legal, etc.) y para que las prioridades de estas otras áreas (por ejemplo, campañas que promueven ofertas prioritarias o que se centren en segmentos/mercados prioritarios, paneles de control que demuestren la recuperación de la actividad de marketing, cumplimiento de la normativa de privacidad) se incluyan en los objetivos de diseño y optimización de DX?
- ¿Qué necesidades futuras podría tener el negocio, y cómo podríamos integrar esas necesidades con nuestras prácticas futuras?

El proceso de producir un mapa del estado/necesidades actuales y definir las capacidades futuras necesarias produce un conjunto de requisitos que ayudan a establecer los requisitos para la tecnología DX.

## Definición de la solución

¿Qué es importante en una solución DX? Según los problemas planteados anteriormente, algunos factores clave pueden incluir:

- Funcionalidad principal/soporte para procesos centrales: DX debe ser capaz de soportar los requisitos de cada canal y tipo de contenido, desde impresión a digital. Además, las nuevas tecnologías deberían mejorar los enfoques actuales: por ejemplo, las nuevas soluciones deberían mejorar la gestión de la calidad de los datos, en relación con los sistemas existentes.
- Digitalizar: siempre que sea posible, la solución DX necesita automatizar las tareas y los activos de manera consistente.
- Agilidad: por diseño, la solución DX debe ofrecer la capacidad de conectar tareas en flujos de trabajo eficientes que puedan moverse sin problemas a través de los canales y que puedan evolucionar según las necesidades del cliente.
- Integración: los nuevos sistemas deben contar con conexiones orquestadas con tecnologías heredadas utilizadas en funciones adyacentes, si es necesario; debería ser posible integrar datos y procesos a través de 'silos'.
- Pruebas de futuro: la nueva tecnología debe poder adaptarse a los requisitos futuros. El sistema debe poder crecer a medida que usted lo hace, para que pueda mantener el beneficio de las inversiones existentes, optimizando su ROI en el nuevo sistema.



Diferentes empresas pueden encontrar que las soluciones específicas están mejor alineadas con sus requisitos específicos. Sin embargo, a un alto nivel, hay varias características que serán importantes para las organizaciones con visión de futuro.

- Una es la modularidad. La ruta de crecimiento para la organización puede ser incremental o difícil de definir en términos de alcance o tiempo. Cuando las empresas necesiten cierta flexibilidad para implementar una nueva tecnología, querrán encontrar soluciones/proveedores que ofrezcan la capacidad de enfocarse en un conjunto central de capacidades y expandirse a medida que se requiera una nueva funcionalidad.
- Otro problema clave es la escalabilidad: la capacidad de expandirse para satisfacer la creciente demanda del sistema y, si es necesario, reducir la capacidad y el coste. La capacidad de que sea escalable es fundamental en un entorno en el que es probable que el alcance general del CCM aumente con el tiempo. Por otro lado, la reducción de la escala es un atributo que es importante para las empresas que valoran la creatividad y la exploración: el personal puede explorar nuevos enfoques sin un compromiso a largo plazo, abandonando la iniciativa sin más penalización si no logra ganar tracción.

- Un tercero es la extensibilidad, o la capacidad de incorporar aplicaciones externas, fuentes de datos o nuevas tecnologías. Con el interés actual en Big Data, IoT, IA y otras tecnologías avanzadas, parece seguro que los profesionales de marketing querrán colocar entradas y funcionalidades en la plataforma del CCM. Y, a más corto plazo, se pueden obtener ventajas comerciales reales al vincular los conocimientos del CCM con los sistemas utilizados en otros departamentos corporativos.
- Un atributo adicional - y en ocasiones pasado por alto - es la capacidad de manejabilidad. Las soluciones de experiencia digital ricas en características requieren una inversión continua en personal que sea capaz de mantener todos los componentes funcionales clave integrados y actualizados, apropiándose del mantenimiento, las actualizaciones y el soporte. En el mundo de la nube, esto se logra a menudo mediante el suministro de sistemas en base a *Software-as-a-Service* (SaaS). Con SaaS, el proveedor administra la solución - y dado que los contratos de SaaS se pagan a lo largo del tiempo, el proveedor y el cliente comparten un compromiso común de éxito, con el efecto de que la relación se parece más a una sociedad que a una transacción tradicional de compra/venta.

En el contexto de IT actual, es probable que estas características indiquen a las empresas que buscan nuevas soluciones para soluciones DX basadas en la nube. Los sistemas de nube modular se construyen desde cero para permitir una adopción incremental: los proveedores de la nube pueden mejorar una o más partes de una solución y garantizar la coherencia y compatibilidad entre los componentes en evolución. La nube es inherentemente escalable: con el modelo de pago por uso de la nube, las empresas pueden escalar hacia arriba y hacia abajo, alineando la capacidad con la demanda y los gastos con los beneficios. Las soluciones en la nube tienden a tener la capacidad de ampliación “incorporada”, ya que los desarrolladores de la nube admiten APIs comunes que permiten conexiones de aplicaciones nube/nube y nube/heredadas eficaces y manejables. Y el modelo de entrega *SaaS as a Service* descarga gran parte de la sobrecarga de administración del sistema DX al proveedor.

Si bien es cierto que la mayoría de las innovaciones de software nuevas se producen en la nube, la nube no es “la respuesta” para las nuevas soluciones DX simplemente por este enfoque: la nube responde a las necesidades del comprador porque ofrece la mejor plataforma para soluciones modulares, escalables, extensibles y manejables.

## Cloud DX para el futuro con Quadient

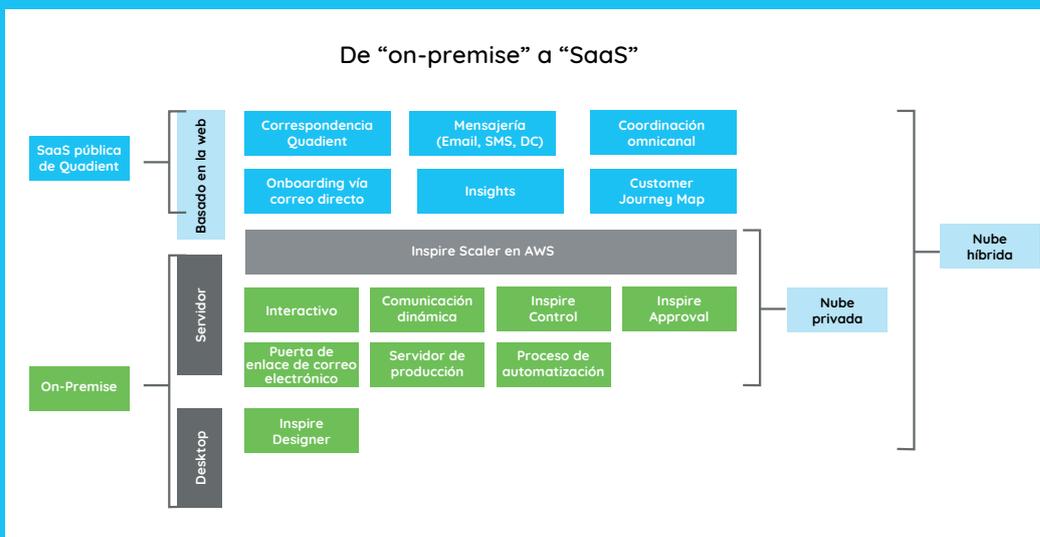
En el mercado actual, las empresas que buscan las ventajas de DX buscan soluciones modulares basadas en la nube que ofrezcan un conjunto completo de aplicaciones CCM de la mejor calidad, y estas empresas están migrando a Quadient Cloud. Quadient Cloud permite a los profesionales crear, actualizar, previsualizar, aprobar y desplegar comunicaciones personalizadas con el cliente sin depender de IT, brindando una experiencia excepcional al cliente en todo momento.

La familia de la nube de Quadient incluye:

- **Digital Advantage Suite:** Digital Advantage Suite permite a los suscriptores movilizar de forma segura sus procesos y documentos. Una única versión de referencia de cada recurso es la seguridad almacenada en Inspire Cloud; las comunicaciones se distribuyen a través de múltiples canales; las métricas se recopilan de todos los canales y se devuelven a una fuente central.
- **Inspire Insights:** Insights ofrece las herramientas necesarias para crear cuadros de mando personalizados que monitorizan diversos procesos de producción. Con Insights, los cuadros de mando se pueden ensamblar y compartir rápidamente de forma interna o externa, con los clientes.
- **Inspire Messenger:** Messenger permite que los suscriptores programen y envíen mensajes personalizados en forma de pago por uso. Con Messenger, puede hacer un seguimiento del estado de entrega, administrar mensajes (antes y después de que se hayan enviado) y acceder a estadísticas detalladas y en tiempo real sobre la entrega y la respuesta.
- **Inspire Customer Preference Management:** Customer Preference Manager capitaliza el poder del CCM en la nube para desarrollar un entendimiento práctico de las preferencias del canal del cliente. Con Inspire Customer Preference Management, los correos electrónicos de invitación con configuración de preferencias se envían a los destinatarios a través de Messenger. A cambio, el cliente autoriza el canal de su elección proporcionando una prueba legal de que se puede utilizar para contactarlo. Las estadísticas se recopilan para mostrar qué canales funcionan. La Administración de Preferencias del Cliente responde a los requisitos regulatorios para la prueba de las preferencias de contacto y facilita las transiciones corporativas a las operaciones comerciales digitales.
- **Quadient Data Services:** Quadient Data Services permite a las organizaciones utilizar la calidad de los datos con valor agregado y la funcionalidad de enriquecimiento a escala y de manera rentable para impulsar la excelencia operativa, las perspectivas adicionales y el crecimiento empresarial. Diseñado para facilitar la integración, los servicios de datos se pueden aprovechar en cualquier lugar donde residan los datos de contacto, desde las aplicaciones comerciales hasta las bases de datos y los formularios de contacto online, y presenta integraciones ya integradas con Quadient DataHub, DataCleaner e Inspire.

## La ventaja de la arquitectura de Quadient

La arquitectura de la nube de Quadient es perfecta para las empresas que desean correr el riesgo de la transición a la nube DX, y que desean la flexibilidad para agregar funciones avanzadas según sea necesario. Quadient apoya la migración de sistemas heredados de las instalaciones a SaaS, expandiéndose sin problemas de los sistemas del cliente/servidor tradicionales a las configuraciones de nube privada, y extendiéndose a las ofertas de SaaS totalmente administradas que proporcionan una transición perfecta a la transformación digital a través de un enfoque de nube flexible, extensible e híbrido.



Quadient, una compañía de Neopost, proporciona tecnología que permite a las organizaciones crear mejores experiencias para sus clientes a través de comunicaciones oportunas, optimizadas, contextuales, altamente individualizadas y precisas para todos los canales.

## Despliegue, optimización y evolución

Una vez que se identifica una suite o conjunto de productos de proveedores, la organización necesita llegar al “trabajo real” de implementar y capitalizar la funcionalidad de DX en la nube. Tres consideraciones de gestión importantes en este proceso son la priorización, la optimización y la obtención de beneficios y la evolución continua de la solución.

### Priorización

¿Dónde están los mayores beneficios (potencialmente)? ¿Qué funciones y comunidades de usuarios deben ser la máxima prioridad para la nueva solución?

Estas parecen buenas preguntas para guiar una estrategia de implementación, pero la guía de expertos sostiene que no deben dictar los primeros pasos en la estrategia de la nube. En general, los objetivos de mayor prioridad involucran sistemas complejos de misión crítica. Estos no son buenos

puntos de partida para la adopción de un nuevo enfoque de TI. En su lugar, es mejor comenzar con de 1 a 3 iniciativas que tengan un alcance limitado, que puedan completarse rápidamente y que prometan una compensación clara. La ejecución exitosa en los proyectos iniciales y la promoción de ese éxito en toda la organización, consigue ganar credibilidad para el enfoque de la nube y sus partidarios; le da al equipo de la nube la oportunidad de adquirir experiencia con la tecnología y ganar el “permiso” para incluirlo en la lista de prioridades de iniciativas más complejas.

### Optimización: es asunto de todos

Una vez que se implementa un nuevo módulo o capacidad en la nube, es importante que tanto los usuarios de IT como los de negocios trabajen con las nuevas capacidades para asegurarse de que están brindando beneficios comerciales tangibles. En al menos algunos casos, los usuarios serán reacios (al menos inicialmente) a abandonar tecnologías y procedimientos familiares, independientemente de la superioridad de las nuevas alternativas. IT debe trabajar con estos usuarios (y con los “campeones ejecutivos”) para ayudar a facilitar el proceso de adopción, y debe asegurarse de que las funciones/capacidades clave sean comprendidas y utilizadas por el personal de negocios. Nuevamente, la captura de beneficios, en comparación con los datos de referencia recopilados en la etapa de “mapeo del estado actual”, el ajuste de los enfoques donde sea necesario para obtener el mejor retorno de las nuevas aplicaciones y procesos, y la promoción de las ventajas del nuevo sistema reforzará el beneficio de la nube DX para todos los interesados.



Uno de los beneficios que la nube tiene sobre los sistemas tradicionales son las métricas integradas que conectan el principio y el final del enfoque de planificación, implementación y optimización. Con la tecnología tradicional, esto se puede ver como un proceso lineal, que comienza con la planificación estratégica y termina con el ajuste exhaustivo de los sistemas implementados. Sin embargo, con la nube, los análisis integrados se utilizan para proporcionar *feedback* en tiempo real sobre las características que están (o no) siendo utilizadas, y el impacto de las actividades de DX en los resultados comerciales. Este circuito de retroalimentación conecta directamente el seguimiento, la optimización y el soporte de una solución para la planificación estratégica y operativa, proporcionando información en tiempo real que los ejecutivos pueden usar para identificar los próximos pasos en el viaje de DX en la nube.

## Orientación final

Los sistemas de comunicaciones con el cliente a menudo se pasan por alto cuando se trata de la nube, pero como demuestra este documento, este no debería ser el caso. Las soluciones *Cloud DX* ofrecen beneficios inmediatos en términos de mejora de los puntos de los requisitos (nivel de tarea) y ofrecen una plataforma para mejoras integradas a nivel de proceso, y para la migración a una mayor eficiencia de DX, un alcance y soporte mejorados para los objetivos de marketing y ventas, y fundamentalmente una mejor experiencia para sus clientes.

El proceso descrito en este documento, que pasa de la planificación estratégica y operativa al análisis de brechas, la definición y despliegue de soluciones, la optimización y la evolución, es un marco que puede y debe ser utilizado por empresas de todo tipo para construir y beneficiarse de la excelencia de la experiencia digital. El enfoque no es específico de la nube DX, pero al examinar las formas en que puede optimizar las actividades de atención al cliente, creemos que inevitablemente descubrirá que las soluciones de la nube DX desempeñan un papel fundamental en el futuro del negocio digital.



Si está interesado en obtener más información sobre nuestro enfoque de la experiencia del cliente, así como sobre nuestros productos o soluciones, visite nuestro sitio web [www.quadiant.com](http://www.quadiant.com) y contáctenos.

Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China, República Checa, Francia, Alemania, Hong Kong, Hungría, India, Italia, Japón, México, Países Bajos, Polonia, Singapur, Corea del Sur, España, Suiza, Taiwán, Reino Unido, Estados Unidos.

© Quadiant | [www.quadiant.com](http://www.quadiant.com)



MailTeck & Customer Comms, partner de Quadiant en España, es un grupo especializado en servicios y soluciones de comunicaciones y transacciones multicanal con plena validez legal.

Automatizamos los procesos de comunicaciones personalizadas, integrando canales físicos y digitales, en función de las preferencias del cliente: postal, email, SMS, app, web, contact center y redes sociales. Diseñamos, generamos digitalmente y distribuimos las comunicaciones para clientes, pudiendo certificarlas, custodiarlas e incluir firma electrónica. Todo ello integrado con sistemas ERP, SCM, HRM, ECM, CRM/BI y webs. Además, ofrecemos servicios de *data quality* y *analytics*.

[www.customercomms.com](http://www.customercomms.com) | [info@customercomms.com](mailto:info@customercomms.com)  
+34 916 895 665