



MEJORANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Cómo la automatización del ciclo de venta
unifica sus equipos más estratégicos

Guía para profesionales centrados en el cliente





TABLA DE CONTENIDO

Introducción	4
Automatización O2C	7
Efectos de la automatización	8
5 Equipos	9
Gestión de pedidos	10
Comercio electrónico	12
Logística y distribución	14
Cuentas por cobrar	16
Ventas.....	18
Ofreciendo una experiencia de cliente superior	20
Conclusión	22
Conozca Esker	23

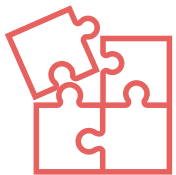
EN EL AÑO 2020,
**LA EXPERIENCIA DEL
CLIENTE** SUPERARÁ AL
PRECIO Y EL PRODUCTO COMO
DIFERENCIADOR CLAVE DE LA
MARCA.

INTRODUCCIÓN

COMPRENDIENDO LA CONEXIÓN ENTRE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y EL ÉXITO DE LA EMPRESA

No hay ninguna duda: Los procesos eficientes del ciclo de venta (O2C) son importantes para el éxito de la empresa. No obstante, alcanzarlos puede ser todo un desafío. Debido a que cada uno de los diferentes equipos va tras sus propios objetivos e intereses, utilizando sistemas y aplicaciones independientes en los procesos, a menudo se deja de lado lo que es mejor para la organización. Por este motivo, las empresas necesitan volver a planificar los procesos O2C tradicionales y centrarse en el objetivo estratégico final para el conjunto: una **experiencia de cliente** mejorada.

¿Por qué ahora? Porque las expectativas han cambiado. Hoy en día los clientes se preocupan más por su experiencia y por la facilidad con la que pueden realizar negocios con una empresa. En otras palabras, las tácticas de servicio al cliente de hace 10 o incluso 5 años ya no sirven. Las organizaciones que no se adaptan ni evolucionan sus estrategias de servicio, se encuentran en peligro de perder y no retener sus negocios.



UNIENDO LAS PIEZAS

El problema es que la mayoría de las empresas tratan de abordar esta cuestión centrándose en cada uno de los equipos en lugar de efectuar un esfuerzo combinado. No es hasta que el ciclo O2C se examina de forma global, que cada equipo y cada miembro de equipo puede ser el mejor valorado en la experiencia del cliente. Cuando los equipos trabajan juntos, se obtienen unos inmensos beneficios para el negocio gracias al ciclo O2C. Y todo ello comienza con tener en marcha una solución base efectiva.

INTRODUCCIÓN

COMPRENDIENDO LA CONEXIÓN ENTRE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y EL ÉXITO DE LA EMPRESA

No hay ninguna duda: Los procesos eficientes del ciclo de venta (O2C) son importantes para el éxito de la empresa. No obstante, alcanzarlos puede ser todo un desafío. Debido a que cada uno de los diferentes equipos va tras sus propios objetivos e intereses, utilizando sistemas y aplicaciones independientes en los procesos, a menudo se deja de lado lo que es mejor para la organización. Por este motivo, las empresas necesitan volver a planificar los procesos O2C tradicionales y centrarse en el objetivo estratégico final para el conjunto: una **experiencia del cliente** mejorada.

¿Por qué ahora? Porque las expectativas han cambiado. Hoy en día los clientes se preocupan más por su experiencia y por la facilidad con la que pueden realizar negocios con una empresa. En otras palabras, las tácticas de servicio al cliente de hace 10 o incluso 5 años ya no sirven. Las organizaciones que no se adaptan o evolucionan sus estrategias de servicio, se encuentran en peligro de perder y no retener sus negocios.

Como lo define Forrester Consulting, la experiencia del cliente es "la forma en como los clientes perciben sus interacciones con su empresa". En otras palabras,

UNIÓN DE LAS PIEZAS

El problema es que la mayoría de las empresas tratan de abordar esta cuestión centrándose en cada uno de los equipos en lugar de efectuar un esfuerzo coordinado. No es hasta que el ciclo O2C se examina de forma holística que se puede mejorar la experiencia del cliente. Cuando los equipos trabajan juntos, se obtienen unos inmensos beneficios para el negocio gracias al ciclo O2C. Y todo ello comienza con tener en marcha una solución base efectiva.

es lo que piensan los clientes y cómo consideran a su empresa.



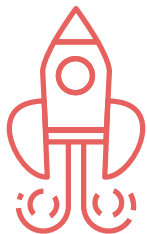
**LAS EMPRESAS DE
LOS ESTADOS UNIDOS
PIERDEN CADA AÑO
41 MIL MILLONES
DE DÓLARES DEBIDO A UN MAL
SERVICIO AL CLIENTE.**

(2015, 27 de agosto). El coste de miles de millones de dólares de un mal servicio al cliente (Publicación en registro web).
Obtenido de <https://www.newvoicemedia.com/blog/the-multibillion-dollar-cost-of-poor-customer-service-infographic/>

AUTOMATIZACIÓN O2C

UNIENDO LOS EQUIPOS PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Afortunadamente, hay una solución que unifica los equipos en su esfuerzo para crear una experiencia de cliente óptima: la automatización O2C. En procesos de gran alcance como la gestión de pedidos y las cuentas por cobrar, la automatización proporciona a los usuarios una única plataforma integrada que aporta un valor añadido y una mayor eficiencia en cada una de las fases del ciclo O2C. Aprovechando una solución de automatización:



Las empresas...

- Reducen los costes operativos
- Mejoran la visibilidad y exactitud en los documentos
- Fortalecen las relaciones de negocios críticos
- Cierran la brecha entre el pedido, la factura y la recepción del pago
- Mejoran el flujo de caja

Los empleados...

- Se centran en los clientes en lugar de en tareas manuales
- Aumentan la velocidad del proceso
- Se sienten más satisfechos por el trabajo realizado
- Documentan los procesos de forma precisa
- Ofrecen una respuesta rápida a los problemas de los clientes

MÁS QUE UN SISTEMA ERP. MÁS QUE SOLO EFICIENCIA.

Las empresas que utilizan sistemas ERP ya disfrutan de numerosos beneficios empresariales, aunque todavía existen importantes vacíos manuales. Las soluciones de automatización más eficientes van más allá de las funcionalidades básicas de un sistema ERP para cubrir esos vacíos y ofrecer a las empresas y clientes una experiencia más ágil de principio a fin.

El objetivo es facilitar el equilibrio entre el toque personal y la eficiencia. La automatización no funciona sustituyendo al personal, sino que les aporta más tiempo y herramientas necesarias para efectuar sus trabajos con mayor efectividad y mejorar la experiencia del cliente.

EFECTOS DE LA AUTOMATIZACIÓN

RESULTADOS O2C DE EMPRESAS REALES

Cuando se implementa una solución automatizada de la mayor calidad, los resultados son asombrosos. Véalo usted mismo.

Atendiendo los pedidos de los clientes más rápidamente

ASSA ABLOY

- Tiempo de proceso del pedido reducido de 60 a 2 horas
- 30 % de reducción de errores en los procesos

Evitando el coste del reenvío y las tasas de los nuevos procesos



Tessengerlo KERLEY

- 70 % de reducción en el tiempo de proceso de facturación
- 80 % de reducción en el tiempo de proceso del pedido

Liberando personal para dedicarlo a otras tareas de valor añadido



- Reducción del tiempo promedio de facturas atrasadas de 23 a 9,4 días

TOSHIBA

Leading Innovation >>>

- Alcanzado un ROI de 342.000 \$
- Logrado un 28 % de adaptación a la e-factura

Aumento positivo en el flujo de caja de la empresa

Mejora en la eficiencia de los procesos

MEDRAD[®]

Performance. For life.™

- Aumento del 7,5 % en la satisfacción de los clientes
- Aumento del 13 % en la satisfacción de los empleados

¿Necesita que le contemos más?

Ahorrando tiempo y dinero

5 EQUIPOS

QUE PUEDEN MEJORAR O DETERIORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Hay numerosos equipos e individuos que influyen en la experiencia del cliente, pero estos cinco son los más importantes. En las siguientes páginas, analizaremos cómo los procesos manuales tienen un impacto en las actividades diarias y por qué la automatización es la respuesta a la situación.



GESTIÓN DEL PEDIDO

DONDE LA RAPIDEZ Y LA SENCILLEZ SON CLAVES

Piense en la precisión como el motor que mueve la máquina O2C. En la gestión de pedidos, la manipulación manual de los datos y la gestión manual de los recursos es igual que conducir con las piezas de repuesto, muy peligroso para la eficiencia.

El deseo de procesar pedidos y resolver disputas lo más rápido posible hace de la automatización O2C la solución ideal para el servicio al cliente. Lograr una experiencia de cliente positiva está prácticamente garantizada gracias a la capacidad del equipo para:



Deshacerse de la entrada manual de datos. Eliminando el papel y la necesidad de introducir la información de los pedidos, los CSR pueden concentrarse en otras actividades que utilizan mejor el conjunto de sus habilidades y mejorar las relaciones con los clientes.



Resolver problemas con rapidez y facilidad. Dentro de la misma interfaz que en los pedidos de los clientes, los CSR pueden registrar, seguir y gestionar todas las reclamaciones, eliminando la necesidad de transferir llamadas a otros departamentos o agentes. Diga "adiós" a los problemas que solían perderse por el camino.



Identificar los pedidos prioritarios. Los pedidos urgentes están marcados y se colocan en la parte superior de la cola para que los CSR puedan reconocerlos fácilmente asegurándose de que no se pasa por alto ningún pedido y se satisface o mejora la SLA de cada cliente prioritario.



Gestionar los recursos basándose en las métricas. Los paneles de control personalizables proporcionan datos en tiempo real sobre los números de flujo de trabajo que pueden ayudar a los gestores a localizar de forma estratégica los recursos donde más se necesitan. Este sencillo acceso a métricas claras y su visibilidad permite una mayor eficiencia en todo el ciclo O2C proporcionando información precisa sobre la gestión de los pedidos.



Evitar errores costosos. Los pedidos perdidos pueden tener consecuencias desastrosas. La automatización contribuye a que el servicio al cliente evite estos errores con una combinación de tecnologías de reconocimiento que extraen los datos de los pedidos con precisión y de forma automática.



POR QUÉ LES IMPORTA A LOS EJECUTIVOS:

No hay nada más frustrante para los ejecutivos que un índice elevado de cancelación de clientes sin conocer la razón. Pero esas son las consecuencias de un departamento de gestión de pedidos que sigue trabajando de forma manual, lo cual lleva a muchos ejecutivos a invertir en la automatización. La reducción del tiempo dedicado en tareas manuales y la mejora en la visibilidad, permiten a los CSR centrarse en crear una buena experiencia de cliente en todo momento. No solo cuando tienen tiempo.

**EL 49 % DE LOS
CLIENTES** HA DEJADO DE
HACER NEGOCIOS CON AL MENOS
UNA EMPRESA DURANTE EL
PASADO AÑO DEBIDO A UNA MALA
EXPERIENCIA DE CLIENTE.

(26 de octubre de 2016). 2016 Índice de experiencia del consumidor.
Obtenido de https://www.aspect.com/globalassets/2016-aspect-consumerexperience-index-survey_index-results-final.pdf

COMERCIO ELECTRÓNICO

NAVEGANDO EN LOS PEDIDOS WEB DE TODO TIPO Y TAMAÑO

Llevar a cabo negocios online es una tarea difícil ya que la comunicación con los clientes se realiza en gran medida a través de canales electrónicos. Con una calidad de servicio que hace la diferencia, los procesos manuales no son un elemento bien recibido en la carga de trabajo diaria de los responsables del comercio electrónico al tratar de alcanzar un alto nivel de eficiencia.

Por ello las prioridades del comercio electrónico se alinean de forma perfecta con la automatización que puede ofrecer el O2C, incluyendo la capacidad para:



Procesar todo tipo de pedidos. Ya sea que un pedido llegue a través de fax, email o EDI, las tecnologías integradas de reconocimiento y de aprendizaje automático garantizan la captura de los datos necesarios permitiendo procesar el pedido con precisión, eliminando cualquier dependencia de IT cuando se trata de procesar diversos formatos de pedidos.



Aumentar la eficiencia en todos los ámbitos. Desde un aumento en la velocidad de procesamiento al minimizar las tareas manuales a una mejora en la productividad de los empleados gracias al acceso instantáneo a la información, la eficiencia se maximiza con una solución automatizada. Un beneficio adicional: es muy fácil de configurar.



Minimizar el esfuerzo del cliente (y de la empresa). Gracias a un portal de autoservicio online, los clientes pueden enviar pedidos 24/7/365, contactar con el personal para resolver los problemas, e incluso realizar pagos con una experiencia casi sin esfuerzo por ambas partes. Para las empresas, la automatización contribuye a trasladar las operaciones tradicionales a internet logrando una transición sencilla.



Evitar las "caídas" de EDI. Con el sistema de automatización no tendremos que preocuparnos por las bajadas de la velocidad EDI o por los errores producidos en lotes completos gracias a la capacidad de la solución para capturar los datos EDI y transformarlos en documentos PDF de fácil lectura. Todo esto es tiempo, dinero y servicio técnico ahorrado.



POR QUÉ LES IMPORTA A LOS EJECUTIVOS:

Lo último que la administración ejecutiva quiere escuchar es que resulta difícil hacer negocios con su empresa. Sin embargo, con los procesos manuales presentes en todas las operaciones, eso es lo que suele pasar. Es por ello que los ejecutivos están encantados con un sistema automatizado fácil de usar. Un proceso de pedido simplificado a través de un portal colaborativo, permite realizar tratos con la empresa de forma rápida y sencilla, haciendo felices tanto a los clientes como a la administración.

LOS TRES EJES PRINCIPALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SE CENTRAN EN TORNO AL CLIENTE:

- 1** SATISFACER LA DEMANDA DE LOS CLIENTES
DE COMPRAS ONLINE
- 2** LLEGAR A NUEVOS MERCADOS, MÁS CLIENTES Y
EXPANDIR EL NEGOCIO ACTUAL
- 3** DAR UN MEJOR SERVICIO A LOS CLIENTES, OFRECER
MÁS OPCIONES Y SER MÁS TRANSPARENTES

LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

EVITAR EMBOTELLAMIENTOS POR TODOS LOS MEDIOS

Desde errores en la entrada de los pedidos y una mala planificación de la demanda, a tasas por exceso de existencias y gastos de horas extraordinarias; hay una gran cantidad de problemas en los que estas personas deben pensar al trabajar con un sistema manual.

La capacidad de la automatización para mejorar la experiencia del cliente al mismo tiempo que se aumenta la eficiencia de procesos de mayor envergadura, es un aspecto positivo muy bien recibido en la cadena de suministro. Los miembros del equipo estarán encantados con su nueva capacidad para:



Reducir costes operativos. Los costes directos e indirectos asociados con la logística y la distribución se ven reducidos gracias a una menor participación física, menos suministros utilizados y una mayor precisión.



Satisfacer las SLA de los clientes. Recibir las mercancías más rápidamente y con mayor precisión mejora la experiencia del cliente y aumenta las oportunidades de convertirlos en clientes frecuentes.



Consultar todos los pedidos enviados y recibidos. Los datos mostrados en tiempo real en los paneles de control personalizables le ofrecen al personal una visibilidad precisa de la demanda, resultando en una planificación y previsión de la demanda mejorada.



Evitar retrasos costosos. Gracias al menor empleo de tareas manuales implicadas al ir de un punto A a un punto B, se evitan las demoras y los responsables de la cadena de suministros no tienen que preocuparse por las tasas de reabastecimiento, reenvío y reprocesamiento.



POR QUÉ LES IMPORTA A LOS EJECUTIVOS:

Si hay dos cosas que hacen hervir la sangre de los ejecutivos, son los gastos inútiles y las relaciones dañadas con los clientes. Lamentablemente, esto es exactamente lo que resulta de una mala ejecución de planificación y logística. A los ejecutivos les gusta la automatización por un motivo. Al minimizar las tareas manuales y maximizar la visibilidad, pueden asegurarse de mantener bajo control los gastos operacionales y satisfacer las SLA de los clientes, mientras se mantiene la buena reputación del negocio.

**EL 91 % DE
LOS CLIENTES
INSATISFECHOS
NO VOLVERÁN A HACER
NEGOCIOS DE NUEVO
CON USTED.**

CUENTAS POR COBRAR

OFRECIENDO UNA EXPERIENCIA POSTVENTA AGRADABLE A LOS CLIENTES

Las empresas tienen que pisar con cuidado en este terreno. El proceso de facturación y cobro es un asunto delicado con los clientes, que resulta aún más difícil a causa de los emails devueltos, información de la cuenta incorrecta u omitida y largos períodos de conciliación debido a la saturación del sistema manual.

El sistema automatizado O2C complementa perfectamente la necesidad del equipo de facturación y cobro de reducir las tareas administrativas y mejorar la comunicación permitiéndoles:



Evitar la pérdida de facturas. Dado que todas las facturas se canalizan a través de un flujo de trabajo electrónico y se rastrean con un informe de emails devueltos y registro de actividad, o a través de correo postal y seguimiento de envío, el departamento de facturación y el cobro puede estar seguro de que los documentos nunca se pierden por el camino.



Aumento del flujo de caja positivo. Los recordatorios automatizados y las herramientas de autoservicio aumentan la velocidad del pago de las facturas, mejorando el flujo de caja y manteniendo más dinero en los bolsillos de las empresas.



Gestionar las prioridades. En lugar de dedicar un valioso tiempo a administrar de forma manual las prioridades, la automatización permite al personal dedicar tiempo en otras tareas más importantes al generar listas de tareas de forma automática basándose en sus clientes y cuentas asignadas. Los informes de antigüedad también pueden ser creados en la solución teniendo en cuenta filtros personalizables.



Estar pendiente del dinero de la empresa. Al contar con un 100 % de visibilidad hacia donde se dirige el dinero y si estamos siendo pagados, las empresas pueden garantizar que no se está perdiendo dinero. Con el tiempo, hasta las pequeñas facturas impagadas se van acumulando sumando grandes cantidades de dinero perdidas, eso ya no sucederá cuando se tengan delante paneles de control personalizables que le muestren cuándo sucede, por qué y cuánta cantidad.



POR QUÉ LES IMPORTA A LOS EJECUTIVOS:

Los clientes que no pagan sus facturas pueden hacer que los ejecutivos presionen el botón del pánico. Después de todo, tan solo unas cuantas cuentas sin pagar pueden colocar a la organización en números rojos por miles de dólares. Ahí es donde la automatización se convierte en un elemento muy útil. Un portal online, de autoservicio, ofrece a los clientes una forma práctica de realizar los pagos, mejorando el balance final al mismo tiempo que se proporciona una mejor comprensión del flujo de caja de la empresa. ¡Botón del pánico eliminado!

DOS TERCIOS

**DE LOS CLIENTES PREFIEREN LAS
OPCIONES DE AUTOSERVICIO, COMO
LOS PORTALES ONLINE, EN LUGAR DE
HABLAR A UN AGENTE DE SERVICIO
AL CLIENTE.**

(10 DE MAYO, 2012). "La marea ha cambiado: Los estudios descubren que la mayoría de los consumidores prefieren el autoservicio por encima de un agente en vivo".

VENTAS

CULTIVANDO MÁS VENTAS CON CLIENTES MÁS FELICES

No todo es vender a los clientes, también hay que conectar con ellos. Algo que resulta casi imposible cuando la mayor parte del tiempo se pasa mirando y organizando la información de los clientes y las cuentas.

En las ventas, este paso fundamental queda simplificado con un acceso instantáneo a la información y las herramientas colaborativas online que forman parte de las soluciones O2C. Los miembros del equipo de ventas que utilizan la automatización pueden:



Sacar más trabajo adelante gracias a la accesibilidad instantánea.

La capacidad de la automatización de vincular tareas directamente con una cuenta o cliente en particular permite a los agentes de ventas encontrar los detalles que necesitan para ofrecer un servicio más rápido a los clientes y pasar a otras tareas más importantes.



Recibir menos llamadas. Con la herramienta de mensajería integrada en el portal online, los clientes no tendrán que depender de las llamadas a los agentes para obtener respuestas a sus preguntas relacionadas con los pedidos, dejando a los agentes de ventas con más tiempo para ocuparse en su trabajo.



Obtener una comprensión valiosa de los clientes. La información de las cuentas y clientes es fácilmente accesible en los paneles de control personalizables, facilitando a los agentes de ventas ofrecer rápidamente información precisa a los clientes que llaman con consultas.



Centrarse en ganar dinero. Al no estar colapsados con tareas administrativas, los agentes de ventas podrán concentrarse en los clientes y en las ventas. Este tiempo extra equivale a traer más dinero para ellos mismos y la empresa.



POR QUÉ LES IMPORTA A LOS EJECUTIVOS:

Pregunte a cualquier ejecutivo, el control de la caja es fundamental... pero casi imposible sin un 100 % de visibilidad. Es una de las consecuencias de los controles de procesos en sistemas manuales. Ese es tan solo un motivo por el que más y más ejecutivos se están pasando más que nunca antes a una solución automatizada. Con el sistema integrado de resolución de disputas y un panel de control que ofrece una total transparencia en los procesos, pueden estar tranquilos sabiendo que las funciones críticas del negocio están siendo monitorizadas, se está evitando el fraude y se realizan informes de auditoría.

**EL 58 % DE LOS
CONSUMIDORES
SE SIENTEN MENOSPRECIADOS
POR LAS EMPRESAS CON LAS
QUE REALIZAN NEGOCIOS.**

(26 de octubre, 2016). 2016 Índice de experiencia del consumidor.
Obtenido de https://www.aspect.com/globalassets/2016-aspect-consumerexperience-index-survey_index-results-final.pdf

OFRECIENDO UNA EXPERIENCIA DE CLIENTE SUPERIOR

CÓMO LA COLABORACIÓN BENEFICIA AL CLIENTE

Sus clientes, el verdadero motor y agitador de su negocio, esperan un cierto nivel de servicio. Esto quiere decir que buscan una entrega rápida y precisa de los bienes y servicios junto con las herramientas de autoservicio para resolver cualquier problema en su propio tiempo, no en el de la empresa. ¿Cuál es el mejor modo de ofrecerles esto? Unificando sus equipos O2C con un sistema automatizado.

Conseguir que los equipos trabajen juntos de manera eficiente no es tan sencillo como celebrar una reunión mensual. Requiere una plataforma única en la que puedan colaborar, reunir y evaluar información, y trabajar en ella. Requiere un sistema automatizado. Los equipos que trabajan juntos en una solución automatizada, benefician en última instancia al cliente ofreciendo una experiencia eficiente y optimizada.

Acceso instantáneo a la información que necesitan sus equipos para permitirles dar un servicio rápido y preciso a los clientes, dejando atrás la confusión creada por los procesos manuales. La incorporación de herramientas de autoservicio mejora aún más la experiencia del cliente permitiéndoles tomar el control de sus negocios, ya sea que estén pidiendo desde un catálogo electrónico o resolviendo un problema, desde un lugar centralizado en el que todos los equipos pueden reunirse para dar ayuda a los clientes.

**EL 86 % DE LOS
CLIENTES
ESTÁN DISPUESTOS A PAGAR
UN 25 % MÁS
PARA OBTENER UNA MEJOR
EXPERIENCIA DE CLIENTE.**

RightNow Technologies Follow. (10 de enero, 2012). 2011 Informe de impacto en la experiencia del usuario.
Obtenido el 8 de marzo de 2017 desde <https://www.slideshare.net/RightNow/2011-customer-experience-impact-report>

CONCLUSIÓN

UNIFIQUE SUS EQUIPOS POR EL BIEN DEL CLIENTE

Dicho de forma sencilla: La mejor manera de optimizar la experiencia del cliente es unificar los cinco equipos antes mencionados en una única solución. Piense en la automatización como la base para alcanzar el éxito. Abordar las causas fundamentales de la ineficiencia hace que las futuras iniciativas sean mucho más fáciles de implementar. Ya sea que afecte a la colaboración de su empresa, organización, formación o cualquier otro, tener una solución base en marcha prepara el camino para realizar una transición fluida, convirtiéndola en una gran inversión para hoy y mañana.

Como ya sabe, la experiencia del cliente se basa en las interacciones de los clientes con múltiples equipos de una sola organización. Cualquier vacío o retraso pone en peligro la experiencia. La automatización está pensada para llenar los vacíos que pueden provocar una experiencia del cliente inadecuada, sin necesidad de transformar completamente la forma en que lleva sus negocios. Esto se consigue automatizando las partes que necesitan ser automatizadas y dejándole el resto a usted. Después de todo, usted es quien mejor conoce el negocio.

Meter a todos estos equipos a bordo puede parecer un trabajo abrumador, así que esperamos que este libro electrónico le ayude en su camino hacia una experiencia de cliente mejorada a través de la unificación y el sistema de automatización. ¡Vamos equipo!



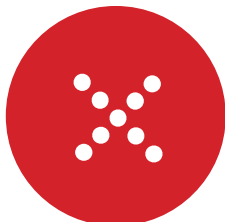
CONOZCA ESKER

NO LE DECEPCIONARÁ

Esker es especialista en soluciones de automatización de procesos documentales, permitiendo a las empresas convertir su flujo documental en electrónico. Ayuda a las organizaciones de todo el mundo a eliminar el papel y a mejorar la forma en que procesa e intercambia su información de negocio: pedidos de clientes, facturas de clientes, facturas de proveedores y compras corporativas, entre otros procesos.



**3 CENTROS
DE DATOS**



**PLATAFORMA
MULTIUSUARIO**



**CONFORMIDAD
CON HIPAA/
HITECH**



**CONFORMIDAD
SSAE 16 & ISAE 3402
& PRIVACY SHIELD**



**DISPONIBILIDAD
24/7**



**PAGO
POR USO**

