

ORACLE

# Estrategias esenciales para la gestión del centro de contacto

---

 **Guía de Ignite**



LECTURA DE ONCE MINUTOS

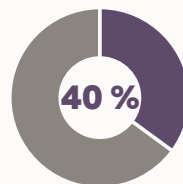


# Prepara a tus agentes y clientes para el éxito

Brindar un servicio al cliente excepcional no es sencillo. Necesitas agentes satisfechos, perspectivas de clientes significativas y tecnología innovadora. Todos estos elementos requieren una gestión del centro de contacto ágil que evolucione con tu negocio.

En los últimos años, hemos visto grandes cambios en el servicio al cliente. Las rápidas innovaciones tecnológicas han hecho que las empresas se esfuercen por mantenerse al día. Además, las expectativas del cliente cambian con la misma rapidez: la generación Z prefiere los mensajes de texto a la conversación; los clientes valoran la autenticidad por sobre los guiones previamente escritos, y tan solo una experiencia de servicio deficiente podría ponerte en riesgo de perder clientes.

Las posibles implicaciones financieras son considerables. **Conclusión:** si puedes preparar a tu centro de contacto para el éxito, puedes proteger e incluso potenciar tus ingresos.



**La gestión del centro de contacto eficaz puede derivar en un 40 % más de puntuaciones de satisfacción del cliente y empleados.<sup>1</sup>**

Esta guía te ayuda a desarrollar un plan de gestión del centro de contacto que brinde una experiencia más satisfactoria para tus clientes y tus agentes, mientras lo transforma de un centro de costos en un motor de ingresos.



## Contenido

Gestión del centro de contacto	3
Establece una buena base	5
Cinco pasos para comenzar la gestión del centro de contacto	6
Beneficios de una gestión del centro de contacto eficaz	8
Optimiza la gestión del centro de contacto con Oracle	9



# Gestión del centro de contacto

¿De qué forma las empresas manejan sus operaciones diarias del centro de contacto, como la asistencia técnica, el servicio al cliente y la asistencia en ventas? ¿Y cuáles son sus estrategias para ayudar a los clientes de varios canales, como voz, correo electrónico, chat, video y redes sociales? De eso se trata la gestión del centro de contacto.

Independientemente de si prestas servicio principalmente a clientes o empresas, la gestión eficaz del centro de contacto puede ayudarte con lo siguiente:

- **Brindar un servicio personalizado** en cualquier canal, durante todo el proceso del cliente
- **Automatizar los procesos que implican mucho tiempo** para liberar a los agentes así pueden enfocarse en compromisos de alto valor
- **Potenciar la productividad de los agentes** y la retención con herramientas que los empoderan para crear relaciones de confianza con los clientes
- **Reducir los costos de incorporación** y capacitación de nuevas contrataciones
- **Mejorar los índices de resolución de la primera vez**, la consistencia de la resolución y la satisfacción del cliente
- **Reducir los costos de servicio** con una mayor productividad y retención de agentes
- **Lograr una colaboración efectiva** entre los equipos de front y back-office para brindar un servicio al cliente de mayor calidad y más oportunidades de ventas adicionales y cruzadas
- **Generar más ingresos** y diferenciar tu marca de la competencia



## Gestión del centro de contacto

Sin una gestión eficaz del centro de contacto, es más probable que experimentes lo siguiente:



**Clientes frustrados** que tienen dificultad para recibir ayuda, necesitan repetir su información a diferentes agentes y reciben datos incorrectos



**Costos elevados** debido a nuevas contrataciones y capacitación



**Alto índice de rotación de agentes** debido a sistemas desconectados y desactualizados, calificaciones de satisfacción poco realistas y conocimientos institucionales inconsistentes



**Datos y sistemas disparatados** que proporcionan diferentes puntos de vista del cliente y entorpecen la colaboración interna



# Establece una buena base

Desarrollar estrategias para mejorar tu centro de contacto puede parecer una tarea abrumadora, pero si te enfocas en estas cinco áreas, estarás bien encaminado para proporcionar mejores experiencias del cliente.

## 1. Preferencias del cliente

¿Tus clientes prefieren tener una interacción digital o por teléfono? ¿Se sienten cómodos con los videos o los mensajes de texto? ¿Pueden obtener acceso fácilmente a estos diferentes canales y dispositivos? Preguntas como estas te ayudarán a comprender mejor a tus clientes y pensar en qué cambios puedes necesitar implementar.

Si les vendes a empresas que deben cumplir con reglamentaciones de privacidad de datos, tu centro de contacto también deberá respetar estos requisitos.

## 2. Metas comerciales (corto y largo plazo)

Cada organización de servicio tiene metas diferentes. A algunas de ellas les solicitaron convertir el servicio al cliente en un generador de ingresos al vender productos adicionales. Otras necesitan mejorar la eficacia operativa para que se necesiten menos agentes. O quizás hay un enfoque en automatizar más aspectos del servicio al cliente para reducir los costos de personal y la innovación de fondos. Mientras

te preparas para desarrollar tu plan, considera tus iniciativas y si es probable que estas se mantengan iguales o cambien con el transcurso del tiempo.

## 3. Estrategia de crecimiento de la empresa

Si planeas expandirte a nivel global, es posible que tus sistemas y empleados del centro de contacto necesiten cambios. Por ejemplo, podrías necesitar contratar agentes que hablen idiomas específicos o cambiar procesos para cumplir con las leyes de privacidad y de captura de datos regionales. Si lanzarás nuevos productos y servicios, tus agentes necesitarán capacitación sobre estos. Y si hay posibilidades de que surjan fusiones y adquisiciones, es fundamental pensar detenidamente en los desafíos de los recursos tecnológicos, operativos y humanos que ocurren al combinar operaciones de centros de contacto.

## 4. Contratación y gestión de talentos

Tus agentes son la cara pública de tu empresa, pero la ayuda óptima es difícil de encontrar, y es costosa.

Cada vez que pierdes un agente, esto le cuesta a tu centro de contacto entre 35 000 USD y 105 000 USD.<sup>3</sup> ¿Cuál es la filosofía de contratación y gestión de talento de tu empresa? ¿Es eficaz la fuerza laboral remota o necesitas una ubicación física para los empleados del centro de contacto? Independientemente de si tus empleados trabajan de forma remota o en el sitio, o si hay una combinación de ambas modalidades, considera cómo puedes mejorar la incorporación, capacitación y gestión de tus empleados.

## 5. Innovación

Hay muchas oportunidades para optimizar las operaciones del centro de contacto a través de la automatización: desde solicitudes de servicio simples hasta flujos de trabajo complejos. Evalúa cómo podrías utilizar la innovación para mejorar la experiencia de clientes y agentes. ¿Esas innovaciones funcionarán con tu mapa de ruta de TI y existe apoyo para la inversión y la experimentación con tecnologías emergentes? Tus agentes deberán estar preparados para adoptar estos tipos de cambios y recibir la capacitación necesaria.



# Cinco pasos para comenzar la gestión del centro de contacto

## 01 **Determina los puntos de fricción**

Trabaja con tus agentes y con el departamento de escalamiento para descubrir los principales puntos de frustración de clientes y agentes. ¿Dedican tus agentes un tiempo valioso a tareas repetitivas que podrían automatizarse? ¿Se les ofrece a los clientes contenido de autoayuda que no resuelve sus problemas? Analiza los procesos de tu agente y del cliente para identificar oportunidades de automatización, optimización y mejoras.

## 02 **Identifica los canales que tus clientes prefieren**

El éxito del centro de contacto solo se basa en la satisfacción del cliente. ¿Cómo prefieren interactuar tus clientes? Observa las métricas para ver qué canales se utilizan con mayor frecuencia y revisa los comentarios de los clientes para descubrir las mayores áreas de fricción y frustración. Una vez que hayas identificado las preferencias de tus clientes, ¿tienes implementado un plan para participar en esos canales? Por ejemplo, si la mayoría de tus clientes prefieren el chat móvil, ¿ofreces esa opción? Descubre si tus clientes utilizan nuevos canales que quizás deberías agregar. Considera reunirte con el departamento de TI, los líderes de servicio y los agentes con el mejor desempeño para identificar brechas en la tecnología, posibles soluciones y formas de medir el éxito.

## 03 **Evalúa e invierte en tu conjunto de tecnología**

Descubre si tu equipo de servicio tiene las aplicaciones y las herramientas de comunicaciones que necesita. Cuando hayas identificado las brechas, incluye a algunos de tus agentes con el mejor desempeño en el proceso de evaluar y seleccionar nuevas aplicaciones. Mientras más se involucren ellos en el proceso, más valiosos se sentirán y más invertirán en el éxito del equipo.

Además, ten en cuenta que los nuevos agentes que se unan apenas terminen la escuela esperarán utilizar las últimas aplicaciones. De hecho, el 16 % de los empleados de la generación Z y de millenials han renunciado porque su empleador no les proporcionó la tecnología adecuada para que hagan su trabajo.<sup>4</sup>



### 04 **Elabora tu plan de innovación**

¿Cómo puedes optimizar aún más tu centro de contacto? Tu grupo de TI puede ayudarte a explorar las últimas innovaciones en automatización y analítica de datos. Implementa características como pantalla compartida, videochat, herramientas de colaboración interna (como Slack) y asistencia guiada para acciones de agentes recomendadas, etc.

Sin embargo, no limites tu innovación solo a la tecnología. Un enfoque renovado hacia tu personal y tus procesos también puede mejorar tu centro de contacto. Trabaja con tu equipo de RR. HH. para obtener recomendaciones para la capacitación y contratación de agentes. Piensa en nuevas formas de utilizar tu CRM actual. Crea programas con bonificaciones que motiven a tus agentes con recompensas que sean significativas para ellos.

### 05 **Establece metas medibles para el presente y el futuro**

Determina las metas a corto y largo plazo que aborden tus desafíos actuales con el centro de contacto, así como las tendencias de tecnología de servicio que surgirán durante los próximos cinco años. Estas pueden incluir lo siguiente:

- Mejorar las puntuaciones de satisfacción del cliente (customer satisfaction, CSAT)
- Acelerar los tiempos de resolución
- Optimizar los índices de resolución en la primera llamada
- Reducir el volumen de llamadas del centro de contacto
- Disminuir la cantidad de casos de escalada
- Acortar los tiempos de incorporación de agentes
- Perfeccionar la productividad de los agentes
- Mejorar las calificaciones de las experiencias de los empleados



# Beneficios de una gestión del centro de contacto eficaz

Una excelente gestión del centro de contacto es fundamental para la satisfacción del agente y del cliente. Además, fomenta el crecimiento de tu negocio y de tu marca en general.



## 1. Ayuda a tus agentes a ser más productivos

Olvidate de los días en que navegabas por varias pantallas y sistemas. Una plataforma de una sola interfaz requiere menos capacitación y ayuda a los agentes a resolver los problemas rápidamente, sin tener una sobrecarga por los clientes que esperan en la fila.



## 2. Muestra a tus agentes que los valoras

El centro de contacto promedio tiene un índice de rotación de personal de entre el 30 y el 45 %.<sup>5</sup> Desafía esas probabilidades al reconocer el alto desempeño, ofrecer oportunidades de desarrollo profesional y establecer un camino de desarrollo claro. Implementa medidas y capacitación para que tus agentes trabajen de manera más flexible, en el lugar y el momento en que les resulte útil.



## 3. Obtén una visión completa de tu cliente

Cuando tu sistema de servicio al cliente está integrado con sistemas de ventas y marketing del cliente, así como también con sistemas financieros y de cadena de suministro en la fase final (incluidos facturación, gestión de órdenes, inventario y envíos), tus agentes tienen los datos que necesitan para proporcionar el servicio más preciso.



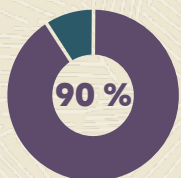
## 4. Satisface las expectativas de los clientes

Tu centro de contacto debe proporcionar la plataforma para una experiencia del cliente excepcional. La mayoría de los consumidores (61 %) dice que ha dejado de hacer transacciones con una empresa después de una experiencia de servicio deficiente.<sup>2</sup> Por este motivo, es fundamental que tus clientes reciban un servicio consistente, preciso y uniforme en todos los canales.



## 5. Amplía tu definición del servicio al cliente

Los centros de contacto no tienen que ser solo centros de costos. A través de la integración con otros sistemas y la colaboración con otras unidades de negocio, tus agentes pueden ayudar en las ventas adicionales y cruzadas. ¿Deseas mejorar tus productos y servicios? Haz que tus agentes soliciten comentarios. Cuando los clientes se sienten escuchados, son más leales y es más probable que recomienden tu empresa a otras personas.



**El 90 % de los clientes percibe de forma más favorable a las marcas que les ofrecen la oportunidad de brindar comentarios.<sup>2</sup>**

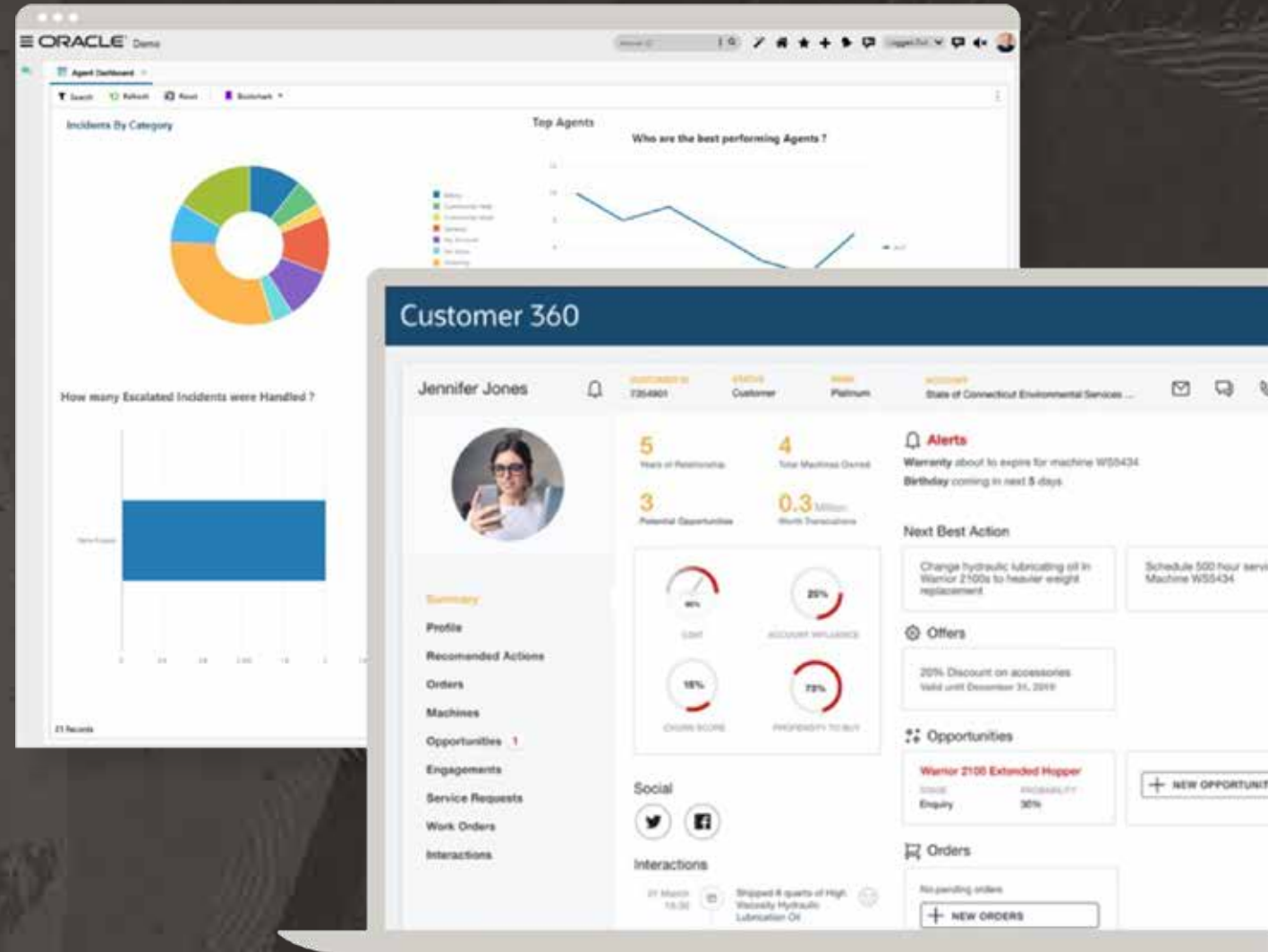




## Optimiza la gestión del centro de contacto con Oracle

Impulsa la productividad y un servicio excepcional. Con Oracle Service Center, tus agentes solo necesitan una interfaz para obtener acceso a la información crítica y administrar las interacciones en todos los canales.

**Descubre cómo tu equipo puede resolver problemas de forma más rápida y dar más satisfacción a los clientes.**



# Para el generador de experiencias que está en constante evolución

Como los clientes modernos parecen experimentar cambios de un momento a otro, es fundamental acompañar el ritmo de sus expectativas. Para ello, creamos la serie Ignite que alimenta tu búsqueda constante de experiencias de clientes que siempre dan en la tecla.

Las guías como esta sobre la gestión del centro de contacto tienen el objetivo de potenciar tus conocimientos especializados y ayudarte a diseñar las estrategias fundacionales en menos tiempo, para que puedas enfocarte en cautivar a tus clientes y generar ingresos.

## ¿Qué descubrirás a continuación?

- [Libro electrónico: Essential Strategies for Digital Customer Service \(Estrategias esenciales para un servicio al cliente digital\)](#)
- [Información del producto: Simplificación de la experiencia del agente](#)
- [Libro electrónico: Making Sense of Visual Engagement \(Cómo captar el sentido del compromiso visual\)](#)



## Acerca de Oracle Advertising and CX

Haz que cada interacción con el cliente cuente al conectar todos tus datos comerciales en publicidad, marketing, ventas, comercio y servicio. Oracle Advertising and Customer Experience (CX) es un conjunto conectado de aplicaciones que va más allá de la CRM tradicional para ayudarte a forjar y cultivar relaciones duraderas con los clientes. Desarrolla un panorama completo de cada cliente y cada interacción, sin importar cómo y cuándo participa el cliente. Permite que toda la empresa ofrezca a los clientes experiencias excepcionales, desde la adquisición hasta la retención, y en todas las etapas intermedias.

## Fuentes

1. [“Work from Home Will Become the New Normal: Are You Prepared?” Oracle, 5 de mayo de 2020](#)
2. [“State of Global Customer Service Report,” Microsoft Dynamics 365, marzo de 2019](#)
3. [“How to Unravel the Crazy High Cost of Frequent Employee Turnover in Your Contact Center \(and What You can do About it\)”, 21 de junio de 2019](#)
4. [“Misunderstood Generations: what Millennials and Gen Z Actually Think About Work,” Zapier, 27 de enero de 2020](#)
5. [“Exploring Call Center Turnover Numbers,” Society of Workforce Planning Professionals, verano de 2019](#)



[oracle.com/cx/](https://oracle.com/cx/)

