

# Ventajas competitivas de modernizar tu infraestructura de Contact Center

La transformación de los contact centers es imprescindible para mejorar la experiencia del cliente. Apoyándose en tecnología innovadora que evolucione al mismo ritmo que lo hacen sus expectativas

## ¿Por qué la transformación del Contact Center es una oportunidad para los BPO?

El objetivo principal del contact center es garantizar una experiencia del cliente óptima y satisfactoria. Sin embargo, una infraestructura tecnológica obsoleta pone en riesgo esta premisa. En consecuencia, la modernización del contact center es imprescindible para que los BPO cumplan las expectativas de sus clientes.

Un software de contact center antiguo y desactualizado no permite un customer journey omnicanal, tampoco opciones de autoservicio personalizadas e inteligentes, factores que afectan la consistencia de la atención al cliente.

Más aún, no contar con soluciones automáticas para documentar la operación del contact center impacta negativamente la experiencia del cliente.

Para mitigar estas necesidades, los BPOs deben modernizar sus infraestructuras tecnológicas con soluciones para contact centers innovadoras. Herramientas vanguardistas que faciliten un customer journey ininterrumpido y a la medida de las necesidades del cliente. Con altos estándares de calidad en el servicio ofrecido y a través del canal de elección de sus clientes.

## Omnicanalidad: la multicanalidad ya no es suficiente

El punto de partida para modernizar el contact center debe ser considerar un proveedor de software omnicanal. Una herramienta que vaya mucho más allá de solo ofrecer atención por múltiples canales de comunicación de manera aislada.

Las plataformas tecnológicas antiguas y desactualizadas de los BPOs no evolucionan a la par de las expectativas de los clientes. Éstos esperan interacciones sin fricciones, sin importar el canal de comunicación por el que realicen su requerimiento. Manteniendo el contexto de sus necesidades a la medida que pasan de un canal a otro. Este enfoque permite además poner al cliente en el centro de todo y mejorar su experiencia, satisfaciendo sus necesidades

Una plataforma tecnológica actualizada debería poder integrarse con aplicaciones de atención al

cliente automáticas que no solo ofrezcan servicio a través del canal de voz inbound. El espectro debería abrirse hasta los demás canales que son más demandados por los clientes, como chat, llamadas de voz outbound, mensajes SMS y correo electrónico.

Incluso podrían considerar la implementación de una IVR visual. Solución que facilita que tanto el cliente del BPO como su agente estén al tanto de todas las interacciones previas.

Esta amplia gama de opciones facilitará comunicación bidireccional con los clientes del BPO de manera integral. No se tratarán a los canales de comunicación como unidades independientes. Será un solo customer journey, de principio a fin, lo que además evitará que los agentes soliciten información ya suministrada. Aumentando sus índices de satisfacción.

## Los clientes esperan autoservicio personalizado

Otro factor clave a la hora de transformar el BPO es evolucionar de una IVR tradicional a una opción de autoservicio que ofrezca comunicación personalizada. Los clientes demandan interacciones conversacionales y a la medida de sus necesidades. Sin embargo, una infraestructura tecnológica rezagada no tendrá cómo cumplir este requerimiento.

Los interminables audios de las IVRs tradicionales son ineficientes y difíciles de recordar. Las opciones de autoservicio innovadoras trascienden del reconocimiento de voz al entendimiento de lenguaje natural. Garantizando que realmente se comprendan las necesidades de los clientes del BPO.

Asimismo, es imprescindible actualizar la plataforma tecnológica del contact center para integrar herramientas tecnológicas que incorporen inteligencia artificial. Chatbots y agentes virtuales que no solo identifiquen palabras clave sino intenciones y faciliten conversaciones similares a las que ofrecen los agentes del BPO.

Esta humanización de las interacciones es fundamental para reinventar los procesos de autoservicio. Permiten que el BPO ofrezca una experiencia del cliente confiable, natural y eficiente. En consecuencia, la productividad general de la operación se elevará.

## Innovar para optimizar la experiencia del cliente

No se puede considerar modernizar el contact center sin tener en cuenta la implementación de tecnología para mitigar los riesgos de ofrecer atención al cliente deficiente. Medir y documentar la operación del BPO es crucial para mejorar la experiencia del cliente.

Una infraestructura tecnológica antigua estará limitada a realizar procesos manuales para la medición del desempeño de la fuerza laboral y de sus indicadores clave de negocio. Más aún, no podrán evaluar todo lo que sucede en el contact center.

Aquí es donde es imprescindible evolucionar a herramientas que faciliten la medición y documentación automática del 100% de las interacciones que gestionan los agentes. De manera no intrusiva y que además permitan

hacerlo en tiempo real. Así se detectarán las inconformidades mientras suceden y se podrán corregir sobre la marcha.

Una transformación dentro del contact center también deberá evolucionar de ejecutar procesos de capacitación basados en situaciones ficticias a un entrenamiento fundamentado en situaciones reales. Apoyándose en grabaciones de las interacciones gestionadas por los agentes y calificándolas por medio de scorecards.

Evolucionar el contact center para pasar de realizar procesos manuales a automáticos para la medición de la operación impacta positivamente en la experiencia del cliente. Permite evaluar qué funciona y qué necesita mejorarse. Replicando las buenas prácticas y trabajando en las oportunidades de mejora.

## presence suite

### Presence Suite

Satisfacer las necesidades del cliente, a través de su canal preferido

Contexto de cada requerimiento mantenido, independientemente del canal por el que se generó la interacción

Avanzados sistemas inbound y outbound que incrementan la productividad gracias a una gestión más segmentada.

Servicio al cliente resolutivo y de calidad con herramientas de colaboración y asistencia entre agentes y supervisores.



### Communications Portal

Automatización eficiente del customer journey

Respuestas personalizadas y efectivas con algoritmos que identifican tendencias y comportamientos

Lenguaje natural para una mejor comprensión de las necesidades de los clientes

Apoyo a los agentes con sugerencias de respuestas tras cada mensaje del cliente



### Presence Social Interactions

Experiencias Interactivas y naturales

Chatbots y asistentes inteligentes con interacciones naturales

Reconocimiento de frases y peticiones específicas sin la necesidad de hablar con un agente

Comunicación a través de canales digitales: Whatsapp, Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, Web Chat y App Móvil

Atención autónoma 24/7



### Quality Management Suite

Medición y optimización de la experiencia del cliente

Mejorar la eficiencia de cada contacto al evaluar a los agentes en tiempo real, sin interrupciones

Analizar y entender la actividad de los agentes y sus interacciones con los clientes

Entrenar los agentes en base a grabaciones de interacciones reales para priorizar y adaptar efectivamente las estrategias de atención al cliente



**Enghouse  
Interactive**

Para más información, visite  
[www.enghouseinteractive.es](http://www.enghouseinteractive.es)