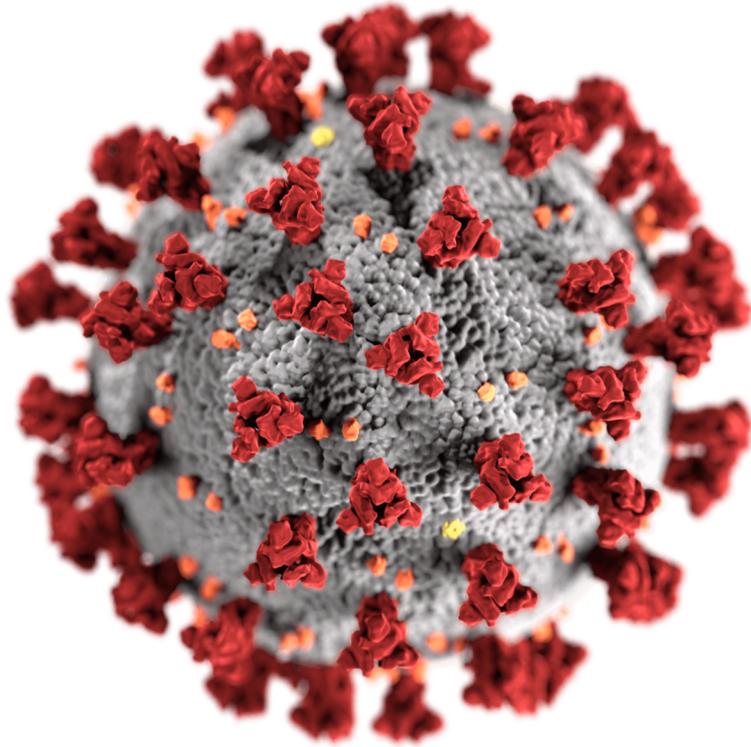


DIGITAL CX **FORUM**

**Análisis inteligente de información
y su impacto en la optimización de
recursos en el Contact Center**



Análisis inteligente de información y su impacto en la optimización de recursos en el Contact Center



=

Impacto Economía



Desaceleración
Recesion
Condonar deudas

Contact Center Pieza Clave



Redefinicion Objetivos
Encaminar KPI
Evolucion del modelo

Satisfacción Del Cliente



Nuevas necesidades
Mejora Comunicacion
Experiencia de cliente

Evolución del Contact Center a un modelo eficiente



Ajuste



Eficiente



Cumplimiento



Confiable

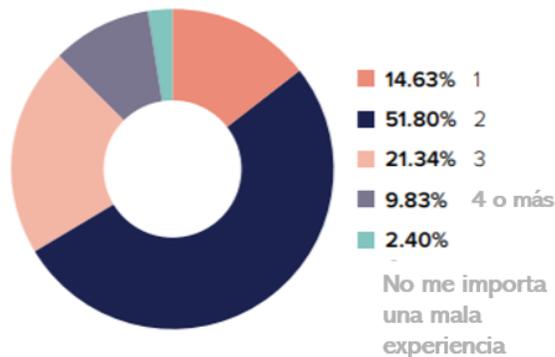
Customer Contact Week Digital

Agosto 2020

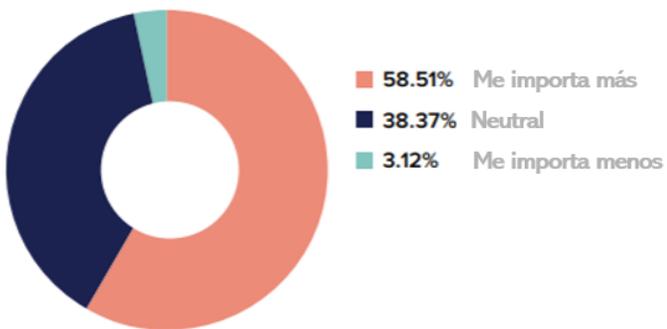
Estudio de Mercado



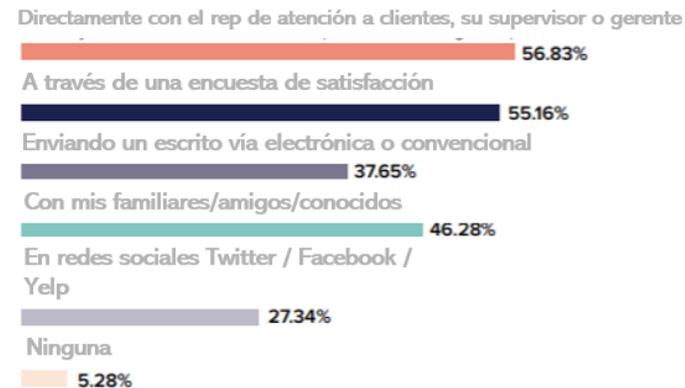
¿Después de cuántas malas experiencias de atención al cliente usted consideraría cambiarse a la competencia?



Tras el surgimiento de COVID-19, ¿le importa más o menos la experiencia de cliente cuando decide a qué compañías apoyar y en dónde comprar?



Suponga que ha tenido una mala experiencia como cliente. ¿De qué modo presentaría una queja?



Suponga que habló con un representante de atención a clientes que trabajaba desde casa. ¿Cuál de las siguientes opciones le dejaría con una impresión negativa de la compañía?

Escuchar mascotas en el fondo

21.69%

Escuchar conversaciones / roommates / familia en el fondo

40.24%

Escuchar otros ruidos como aire acondicionado, sirenas o la televisión

36.63%

La conexión telefónica es mala, es difícil escuchar o se cortan las llamadas

51.81%

El empleado tarda mucho en encontrar información sobre su problema o sobre su cuenta

23.37%

El empleado no parece estar bien entrenado o tener suficientes conocimientos sobre su problema

45.78%

El empleado parece aburrido, cansado o desconcentrado

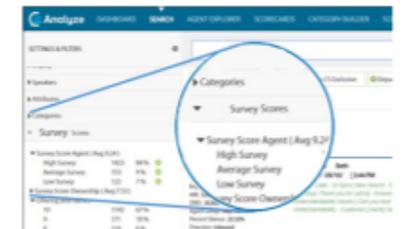
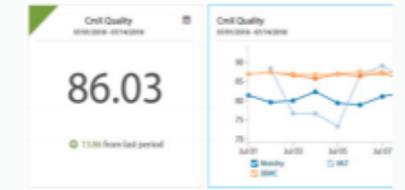
42.65%

Ninguna le molesta

7.23%

Tecnología de Speech / Text Analytics

Pulso	Persistentemente encontrar retroalimentación de los clientes sin solicitarla expresamente. Las métricas pueden ser evaluadas por intención, esfuerzo, emoción y demás a través de gráficos sobre lealtad y calidad de los agentes.
Alerta	Mostrar alertas acerca de Voz del Cliente sin forzar una encuesta en función de palabras o frases indicando cambiar de proveedor, o encontrar información valiosa a través del análisis de silencios excesivos que indiquen inconformidad.
Encuesta +	La posibilidad de ligar los resultados de NPS y CSAT hacia las grabaciones y el momento justo donde se presentó la conformidad o la molestia del cliente para emular o corregir comportamientos y actitudes
Journey	Registro automático de journey del cliente a través de todos los canales. Los touchpoints están identificados por tipo de canal y graficados a través del tiempo junto con el score de CSAT o alguna otra métrica personalizada
Emociones	La semántica (lo que se dice) y las métricas acústicas (cómo se dice) se utilizan para proveer percepciones de clientes y EMPLEADOS.

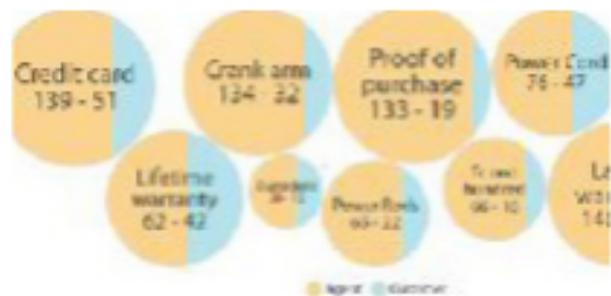


Agent: KENNETH

Date/Time: 04-22T08:20:00

Data Set A |

absolutely i can... Warranty Mention | Warran
only... Politeness | Sir/ma'am Silence (6s)



Politeness	Empathy
74.73 (1358)	71.82 (108)
69.63 (81)	100 (4)
80.10 (154)	66.67 (10)

Detonantes Palabras y frases combinadas con métricas acústicas pueden ser utilizadas para detonar una encuesta. El porcentaje de respuesta a las encuestas pueden mejorarse con contenido en las encuestas ligados a detalles de la interacción para una atención personalizada.

Tendencias Encontrar en una vista rápida los problemas emergentes correlacionados a cada llamada.

Evidencias Contar con scores automatizados que pueden ser utilizados para encontrar las interacciones más impactantes que ayudarán a crear iniciativas de CX.

VOE (Voice of Employee) La Voz del Empleado provee percepciones acerca de cómo la marca está siendo representada a cada cliente en cada llamada.