



Optimizando la Experiencia por Canales Digitales



Juan Pablo Stamati

Strategic Alliances Manager – Avaya

jstamati@avaya.com +15132288059



VIDA Y TRABAJO DESPUÉS DE 2021: INVESTIGACIÓN DE MERCADO INDEPENDIENTE

Realizada por Davies Hickman Partners - Junio de 2021

La organización tiene un gran impacto en nuestro bienestar

84%

Espera que los centros de contacto de las organizaciones hagan todo lo posible para convertirlo en un cliente feliz

Solo 14%

Dice que las organizaciones siempre los hacen sentir bien después de una interacción (44% la mayor parte del tiempo)

75%

Las organizaciones deben intentar hacer felices a sus clientes

8%

Dice que está satisfecho regularmente: las organizaciones generalmente superan mis expectativas

¿Los problemas de servicio al cliente afectan su bienestar y felicidad?

29%

Gran parte del tiempo, me causan estrés

46%

En gran medida, se necesita más tiempo para resolver

= 75%

35% Soltero, hijos en casa

32% Con pareja, hijos en casa

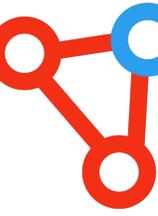
30% Soltero, sin hijos

27% Con pareja, sin hijos

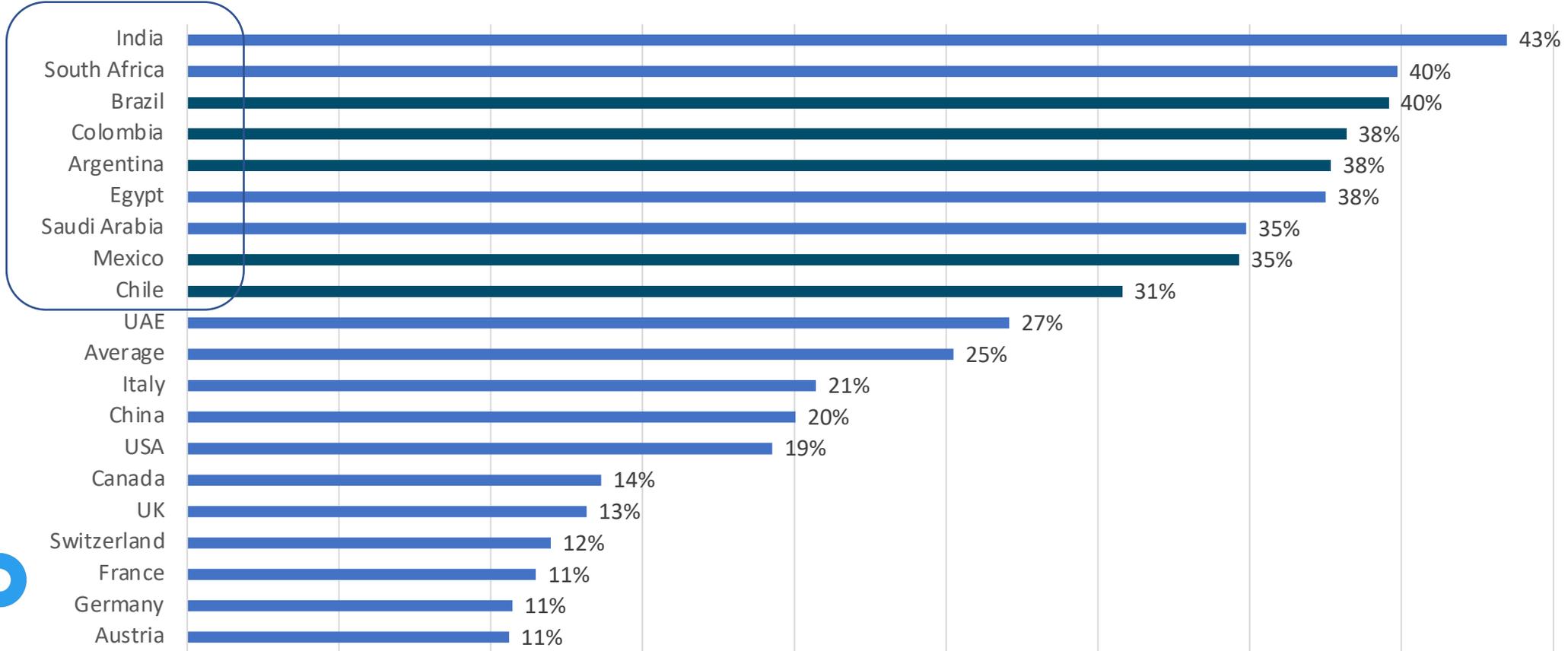
23% Soltero, hijos que dejaron la casa

20% Con pareja, hijos que dejaron la casa

Países de Latam prefieren contactarse por mensajería



Preferiría usar un servicio de mensajería similar a WhatsApp, Facebook o Messenger en lugar del teléfono para obtener servicio al cliente. **Totalmente de acuerdo.**



5 Estrategias para Optimizar la Experiencia

Qué sigue luego de habilitar nuevos canales digitales?



1- Campañas Outbound Proactivas Combinadas, aumento de Revenue y CSAT

Sumar WhatsApp a las campañas salientes de voz, email. Reglas de negocio holísticas. Anticiparse

2- Extender atención de WhatsApp y otros canales digitales a los Ejecutivos de Cuenta

Enrutamiento inteligente hacia los ejecutivos, no sólo Agentes del Contact Center

3- Voz del cliente 360 → Analítica de Texto sumada a la analítica de voz + encuestas omnicanales

4- Agilizar la Autenticación → Biometría de voz, rostro e imágenes por canales digitales

5- Call deflection a canales digitales, u ofrecer voz/video desde el canal digital:

Reducir los tiempos de espera, aprovechar el Rich media y asincronismo de los digitales

1- Campañas Outbound Proactivas Combinadas, aumento de Revenue y CSAT

Un solo motor de reglas Outbound para todos los canales



NUEVOS CASOS DE USO CON WHATSAPP:



Mensajes de re-engage:

- Recordatorios de abandono del carrito de compras
- Alertas de "Vuelve a estar disponible"
- Alertas de "Tiempo para reordenar"
- Recordatorios de citas

Recomendación de productos de venta cruzada y upselling:

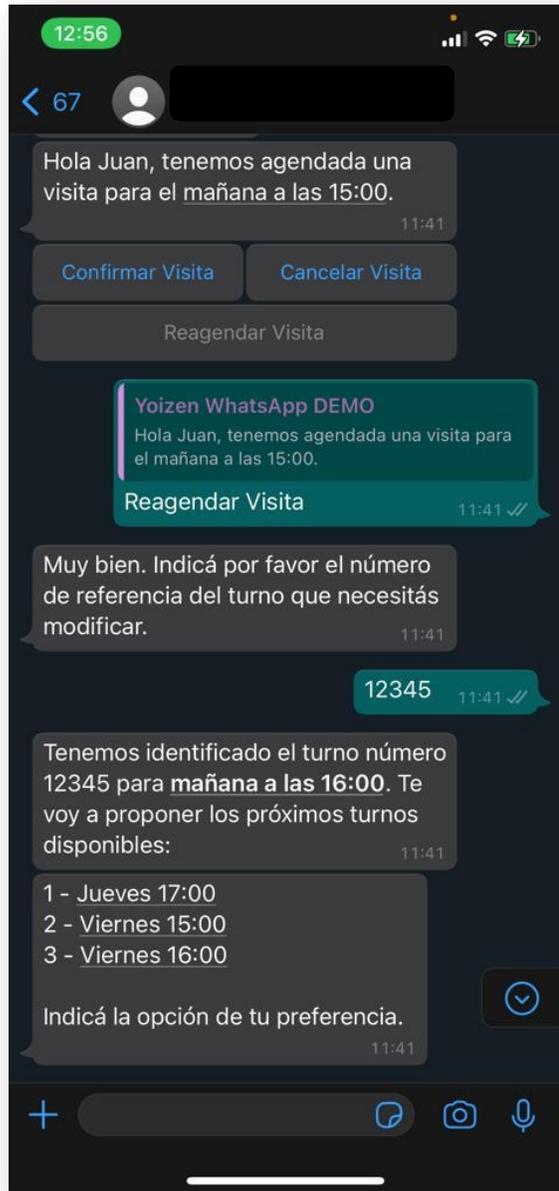
- Otras recomendaciones de productos que pueden coincidir con la compra anterior
- Eventos especiales como una nueva colección, Black Friday, CyberMonday
- Cupón u ofertas promocionales como códigos de descuento de cumpleaños.

Alertas de información:

- Alerta de precio, p. Ej. para vuelos que un cliente ha estado rastreando
- Información de salud oportuna, p. Ej. cifras actuales de Covid
- Actualización de noticias relevantes, p. Ej. de empresas de medios



Nuevas funcionalidades en WhatsApp!



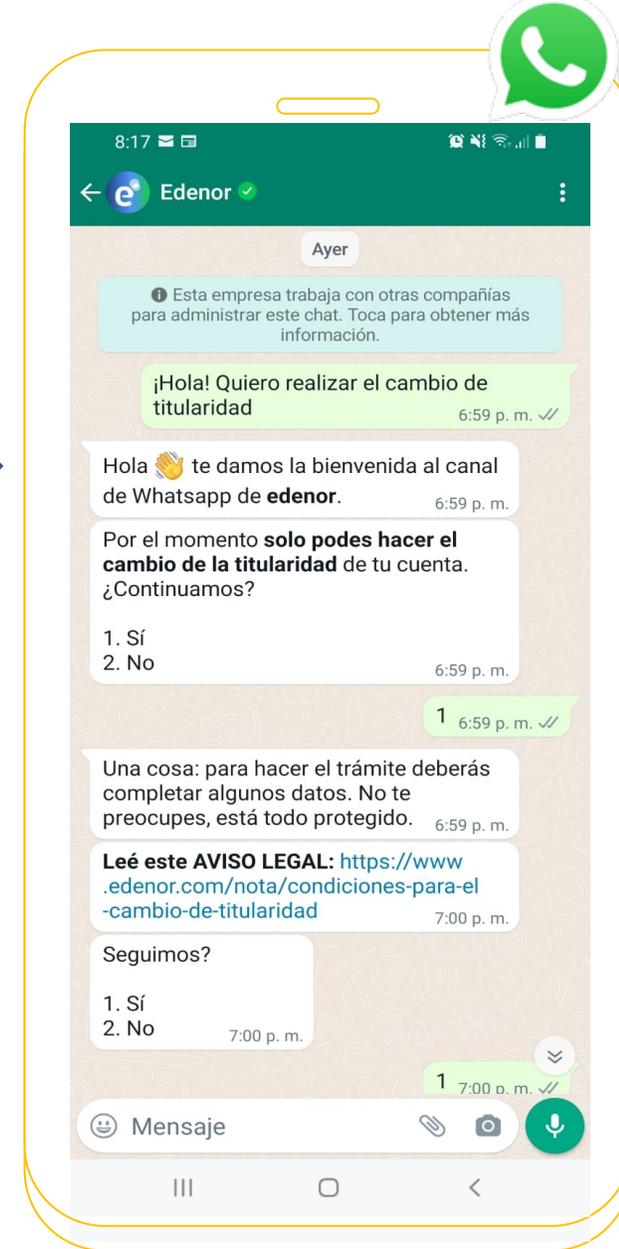
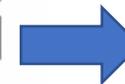
- Nuevos Templates no-transaccionales: se abre oportunidad interesante de nuevos casos de uso, venta cruzada, marketing, informacionales, etc
- Botones y Listas para Inbound (ya teníamos en Outbound, se agregan para Inbound, facilita la experiencia)
- “Carritos de compras”
- Portabilidad numérica! Es posible cambiar de broker cuando lo deseen, manteniendo el número

Caso de éxito en Argentina



El **desafío tecnológico** más importante que enfrentaba **Edenor** era convertir su call center en un **Contact Center Omnicanal**, para poder dar a sus clientes una **visión 360** de sus interacciones durante el año, que comprenden:

- 5,5 millones de llamadas
- 200 mil mensajes de redes sociales
- 100 mil SMS
- más de 80 mil emails
- con 200 agentes que atienden las 24 horas del día, los 365 días del año



VALOR PROPORCIONADO:

- Aumento de 19% de la atención Autogestiva
- Mejoras en la segmentación: los contactos se dirigen al operador correcto sin transferencias ni esperas (Reducción del TMO en 21%)



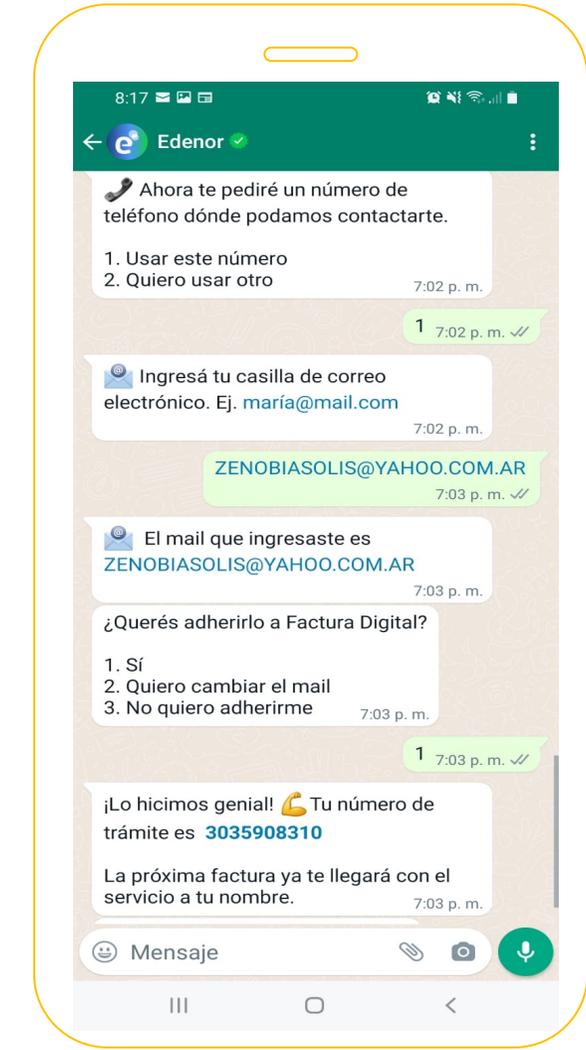
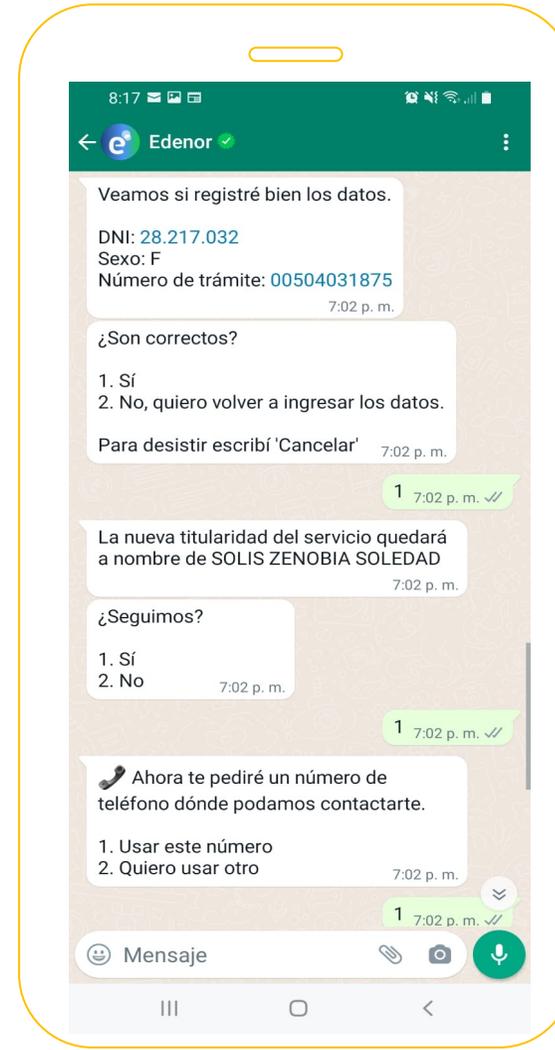
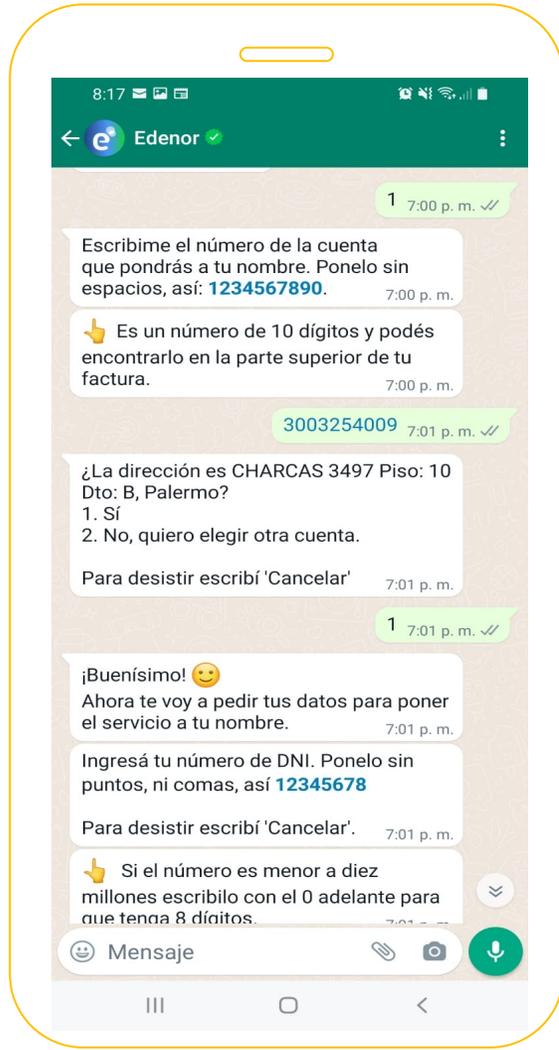
Caso de éxito en Argentina



AVAYA

Cambio de Titularidad

Caso de éxito



2- Enrutamiento a Ejecutivos de Cuenta



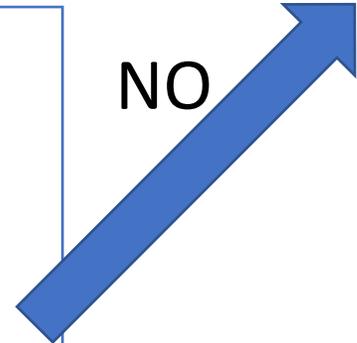
Asignar al agente de Contact Center

Cliente

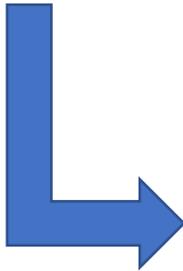


- Está dentro de horario atención?
- Está en la lista de clientes con ejecutivo asignado?

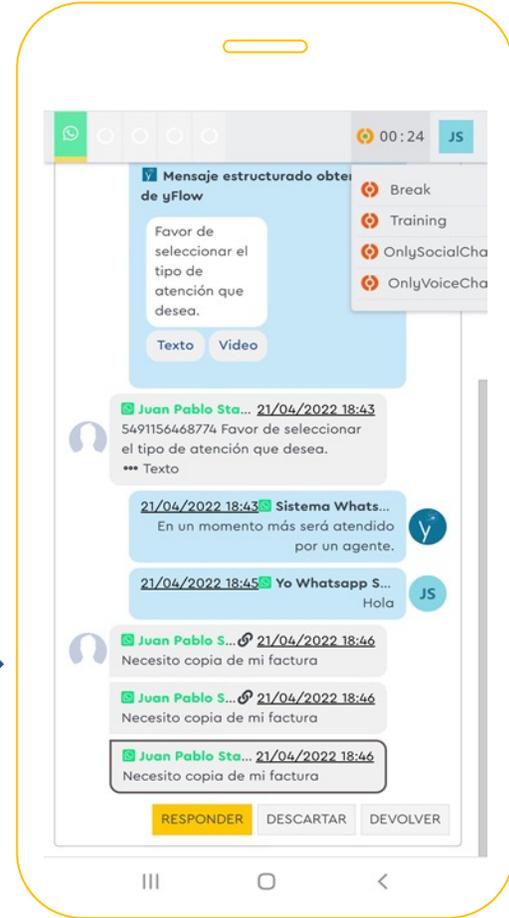
NO



SI



Asignar a Ejecutivo de Cuenta



Aplicación Móvil Ejecutivo de Cuenta



3- Voz del cliente 360 → Analítica de Texto sumada a la analítica de voz + encuestas

Retroalimentación Iniciada- Compañía



Encuestas Móvil



Encuestas E-mail



Encuestas WhatsApp



Encuestas IVR

Retroalimentación Iniciada - Cliente



Retro. Website



Retro. Mobile Web



Retro. En-App



Comunidades Sociales

Analítica en el 100% de las Interacciones



Speech Analytics

100% Transcripción y análisis semántico en las interacciones de Voz



Text Analytics

Análisis conversacional en Chat, Email, Mensajería, Encuesta y otras interacciones de texto

Analítica de Texto

Conversaciones
Canales
Escritos



Respuestas a
preguntas
abiertas
(Encuestas)



Notas escritas
personal
comercial

Estructuración de datos
Etiquetado e indexación



Categorización

Problemas de
Facturación

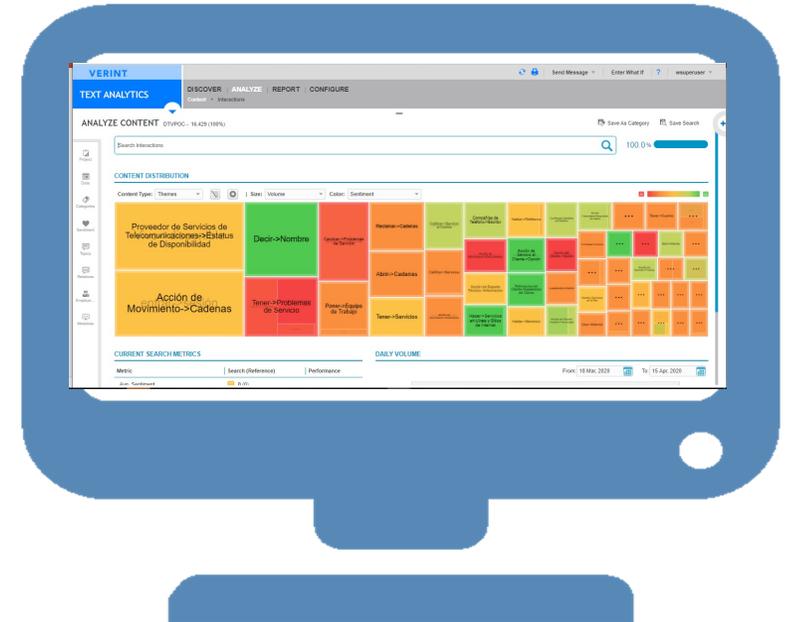
Quejas

Cancelaciones

Análisis de Sentimiento



Suite WFO con Text Analytics



Utilizado por equipos de:

- Customer Experience
- Supervisores
- BI

ANALYZE CONTENT

Save As Category | Save Search

Search Interactions

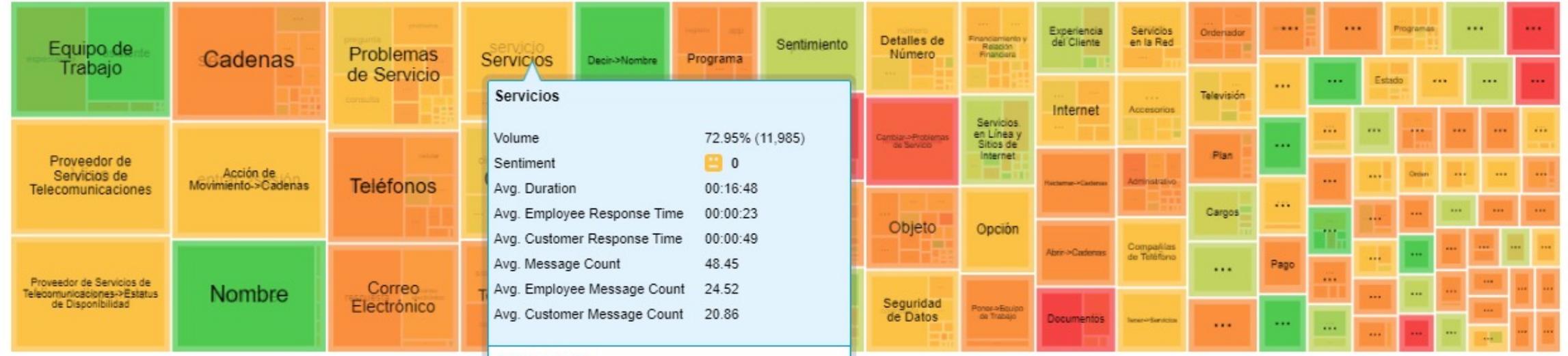
100.0%

12 months

Clear Search

CONTENT DISTRIBUTION

Content Type: Themes | Size: Volume | Color: Sentiment



Servicios

Volume	72.95% (11,985)
Sentiment	😊 0
Avg. Duration	00:16:48
Avg. Employee Response Time	00:00:23
Avg. Customer Response Time	00:00:49
Avg. Message Count	48.45
Avg. Employee Message Count	24.52
Avg. Customer Message Count	20.86

[Add to Search](#)

CURRENT SEARCH METRICS

DAILY VOLUME

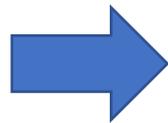
Metric | Search (Reference) | Performance

From: Mar 18, 2020 | To: Apr 15, 2020

Beneficios de negocio al utilizar Text Analytics

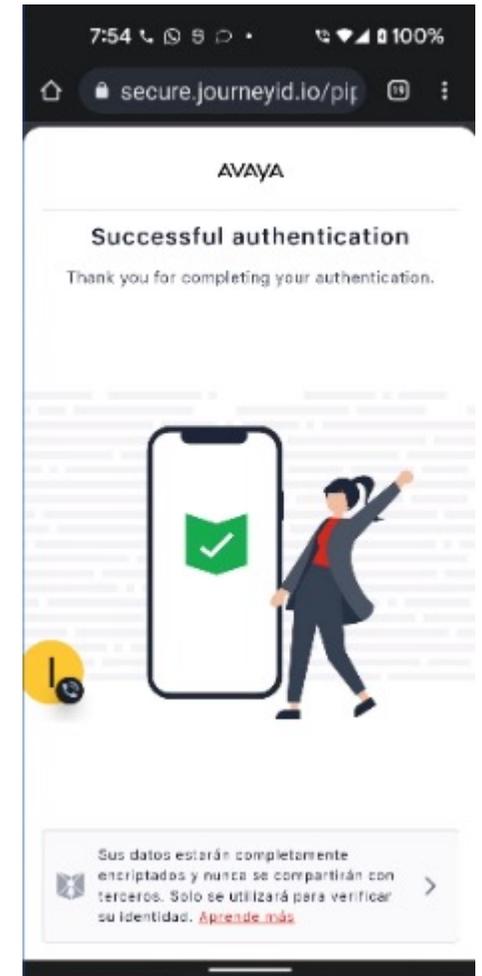
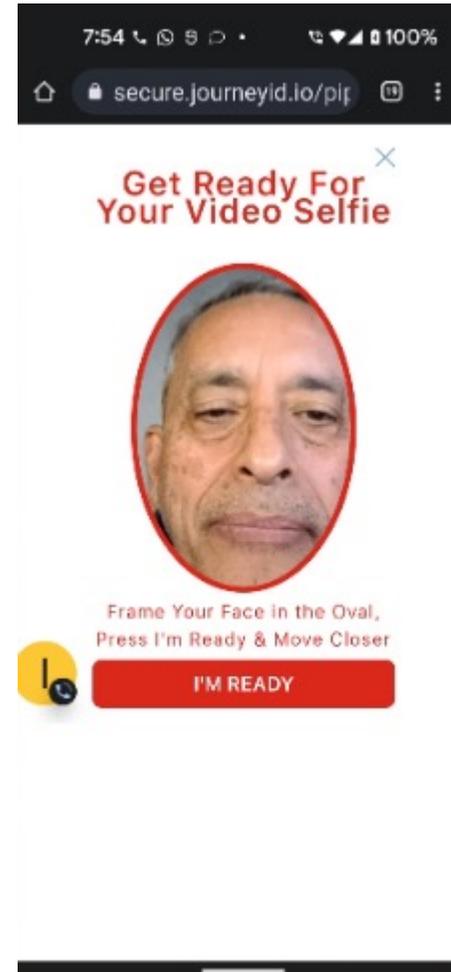
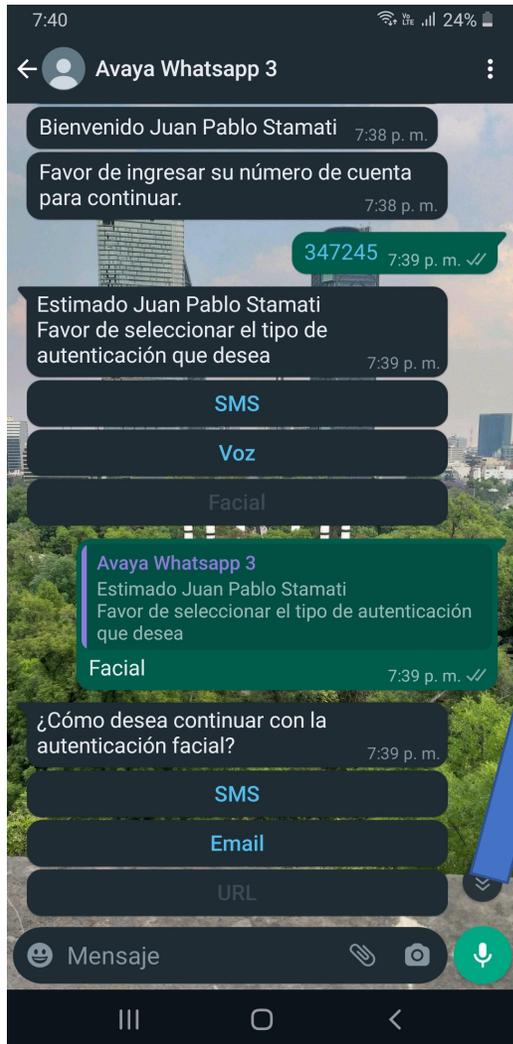
1. Incremento en el porcentual de interacciones resuelto por el *chatbot*
2. Reducción de número de mensajes promedio necesarios para responder al cliente (*customer effort*)
3. Mejora en los sentimientos del cliente en las interacciones escritas (>NPS)
4. Estandarización en el lenguaje utilizado en los canales digitales (*script adherence*)
5. Detección de clientes con riesgo de fuga (modelo predictivo de conducta)

Conoce más
en este video



https://www.avaya.com/es/videos/soluciones-verint-text-analytics/1_fdt5jp48/

4- Agilizando la autenticación con Biometría de voz, rostro e imágenes





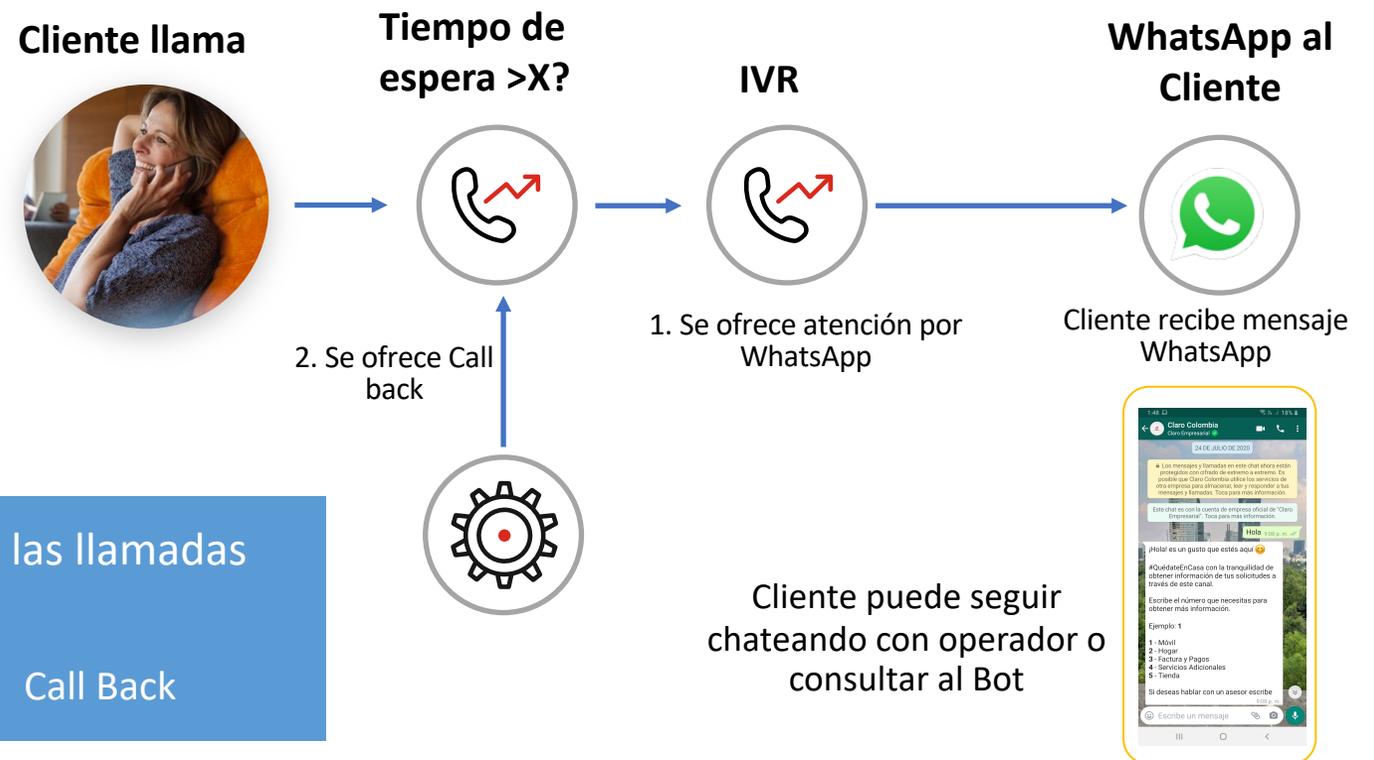
5- Call deflection a Canales Digitales

Importante Telco en Colombia con 600 agentes de WhatsApp

[Haz click para ver la demo](#)

El problema: A causa del COVID-19, se dispara el número de llamadas que reciben las líneas de atención
Campañas de voz con hasta 3 horas de tiempo de espera en los inicios de la pandemia

La solución →



Resultados: Atención superior al 80 % de las llamadas en menos de 20 segundos

20% 6% Call Back

Contáctenos para agendar una **demo personalizada**



+55 1151856200



callme@avaya.com



Avaya Latam



@AvayaLatam



@Avaya_Latam

