

QIMT
ORGANIZA

BIENVENIDOS

CX **SESSIONS**
SEMINARIO COLABORACIÓN

Patrocinado por:

 **poly**
PLANTRONICS & POLYCOM



AGENDA

“Soluciones de Contact Center para el Mercado en América Latina y el Caribe” Forecast 2022 - 2024

Speakers:



Juan Pelagio

Regional Director Poly México



Luis González

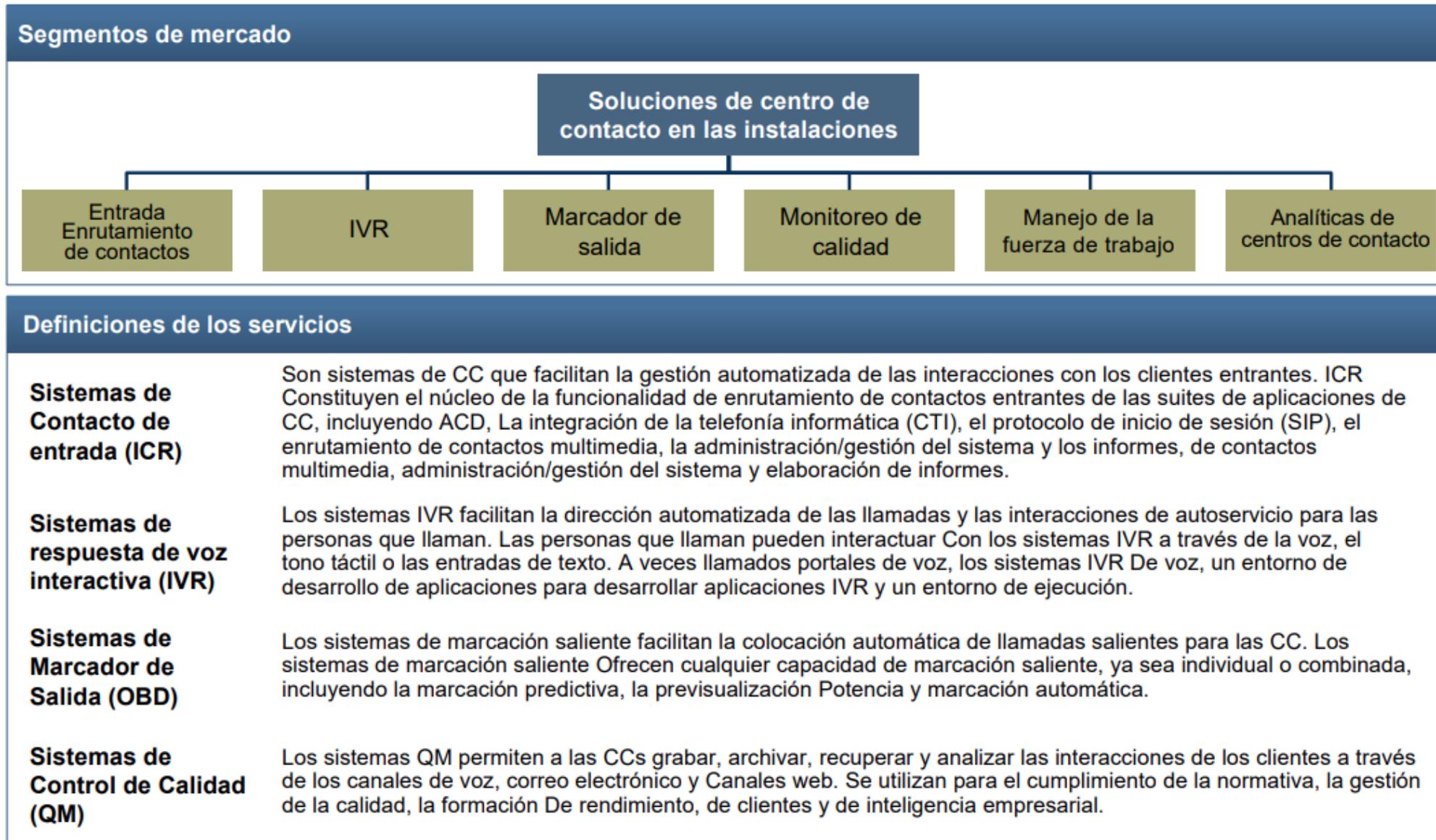
Regional Sales Manager
SP Central and Caribbean Poly

TENDENCIAS DE MERCADO

F R O S T & S U L L I V A N



DEFINICIONES DE MERCADO



DEFINICIONES DE MERCADO

Definiciones de los servicios (continuación)

Sistemas de Gestión de personal (WFM).

Los sistemas de gestión de personal permiten a los CCs prever, programar y gestionar los niveles de personal y las actividades laborales de los agentes. Actividades laborales de los agentes. Los sistemas de gestión del personal utilizan los datos del ICR y otros sistemas de los CC para programar y gestionar las actividades laborales de los agentes.

Sistemas de Análisis de Centro de contacto

El análisis de los centros de contacto, tal y como se define en este estudio, incluye los siguientes sistemas y apps
a) Sistemas de análisis de las interacciones con el cliente que extraen el contenido de las interacciones con el cliente, como las llamadas, los correos electrónicos y los chats, para obtener inteligencia empresarial significativa; y
b) Sistemas de análisis del rendimiento que proporcionan inteligencia empresarial sobre indicadores clave de rendimiento operativo (KPI), como el rendimiento de los CC y de los agentes, y tratan de impulsar mejoras de la eficiencia.

Definiciones de los ingresos

- Las cifras de ingresos, cuotas de mercado y previsiones de este estudio se basan únicamente en los ingresos por licencias de productos.
- El alcance de este estudio se centra en las CC que se basan en las instalaciones. Las soluciones locales son aquellas que los clientes compran o alquilan y mantienen en sus propias instalaciones. El cálculo de los ingresos de las soluciones de CC en la nube y en las instalaciones no es el mismo. En las instalaciones Los ingresos locales incluyen las licencias de software vendidas a los proveedores de servicios (para el alojamiento), ya que la venta es simplemente una venta de licencias (tanto si el proveedor de servicios está sentado en él o ya ha alojado activamente la sede no importa). Por lo tanto, cualquier ingreso que un proveedor que un proveedor obtenga vendiendo sus licencias a un socio se queda aquí.
- Las cifras de ingresos excluyen los ingresos asociados a la instalación, el mantenimiento y los servicios profesionales. También se excluyen los ingresos del software como servicio (SaaS) y los ingresos por servicios alojados en la nube también están excluidos.
- Todos los ingresos están denominados en dólares estadounidenses y se basan en las ventas de los fabricantes.
- Todas las cifras de ingresos y cuotas de mercado representan estimaciones de Frost & Sullivan, basadas en investigaciones primarias y secundarias, y análisis.

IMPULSORES DE MERCADO

Mercado de Soluciones de Contact Center “On-Premise” : Impulsores de Mercado, America Latina y el Caribe, 2019-2024

Impulsores	1-2 Años	3-4 Años	5-6 Años
Integración de los canales digitales y mejoras en la funcionalidad de las aplicaciones para dar soporte a las estrategia omnicanal	A	A	A
Fuerte demanda de optimización del rendimiento del agente (APO Agent Performance Optimization) herramientas y análisis	A	A	A
Automatización de las interacciones rutinarias con los clientes a través de bots infundidos por AI, asistentes virtuales y automatización de procesos robóticos	M	A	A
Ciclos de vida de las plataformas de proveedores existentes llegan a su fin	M	M	B

Rango de impacto: A = Alto, M = Medio, B = Bajo

RESTRICCIONES DE MERCADO

Mercado de Soluciones de Contact Center “On-Premise” : Restricciones de Mercado, America Latina y el Caribe, 2019-2024

Restricciones	1-2 Años	3-4 Años	5-6 Años
Aumento de la demanda de soluciones CC alojadas / en la nube	A	A	A
Creciente complejidad operativa debido a la proliferación de canales de contacto	M	A	A
Estrategias y enfoque del proveedor al cambiar de las instalaciones (on-premise) a las soluciones de CC en la nube	M	A	A
Las inversiones de las pequeñas y medianas empresas están siendo limitadas por el entorno económico actual y el tradicional modelo CAPEX	M	M	B

Rango de impacto: A = Alto, M = Medio, B = Bajo

IMPULSORES DE MERCADO

Mercado de soluciones de Contact Centers alojados / en la nube: Impulsores del Mercado, América Latina y el Caribe, 2019–2024

Impulsores	1-2 Años	3-4 Años	5-6 Años
Usabilidad, flexibilidad, agilidad empresarial y velocidad de despliegue de soluciones alojadas/en la nube	A	A	A
Atractivo modelo de precios de pago por uso y disminución de costo total de la propiedad de la infraestructura de CC (TCO Total Cost of Ownership)	A	A	M
Funcionalidad de aplicación mejorada para admitir estrategias de CX digitales y omnicanal	A	A	M
Gestión de tecnología - no siendo una competencia central para los CC	A	M	B

Rango de impacto: A = Alto, M = Medio, B = Bajo

RESTRICCIONES DE MERCADO

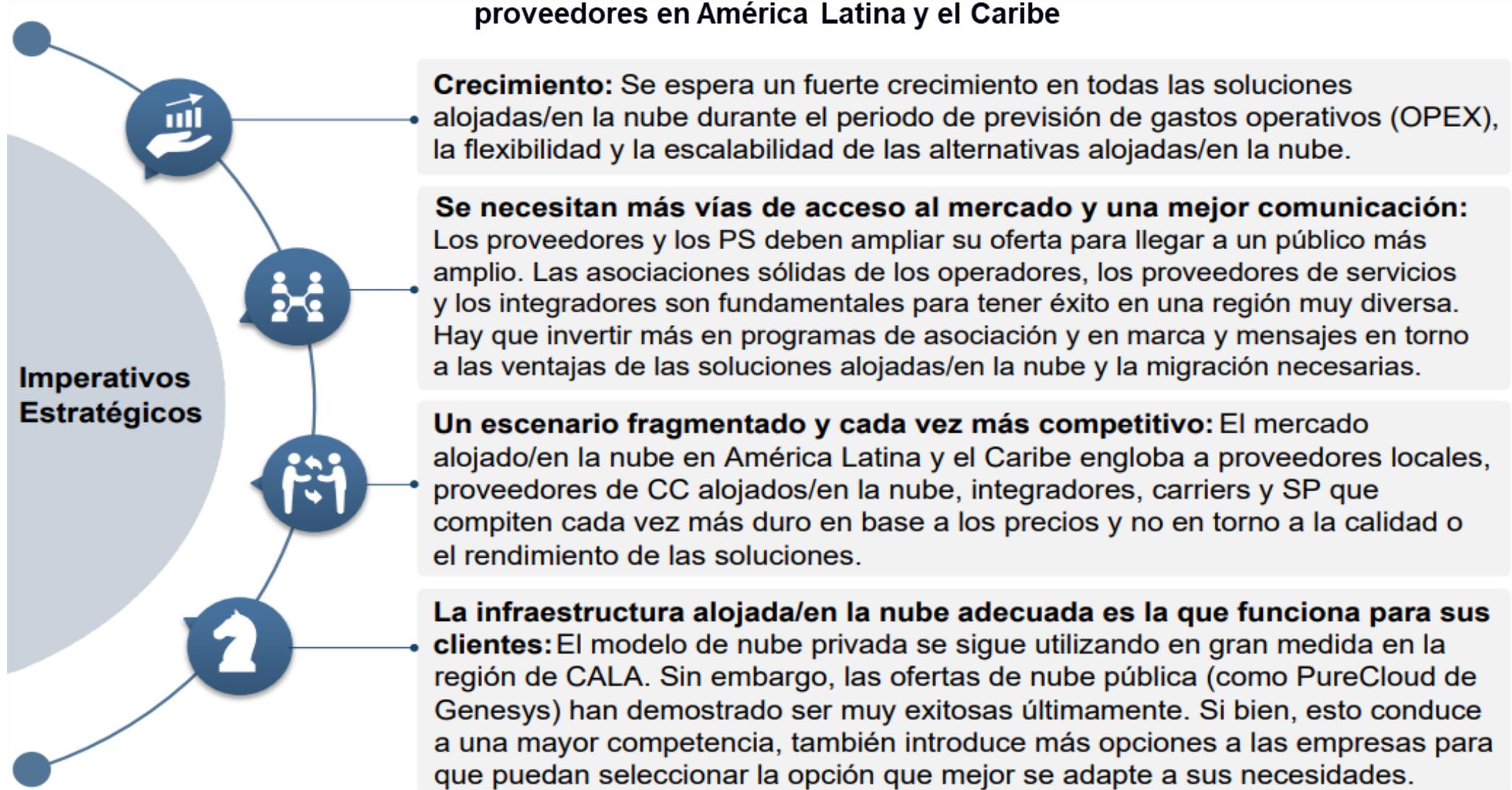
Mercado de soluciones de Contact Centers alojados / en la nube : Restricciones de Mercado, America Latina y el Caribe, 2019-2024

Restricciones	1-2 Años	3-4 Años	5-6 Años
Resistencia interna en las empresas debido a las regulaciones de la industria para migrar sistemas CC a la nube	A	A	M
Preocupaciones sobre la seguridad y la fiabilidad de las soluciones en la nube	A	M	B
El ciclo de actualización de la infraestructura de TI limita la migración a la nube, las empresas continúan beneficiándose de los recientes inversiones "on-premise"	A	M	B
Falta de socios de canal/VARs para vender y apoyar soluciones basadas en la nube	M	M	B

Rango de impacto: A = Alto, M = Medio, B = Bajo

IMPERATIVOS ESTRATÉGICOS

Imperativos estratégicos para las soluciones de Contact Centers alojados/en la nube, proveedores en América Latina y el Caribe



OPORTUNIDADES 1

Oportunidades de crecimiento para el mercado de soluciones de Contact Centers total en América Latina y el Caribe



Guiar el camino para crear un verdadero Omnicanal en experiencias de los clientes

El CX omnicanal es una parte del cambio hacia un nuevo panorama digital, proporcionando un viaje sin interrupciones, independientemente de que el cliente sea el punto de partida o de retorno.

Las capacidades de CX omnicanal serán el principal diferenciador para los proveedores en los próximos años.



Soporte Superior de los clientes a través de CX Analítica

Las empresas parecen finalmente se dan cuenta de lo importante es integrar fuentes de datos para mejorar continuamente la CX.

Además, la analítica tiene un papel clave para obtener el contexto de cada interacción.



Ayude a sus clientes a aprovechar las herramientas sociales escuchando y actuando

Las herramientas de escucha social proporcionan conocimiento en tiempo real de lo que se dicho sobre las empresas, permitiendo identificar información oculta, desde amenazas de la competencia o quejas a el aprecio de los clientes.

Además, el compromiso social del cliente significa escuchar a los consumidores y actuar eficazmente sobre la base de la información. En implica realmente "escuchar" y comprender qué segmentos de clientes responden a qué campañas de la marca y adaptar el marketing a esos segmentos.



Empujar a las empresas a buscar oportunidades en las plataformas de chat y plataformas de mensajería

Se ha demostrado que el chat aumenta la capacidad más allá de los sitios web para impulsar las ventas de los sitios web y las ventas en línea, reducir los costes de atención al cliente y aumentar la satisfacción de los mismos.

Asi mismo, las plataformas de mensajería (Facebook Messenger y WhatsApp) se están convirtiendo en un centro de compras, noticias y entretenimiento, creando una gran oportunidad para que las empresas participen en interacciones transaccionales con los usuarios. Deberían impulsar a las organizaciones a desplegar herramientas y aplicaciones de chat y mensajería para maximizar la eficiencia de los agentes y la interacción con el cliente.

OPORTUNIDADES 2

Oportunidades de crecimiento para el mercado de soluciones de Contact Centers total en América Latina y el Caribe



Añada valor con autoservicio inteligente

Las empresas de varias verticales de la industria en América Latina y el Caribe están deseosas de desplegar VAs para descargar a los agentes y manejar las tareas repetitivas que consumen tiempo.

A medida que el autoservicio se está convirtiendo en el canal preferido por los millenials, se desarrollará aún más con el tiempo, estando cada vez más capacitado para más complejas e interacciones más complejas en un futuro próximo.



Proporcionar una guía seleccionada para la automatización

Las organizaciones deben reflexionar en su búsqueda de las ventajas asociadas con la automatización. Deben comenzar con un análisis que identifique lo que puede y debe ser automatizar en la búsqueda de eficiencia.

El marco operativo que resulte debe servir como un plan detallado para la automatización que puede ayudar a re-ingeniar y la simplificación de los procesos empresariales.



Destacar que la seguridad y el cumplimiento de los datos son una preocupación fundamental

Los clientes de hoy en día están más preocupados que nunca por la forma en que las empresas utilizan sus datos y el seguimiento de sus actividades en línea. En mismo tiempo, la seguridad de la CC es complicada, multifacética y difícil de gestionar a través de múltiples sitios, e incluso países y regiones.

Hoy en día, nadie puede negar la naturaleza de misión crítica de seguridad y privacidad estrictas como punto de referencia el mejor rendimiento de la CC.



Haga su parte para empoderar a la fuerza laboral

El concepto relativamente nuevo de WEM se centra en el compromiso de los empleados y aborda una de las tendencias más críticas en las CC de hoy en día de reconocer que la CX y la experiencia del empleado (EX) deben estar en igualdad de condiciones.

Con el mayor énfasis en la WEM, veremos un aumento de la innovación dirigida a ayudar a las empresas a ofrecer una mejor experiencia para sus empleados. Además los agentes también deben estar mejor equipados para gestionar consultas más complejas.

Los proveedores necesitan ofrecer nuevos escritorios para los agentes con intuitivos, que ahorren pasos, y un mayor acceso a la información.

PREDICCIONES

La última palabra: 5 predicciones para el Mercado de Soluciones de Contact Centers en América Latina y el Caribe

1

El contacto con el cliente continuará evolucionando desde interacciones en canales dispares hasta viajes de clientes sin interrupciones que sean proactivos, asincrónicos y persistentes.

2

Solo a través de la adición de nuevas capacidades habilitadas por dispositivos móviles, en la nube, redes sociales, mensajería, WebRTC, Big Data y personalización, junto con integraciones enriquecidas, harán que las empresas en América Latina y el Caribe impulsen una nueva demanda y expansión de la base de usuarios.

3

Proveedores de CC, y SP tienen enormes oportunidades en América Latina y el Caribe por apoyar la automatización de procesos de negocio y las iniciativas inteligentes de autoservicio de las empresas a corto y medio plazo.

4

Proveedores de CC y SP continuarán proporcionando múltiples opciones de implementación (pública, privada, nubes), pero también comenzarán a posicionar una arquitectura de microservicios para proporcionar nuevas funcionalidades más rápidamente.

5

Proveedores de CC y SP deberán adoptar aún más al consumidor y la fuerza laboral cambiantes, a través del desarrollo de nuevas herramientas para ayudar con el rendimiento, el compromiso, el desgaste y reducción de la rotación.



**POLY: TU ALIADO
PARA BRINDAR UN
SERVICIO AL CLIENTE
EXCEPCIONAL**



LA NUEVA FUNCIÓN DE LOS CENTROS DE LLAMADAS

Mejorar el servicio al cliente en medio de nuevos desafíos

- Las organizaciones están reconociendo que la experiencia del cliente es fundamental para su éxito en el futuro
- Mediante el centro de llamadas, se puede entablar la interacción adecuada en el momento correcto a escala, con una fuerza de trabajo híbrida
- El centro de llamadas es más importante que nunca. Bienvenido a los “negocios fuera de lo normal”

El 81 %

de las organizaciones está de acuerdo con que la experiencia del cliente ofrece una ventaja competitiva ¹

El 44 %

se refiere a “mejorar la experiencia del cliente y la satisfacción” como un objetivo empresarial (la prioridad número 1) ²

¹ Informe comparativo global de la experiencia del cliente de NTT, 2020

² Frost & Sullivan, “Conquering the budget struggle for contact center transformation” (Conquistar la lucha presupuestaria para la transformación del centro de contacto), abril del 2021

MAXIMIZA LA MIGRACIÓN A LA NUBE CON EL EQUIPO Y LAS HERRAMIENTAS ADECUADOS PARA UN ENTORNO HÍBRIDO

- Si enviaste a todos a casa, ¿sabes qué auriculares están usando tus equipos?
- Los sistemas en la nube se actualizan regularmente para agregar nuevas funciones, ¿cómo mantienes actualizados tus dispositivos?
- ¿Cuáles son tus planes para el trabajo híbrido entre el hogar y la oficina?





POTENCIA TUS CSR Y EVITA LA DESERCIÓN DE LOS EMPLEADOS

- ¿Cómo mantendrás a tus equipos conectados mientras trabajan en diferentes lugares?
- ¿Cómo les demuestras a tus equipos que son valorados y que están preparados?
- Las llamadas telefónicas serán más complejas, con mayores emociones, ¿cómo vas a cuidar a tus empleados?

¿POR QUÉ LA VOZ ES TAN FUNDAMENTAL?

La voz es el canal preferido para cualquier interacción que no sea una interacción muy simple



El 59 % de todas las transacciones de los clientes ocurren a través de canales digitales.

De esos, el 38 % debe ser trasladado a una llamada de voz.¹



El 96,1 % de los grupos de éxito de Nemertes usan la voz para interactuar con los clientes (en comparación con el 82,9 % de los demás).²



Solo el 21 % de los clientes califican la experiencia digital como excelente.³

¹ Investigación de Nemertes del 2019-20, "Intelligent Customer Engagement" (Interacción inteligente con el cliente) 2019

² Nemertes, "Intelligent Customer Engagement" (Interacción inteligente con el cliente), 2019 (DN7966)

³ British Telecommunications (BT). "The Autonomous Customer 2020 - Still phoning, still emailing...but ready for AI" (El cliente autónomo del 2020, aún habla por teléfono, aún envía correos electrónicos, pero está listo para la IA), 2019, página 4

LOS MEJORES SERVICIOS DE AUDIO Y VIDEO MULTIPLAFORMAS PARA CONTACT CENTERS

SOCIOS CLAVE



Nuestro enfoque neutral y nuestros galardonados productos nos permiten asociarnos con una amplia variedad de proveedores de plataformas de CC&C e ITSP



VOZ CONFIABLE PARA LOS MEJORES CLIENTES OFRECIDA POR LA MEJOR EMPRESA



**Lo usan un 100% de
las compañías de
Fortune 100**



**Contrato exclusivo
con la FAA de
controladores de
tráfico aéreo**



**La empresa preferida
para prestar servicios
de operaciones de
emergencia (911, etc.)**

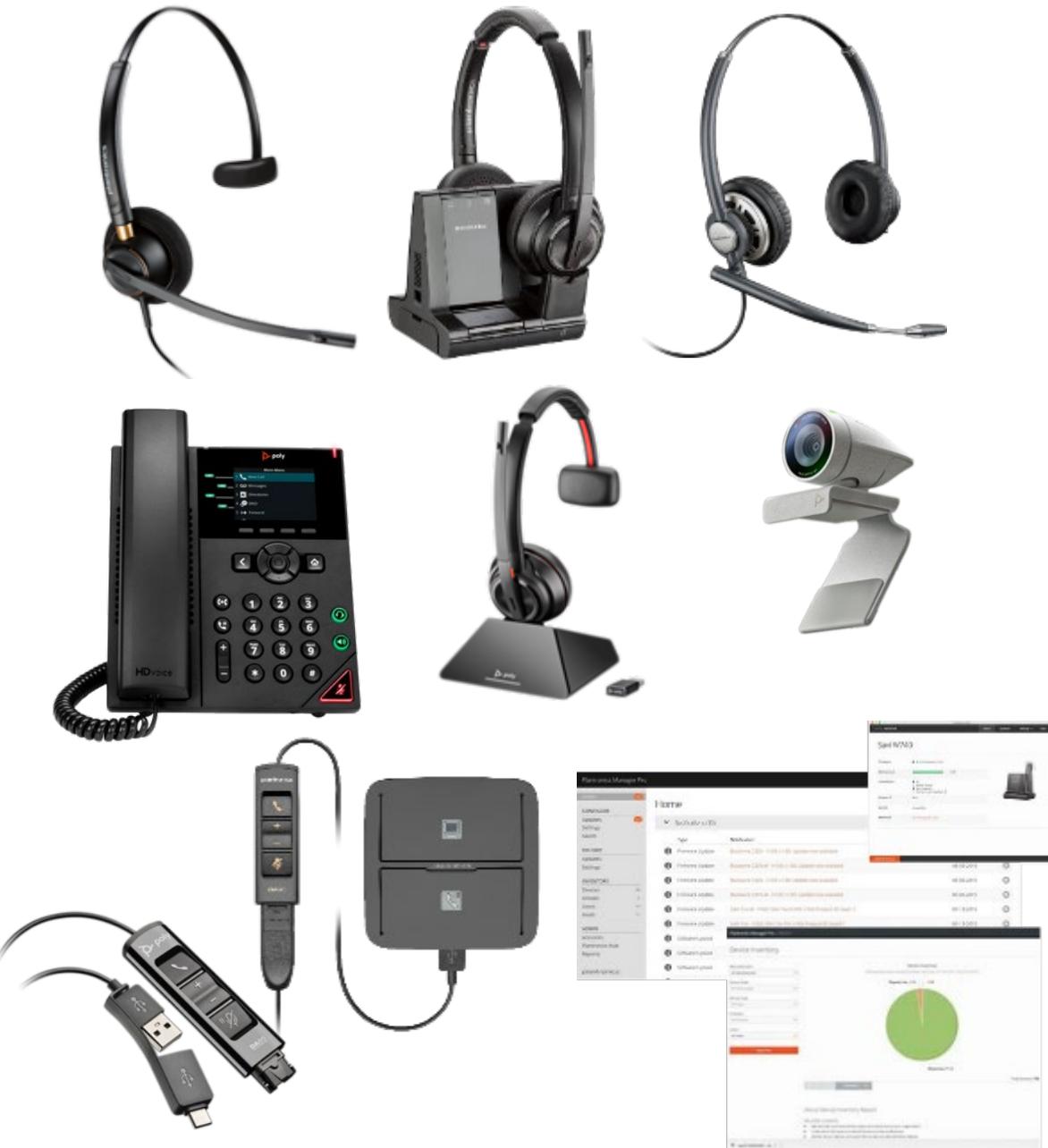


**Productos, servicios y
soporte galardonados**

POLY ES UN LÍDER DE CENTROS DE LLAMADAS

Una marca confiable para las comunicaciones esenciales del negocio

- **Ingeniería:** diseñamos, ideamos, construimos y apoyamos uno de los más amplios portafolios de soluciones del centro de llamadas
- **Comodidad y durabilidad:** probado con o sin cables para brindar comodidad y solidez durante todo el día
- **Innovación:** procesadores de audio y adaptadores digitales para conectarse a través de varias plataformas
- **Servicio:** la administración y el análisis de dispositivos entregados por SaaS proporcionan información procesable



PORTAFOLIO PARA CENTROS DE LLAMADAS Y SERVICIO AL CLIENTE

**SOLUCIONES
CON CABLE**



**Familia
EncorePro**

**SOLUCIONES
INALÁMBRICAS**



Familia Voyager

**TELÉFONOS DE
ESCRITORIO**



Familia VVX

**PROCESADORES
DE AUDIO**



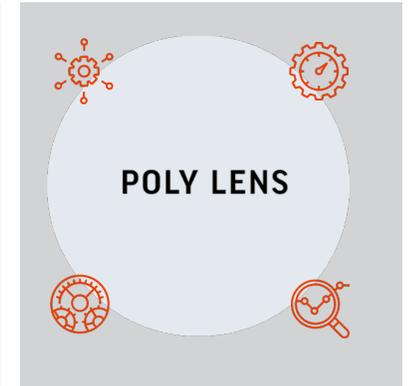
Serie DA

**ESCRITORIO
VIDEO**



Poly Studio P

**PLATAFORMA DE
NUBE PARA
DISPOSITIVOS**



Poly LENS



PERFILES DE USUARIO CLAVES DEL CENTRO DE LLAMADAS

	Servicio al cliente (en la oficina)	Servicio al cliente (híbrido/en casa)	Ventas salientes/supervisor	Éxito del cliente/agente de primer nivel
Escritorio compartido	●	●		
Conexión con varios sistemas telefónicos		●		
Movilidad (en el edificio/en el piso)			●	
Conexión por video con el equipo	●	●		
Alta calidad de audio y durabilidad	●	●	●	●



CONÉCTATE CON SISTEMAS HEREDADOS, COLEGAS Y CLIENTES

Soluciones para el servicio al cliente: en la oficina

Disfruta de la comodidad durante todo el día y del control sin esfuerzo con los auriculares con cable EncorePro 520. Emparéalos con el selector con cable serie MDA524 QD para auriculares QD y un Poly Studio P5 para disfrutar de un audio y video perfectos.



MDA524 QD prepara tus inversiones para el futuro, se conecta a teléfonos de escritorio y softphones

TRABAJO SIN INTERRUPCIONES DESDE EL HOGAR O LA OFICINA

Soluciones para el servicio al cliente: trabajo híbrido entre el hogar y la oficina

Disfruta de la comodidad durante todo el día y del control sin esfuerzo con los auriculares con cable EncorePro 520. Emparéalos con el procesador de audio USB DA85 y Poly Studio P5 para obtener audio y video perfectos.



Los auriculares basados en QD permiten un trabajo confiable en casa y en la oficina



TODO EL DÍA, TODOS LOS DÍAS, SIN PROBLEMAS

Soluciones para ventas salientes

Enfócate en el cliente con un auricular inalámbrico con cancelación de ruido Savi 8220 que bloquea el molesto ruido de fondo. Emparéjalo con el teléfono de escritorio IP de gama media VVX 350 de 6 líneas.

Alta movilidad, alta confiabilidad, alta calidad de audio: alcanza todos los objetivos



¿CUIDAS A LOS CLIENTES? NOSOTROS TE CUIDAREMOS

A TI Soluciones para el éxito de los clientes

Disfruta del galardonado diseño liviano y del excelente audio del auricular con cable USB Serie EncorePro 700 combinado con el procesador de audio USB DA85.



Los auriculares basados en QD permiten un trabajo confiable en casa y en la oficina

CONCÉNTRATE EN EL TRABAJO, NO EN EL RUIDO

Soluciones para el servicio de asistencia de TI

Elimina el ruido de fondo o mantente atento con un oído, la elección es tuya. La cancelación de ruido excepcional y los micrófonos dobles bloquean las conversaciones cercanas. Disfruta de un rendimiento acústico superior, donde sea que estés trabajando.



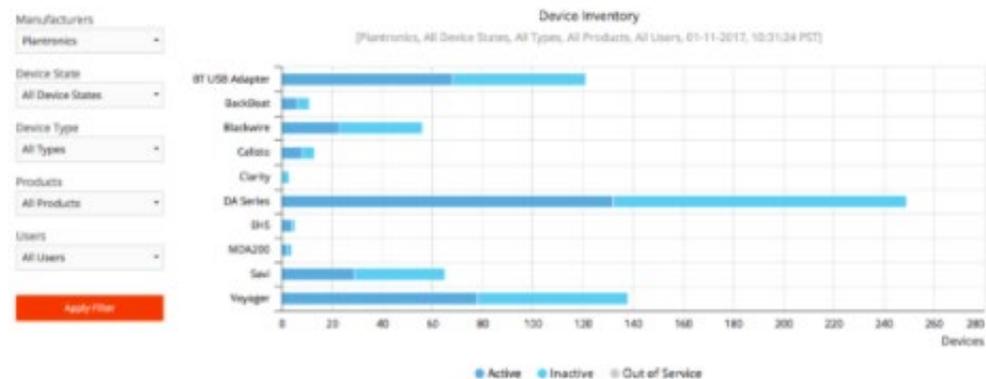
Gracias a una conexión Bluetooth®, Voyager 4300 va contigo a todas partes



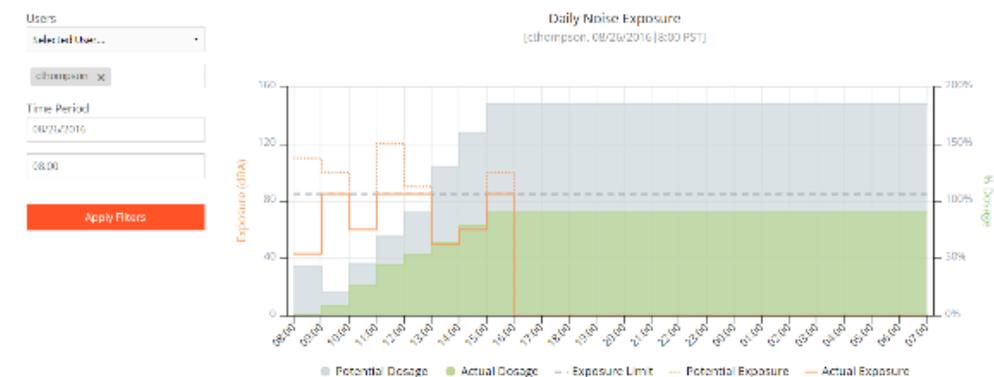
LA INFORMACIÓN DE LOS DATOS AYUDA A MEDIR EL ÉXITO DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Software de administración basado en Poly Lens

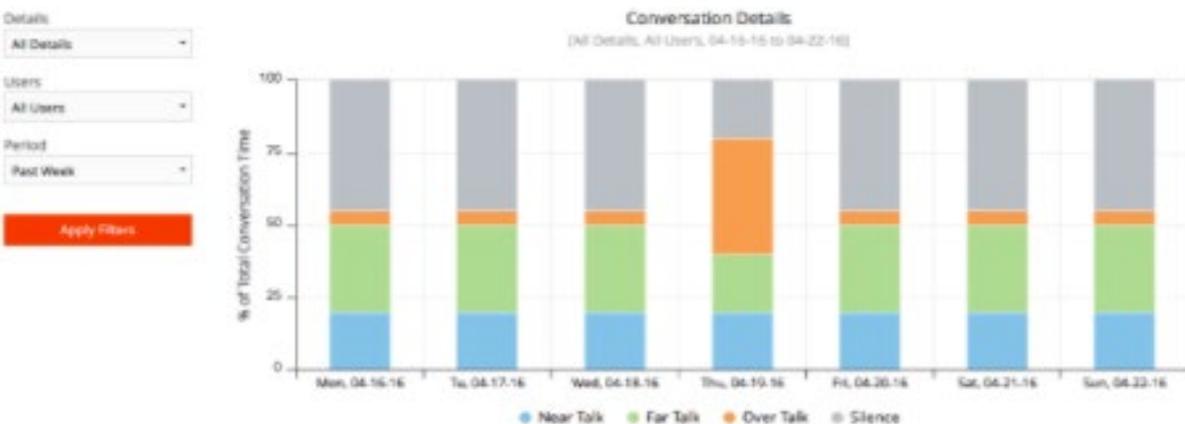
INVENTARIOS DE DISPOSITIVOS



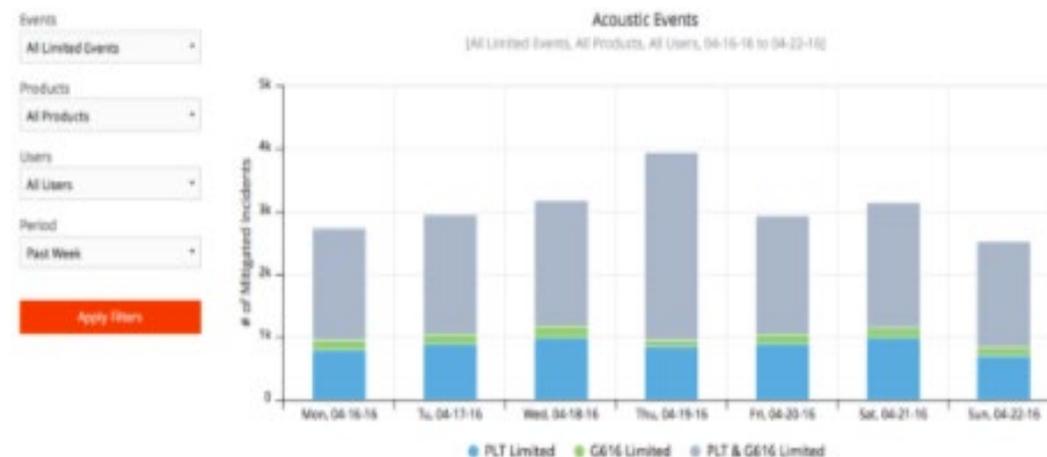
EXPOSICIÓN DIARIA AL RUIDO



ANÁLISIS CONVERSACIONAL



EVENTOS ACÚSTICOS



LOS MEJORES SERVICIOS Y ASISTENCIA EN SU CLASE



Servicios gestionados y servicios en la nube

- Administración y supervisión remotas: núcleo y terminales
- Nube privada hospedada o en las instalaciones
- Servicios administrados para Microsoft Teams
- Servicios en la nube: Polycom RealConnect para Office 365; PDMS



Profesionales

Plan

- Visualización; diseño de soluciones; diseño de espacios de trabajo; preparación de la red; consultoría y adopción

Implementar

- Instalar, desplegar, implementar, migrar, actualizar y administrar proyectos

Optimizar

- Análisis; aplicaciones de bus; capacitación y adopción



Características Principales Poly+

- Reemplazo avanzado de hardware:
- Soporte técnico ilimitado 24x7x365 en todo el mundo:
- Compatibilidad con una sola aplicación en las soluciones de conferencias personales de Poly con Poly Lens Desktop
- Soporte y solución de problemas para usuarios finales de TI empresarial remota



¿POR QUÉ INNOVAR CON POLY?



Reputación de la mayor durabilidad y confiabilidad, siempre estará presente para tus clientes



Audio ultranítido, sin palabras mal escuchadas ni repeticiones, reduce la frustración del cliente



Protección acústica avanzada, garantiza la salud y el bienestar de los empleados



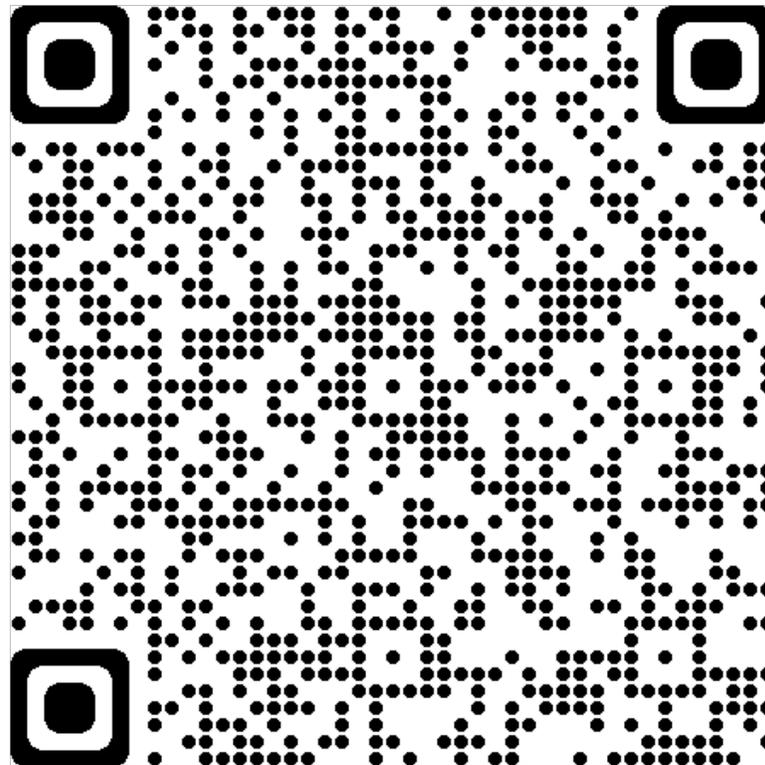
Compatibilidad multiplataforma, diseñada para el trabajo híbrido en la oficina y el hogar, y en la nube o en las instalaciones



www.poly.com

Gracias por participar en CX Sessions Colaboración

Tu opinión es muy importante para nosotros. Ayúdanos a mejorar nuestros próximos eventos, llenando la siguiente evaluación.



¡Gracias por participar nos vemos pronto!

