

ContactForum

revista

www.imt.com.mx

Cuidar el bienestar emocional del equipo de trabajo en medio del COVID-19

Human & Data
Connected World

2020 Global CX
Forum
24º CONGRESO MEXICO

México fue sede del
Premio **LATAM 2020**



Premio Nacional
Excelencia en la Experiencia
del Cliente y Centros de Contacto

AÑO 23 / NÚMERO 91 / MAYO - JUNIO 2020

imt.



PENTAFON
RESULTADOS A TU MEDIDA



www.pentafon.com

- Certificados: PCI, ISO 27001, ISO 9001 y Modelo Global CIC 2.0
- 14 años de experiencia
- Más de 2,600 estaciones en 7 centros en México y Latinoamérica
- Atención a clientes, cobranza y ventas
- Plataforma Genesys, Speech y Text Analytics, Business Intelligence y Artificial Intelligence

Contact Center & BPO



www.pentafon.com

☎ 55 5015 3200 Ext. 3209

✉ contacto@pentafon.com



@PentafonOficial



Pentafon Contact Center & BPO



Editorial



Eugenia García Aguirre
Directora General

El COVID-19 nos sorprendió a todos, ha sido un parteaguas en nuestras vidas personales, laborales y como ciudadanos. El cambio ha sido no sólo cerrar tiendas físicas y oficinas, sino llevar el trabajo a casa, adaptarnos a un nuevo estado emocional que nos afecta personal, familiar y laboralmente. Desde las pequeñas empresas hasta las grandes compañías tienen la urgencia de cambiar el paradigma actual por un nuevo modelo de desarrollo sostenible en armonía con la naturaleza y con los desafíos de cada una de las naciones.

En la industria de *Customer Experience* y *Contact Centers* se están generando nuevas tendencias que nos obligan a reconvertir el CX y evolucionar los Centros de Contacto. En el futuro próximo se vislumbran grandes posibilidades de crecimiento porque cientos de transacciones que se realizaban de manera presencial, ahora se vuelcan a los múltiples canales de contacto que ofrece nuestra industria.

En este número de la revista ContactForum, que dicho sea de paso, fue enviada de forma digital a toda nuestra base de datos, presentamos una serie de artículos y colaboraciones que nos ayudan a reflexionar sobre cómo afecta el COVID -19 a nuestro sector. De forma especial, el IMT presenta los resultados de un sondeo con las primeras Reacciones de la Industria de Relacionamiento con Clientes en México.

También en este ejemplar publicamos a los Ganadores del "Premio Nacional Excelencia en la Experiencia del Cliente y Centros de Contacto", así como los galardonados del Premio LATAM 2020, cuya sede fue México y una reseña del 24 Global CXForum que se realizó en marzo pasado.



Lourdes Adame Goddard
Directora Editorial

En el IMT estamos conscientes de los desafíos que estamos viviendo actualmente. La pandemia nos ha concientizado sobre el hecho que debemos reinventarnos y nos invita a salir de nuestra zona de confort y buscar nuevas formas de operar e innovar nuestros modelos de negocio. En este sentido, compartir el conocimiento y aprendizajes serán clave en la construcción de una nueva era en la industria mexicana de *Customer Experience*. Momentos como éstos nos dan la energía y oportunidad de hacer posible, lo imposible.

¡Juntos saldremos adelante!

EDICIÓN MAYO - JUNIO 2020

DIRECCIÓN GENERAL

Ma. Eugenia García Aguirre

DIRECCIÓN EDITORIAL

Lourdes Adame Goddard

EDITORIA

Martha Isabel Schwebel

CORRECCIÓN DE ESTILO

Ma. Isabel Arenas

DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN

Susana Hidalgo

PUBLICIDAD Y VENTAS

Susana Delgado

Dulce Morales

COLABORADORES

Maggie Bautista

Gloria Cabero

Martin Frascaroli

Adrián Quintanilla

SUSCRIPCIONES Y SERVICIO A CLIENTES

(55) 5340 2290



Editada por el: Instituto Mexicano de Teleservicios

José María Velasco, No 13 - 401, Piso 4

Col. San José Insurgentes,

Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, Ciudad de México.

ContactForum revista, publicación periódica Mayo-Junio 2020. Editor responsable: María Eugenia de la Paz García Aguirre. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-081410205900, fecha de expedición 14 agosto 2019. Domicilio de la Publicación: José María Velasco. No 13 - 401, Piso 4, Col. San José Insurgentes, Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, México, D.F. Imprenta: Prerensa Digital, S.A. de C.V. Andador Caravaggio No. 30, Col. Mixcoac, Del. Benito Juárez. C.P. 03910. México, D.F. Distribuidor: SEPOMEX. Piedad 50. Col. Piedad Narvarte. Del. Benito Juárez. C.P. 03100. México, D.F.

revistacforum@imt.com.mx

CONTENIDO



6



18



40

CUSTOMER EXPERIENCE

- 6 Claves para afrontar el COVID-19 desde el servicio al cliente.
- 8 Cuidar el bienestar emocional del equipo de trabajo en medio del COVID-19.
- 10 Reacción inicial de la industria de relacionamiento con clientes ante la pandemia mundial.
- 14 Cómo cuidar la experiencia del cliente al llamarles ¡En IPCOM tenemos la herramienta ideal para ello!
- 16 Cómo conectar con las personas en la era digital.

TECNOLOGÍA & ANALYTICS

- 18 Cambian radicalmente las perspectivas de la industria TIC en México.
- 20 Agencia B12: la vitamina de tecnología y experiencia comercial para elevar tus ventas.
- 22 Por qué hoy el trabajo remoto es más importante que nunca.
- 24 Mujeres en analítica, rompiendo paradigmas.
- 26 Agentes remotos, la solución inteligente para un mundo en constante cambio.

24° GLOBAL CX FORUM

- 28 *Human & Data Connected World.*
- 40 *Cocktail networking.*
- 42 Para una gestión completa del *Customer Journey.*

PREMIO NACIONAL

- 43 PREMIO NACIONAL Excelencia en la Experiencia del Cliente y Centros de Contacto
- 68 Distingue el IMT a Organizaciones Certificadas.
- 71 México fue sede del Premio LATAM 2020.





Martin Frascaroli,
CEO de Aivo

Claves para **afrontar** **el COVID-19** desde el servicio al cliente

Aunque es pronto para cuantificar las consecuencias por sectores, la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO) vaticina que "las ventas en punto físico serán las más afectadas a la luz de la situación de COVID-19; y esto puede ser el impulso para que las empresas consideren seriamente revisar su estrategia omnicanal".

Pero, ¿cómo está afectando esta crisis sanitaria y económica la cotidianidad de los consumidores y de las empresas? Identificamos dos dinámicas que se están imponiendo:

1. Se disparan las consultas en línea

Las cuarentenas y el miedo al contagio están haciendo que diversas industrias se vean afectadas por la cantidad de consultas de sus clientes. Los consumidores están reclamando atención ahora más que nunca y buscan que las empresas respondan de manera inmediata y resolutiva.

Telecomunicaciones e internet, banca, educación, salud, transporte aéreo y el turismo en general, así como las verticales de entretenimiento y ventas al por menor, son algunas de las industrias que han registrado una mayor demanda de sus clientes durante esta coyuntura global.

2. El trabajo remoto se expande

Los brotes de infecciones virales como el coronavirus (COVID-19) imponen nuevas medidas para frenar su expansión, como la reducción de la circulación de las personas y la implantación del trabajo remoto en aquellas industrias que puedan seguir activas bajo esta modalidad.

Para los equipos grandes, y particularmente para los *Contact Centers*, esta circunstancia obliga a los empleadores a buscar nuevas formas de trabajo que tengan como prioridad la salud de sus empleados y atiendan las exigencias de sus clientes.

Ante este escenario, ¿qué medidas de mitigación pueden implementar las empresas para mantener al cliente en el centro de su estrategia?

El Covid-19 sigue expandiéndose en el mundo a un ritmo acelerado e impactando el día a día de las personas: restringiendo su posibilidad de moverse libremente por las ciudades, alterando sus formas de comunicación y cambiando hábitos tan cotidianos como el modo de saludarse. Por añadidura, está cambiando el modo en el que interactúan con las empresas. Bajo este preocupante escenario, múltiples industrias se han visto afectadas y el servicio al cliente no ha sido la excepción.

• Ser claros en la comunicación

Es sumamente importante mantener informados a los clientes sobre los eventuales cambios o deficiencias que podría experimentar el servicio en medio de la contingencia. En estos momentos de crisis la transparencia juega un rol fundamental. Nuestra estrategia tiene que incluir comunicarse de forma abierta y clara, anticiparse a las consultas y evitar agregar más incertidumbre a la que están viviendo nuestros clientes en este momento.

• Priorizar la automatización

No es novedad que muchas compañías estén migrando hacia modelos que integran la automatización a su servicio al cliente. Pero en el escenario actual es fundamental que los equipos de atención actúen rápidamente, con empatía y consistencia.

Las herramientas que usamos son clave para garantizar buenas experiencias, especialmente en épocas de crisis. A la hora de elegir las, es primordial que la tecnología se adapte a la estrategia y no al revés.

Actualmente la automatización y la inteligencia artificial conversacional se ponen al servicio de los clientes más demandantes para dar respuestas personalizadas, instantáneas y en el tiempo deseado. Su aplicación en *bots* y *live chats* contribuye a reducir los tiempos de atención y a aumentar la cantidad de conversaciones entre empresas y clientes. Su correcto uso permitirá satisfacer la demanda de consultas frecuentes, pero también prestar más atención a casos complejos en épocas de sobredemanda como esta.

• Mover la comunicación de telefonía a canales digitales

Antes de que surgiera el coronavirus, las empresas ya mantenían en promedio anual 1,5 millones de conversaciones con sus clientes a través de canales digitales. Durante los próximos meses los canales de mensajería tomarán mucha más relevancia de la que ya tenían.

En este contexto de incertidumbre y urgencia, los consumidores quieren un servicio eficiente. Las aplicaciones de mensajería son más personales y cercanas. Mientras que el *email* muchas veces es un canal lento y burocrático, estas apps desarrollan una comunicación digital uno a uno entre el cliente y el agente, generando un trato más cercano.

Whatsapp ha sido uno de los canales con mayor crecimiento en 2019, especialmente en las industrias de *e commerce*, finanzas, telecomunicaciones y automotriz. Implementar *WhatsApp* como un canal de servicio al cliente posibilita comunicaciones más rápidas y personalizadas. Asimismo, se convierte en una gran opción cuando ir a la sucursal de un banco o a un comercio físico no es una opción, en virtud de la restricción de la circulación vigente en muchas ciudades del mundo.

En definitiva, estar donde se encuentran tus clientes y adoptar estrategias *customer centric* será la clave para afrontar esta situación que estamos viviendo.

Covid-19 acelerará los cambios en curso y obligará a las marcas a pensar creativamente sobre cómo conectarse con sus usuarios.

Recomendaciones



Mente abierta al cambio



Reaccionar rápidamente



Definir una estrategia y plan de acción



Establecer procesos ágiles



Utilizar la tecnología a nuestro favor



Ser empáticos con nuestros clientes y empleados

Qué le espera al servicio al cliente

Covid-19 acelerará los cambios en curso y exigirá un mayor compromiso con el cliente: el virus obligará a las marcas a pensar creativamente sobre cómo conectarse con sus usuarios.

Aquellas compañías que mantengan una mente abierta al cambio y reaccionen rápidamente estarán preparadas para acompañar a sus clientes y empleados en este momento de necesidad y podrán navegar en esta coyuntura el tiempo que pueda extenderse.





Adrián Quintanilla,
Vicepresidente de
Recursos Humanos
de AT&T en México

Cuidar el bienestar emocional del equipo de trabajo en medio del COVID-19



En esta contingencia sanitaria que prácticamente todos en el mundo estamos enfrentando, tenemos conciencia de las medidas de prevención, emitidas por la Secretaría de Salud y la Organización Mundial de la Salud, que debemos seguir para protegernos a nosotros mismos y aquellos a nuestro alrededor.

Más que nunca en nuestra función de líderes, debemos fomentar un entorno laboral psicológicamente seguro, que incluya el bienestar emocional de nuestros colaboradores con el fin de promover una fuerza laboral resiliente. Para apoyar a nuestros empleados en medio de esta crisis, los líderes necesitamos ser comprensivos, transparentes y tener una excelente comunicación.

En AT&T, nuestro compromiso más grande es con nuestra gente. Desde hace varias semanas implementamos una serie de medidas para garantizar el bienestar

de nuestros clientes, comunidades y colaboradores. Entre ellas, ha sido importante para nosotros incluir un elemento que suele pasar desapercibido: el aspecto emocional de una crisis. Por esa razón reforzamos nuestro Programa de Asistencia a Empleados (PAE), mediante el cual tanto colaboradores, como sus familiares directos, pueden obtener asesoría y orientación emocional por parte de psicólogos certificados, las 24 horas y los 365 días del año.

Este tipo de apoyo es crucial para nuestros empleados, quienes están desempeñando un papel fundamental para mantener a México conectado. El estrés laboral, en circunstancias ordinarias, es bastante común. En México, el 75% de la población experimenta fatiga derivada de este tipo de presión.

Hoy, esta pandemia está generando comprensiblemente más estrés en las personas, lo cual impacta sus vidas en el hogar y en el trabajo.

Quisiera resaltar algunas recomendaciones para liderar equipos en estos tiempos:

- Cuando sea posible, considera permitir más creatividad en cuanto a la flexibilidad laboral, más allá de las oportunidades de trabajo remoto. Por ejemplo, considera ajustar tiempos distintos o rotacionales para el inicio de la jornada, así como flexibilidad general sobre cuándo, dónde y cómo se realiza el trabajo.
- La re priorización de los proyectos puede ayudar a reducir las cargas de trabajo individuales.
- Empodera a los colaboradores para que contribuyan a las necesidades más críticas del negocio, comunicando claramente las prioridades del trabajo y alineando los recursos.
- Apoya aún más a tu equipo creando mecanismos para hablar de sus preocupaciones, por ejemplo, fomentando que se compartan ideas sobre cómo abordar necesidades familiares.

En otras palabras, lo que necesitamos es hablar con las personas que conforman nuestros equipos. Sé empático con ellas. Hazles saber que te importan y que todos apreciamos la tremenda labor que están haciendo para la compañía y para el país en estos tiempos retadores ¡Podemos hacer esto juntos!

Debo decir que es un verdadero privilegio apoyar a los empleados de esta empresa, quienes están haciendo una diferencia significativa en las vidas de los mexicanos a lo largo del país, manteniendo a las familias conectadas entre ellas y con el mundo, a través del poder de la tecnología y las comunicaciones.



En cuanto a ustedes, líderes, recuerden practicar el autocuidado. Cuídense, sean amables con ustedes mismos; al hacerlo, les mostrarán a las personas en sus equipos cómo ser amables con ellas mismas.

B¹² Tech4Business

- Servicios de **Contact Center** • Gestión de **clientes**
- **Ventas incrementales** • Soluciones de **Big Data**



 b12mexico
  agenciab12
  B12 Tech4Business

agenciab12.mx

Teléfono: +52 (55) 4774 1185 Email: mexico@agenciab12.com

Reacción inicial de la industria de relacionamiento con clientes ante la pandemia mundial



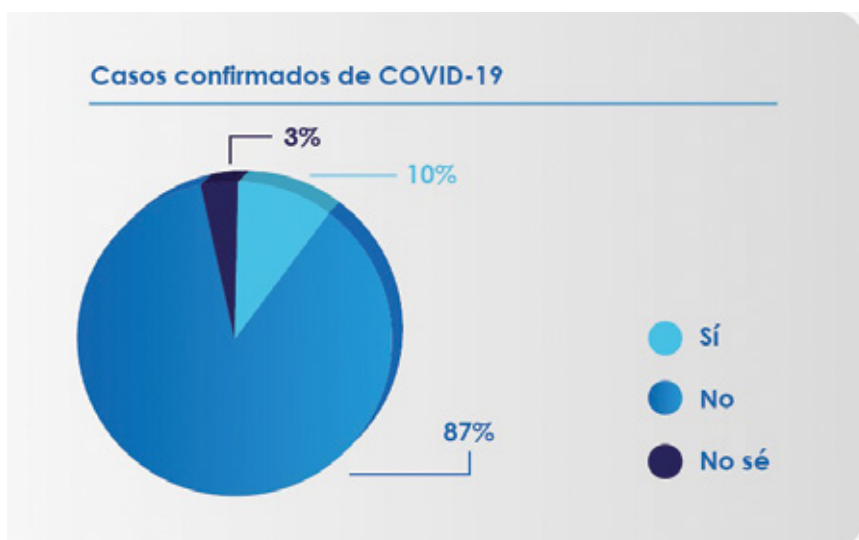
Introducción

Con la participación de 30 empresas mexicanas BPO y con áreas de relacionamiento con clientes (*inhouse*), que representan 64 centros, se logró conocer las diferentes acciones emprendidas ante el surgimiento de COVID-19 en el entorno laboral, y los retos que enfrentan actualmente, los Centros de Atención a Clientes.

En este sondeo realizado entre el 3 y el 8 de abril participaron 16 empresas BPO y 14 empresas con operación interna (*inhouse*), de las cuales el 53% cuenta con un centro y el 47% restante tiene entre uno y cuatro centros (primordialmente las empresas con operaciones *inhouse*). El 100% de los que respondieron fueron de nivel directivo y estratégico.

COVID-19, primer impacto y acciones iniciales ante la pandemia

Del total de empresas participantes (30), sólo tres manifestaron haber presentado entre uno y dos casos sospechosos o confirmados de COVID-19.

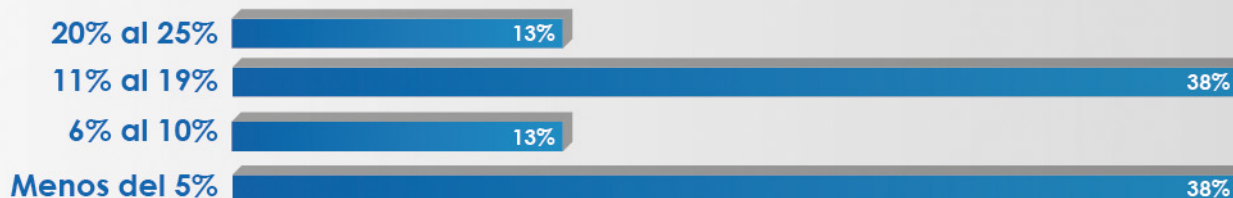


Fuente: "IMT COVID-19 Sondeo de opinión Abril 2020"

Durante el mes de marzo se identificó un ausentismo que osciló entre el 5% y el 25%, con diferente comportamiento por segmento, disparándose en la última semana de medición, con rangos de hasta el 50% en BPOs y el 30% en áreas internas de relacionamiento con clientes (*inhouse*), aunque de estas últimas, el 79% reportó haber tenido tasas de ausentismo de 5% o menos.

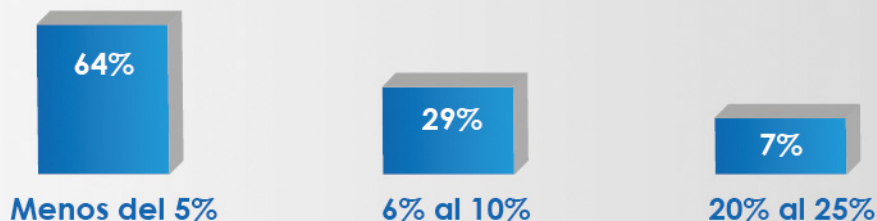
Ausentismo marzo 2020

Porcentaje de ausentismo en el mes de marzo (BPO's)



Fuente: "IMT COVID-19 Sondeo de opinión Abril 2020"

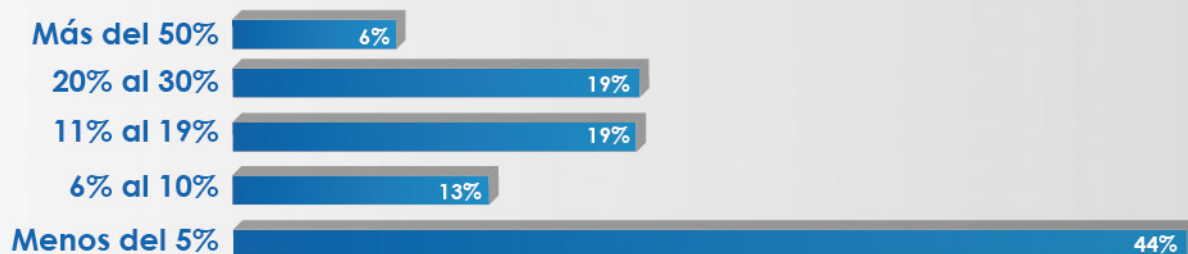
Porcentaje de ausentismo en el mes de marzo (*inhouse*)



Fuente: "IMT COVID-19 Sondeo de opinión Abril 2020"

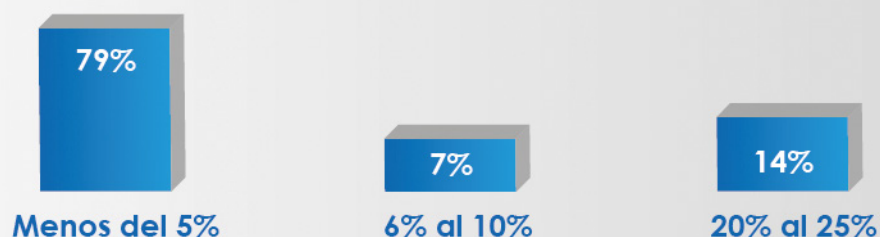
Ausentismo primera semana de abril 2020

Porcentaje de ausentismo en la primera semana de abril (BPO's)



Fuente: "IMT COVID-19 Sondeo de opinión Abril 2020"

Ausentismo primera semana de abril 2020

Porcentaje de ausentismo en la primera semana de abril (*inhouse*)

Fuente: "IMT COVID-19 Sondeo de opinión Abril 2020"

Acciones emprendidas

Todas las empresas de ambos segmentos (BPOs e *inhouses*), emprendieron diferentes acciones para proteger al personal y poder dar continuidad a sus negocios, desde las acciones más elementales de higiene y comunicación, hasta aquellas más complejas como las relativas a la migración de sus operaciones a modelos *inhouse* y a la implementación de procesos automatizados.



¿Qué medidas ha tomado la empresa?

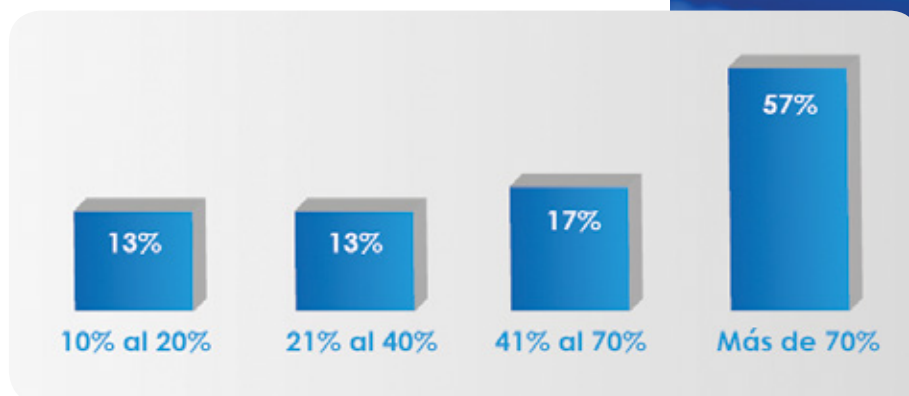


Fuente: "IMT COVID-19 Sondeo de opinión Abril 2020"

La diferencia principal entre las las empresas de modalidad BPO y las *inhouses*, es que porcentualmente hubo mayor número de empresas BPO que implementaron acciones relativas a automatización y a la flexibilidad de horario y la instauración de comités de riesgo.

Teletrabajo

Cabe señalar que el 100% de las empresas optó por alguna forma de teletrabajo, y un 57% de las empresas implementó esta política para todos sus empleados.

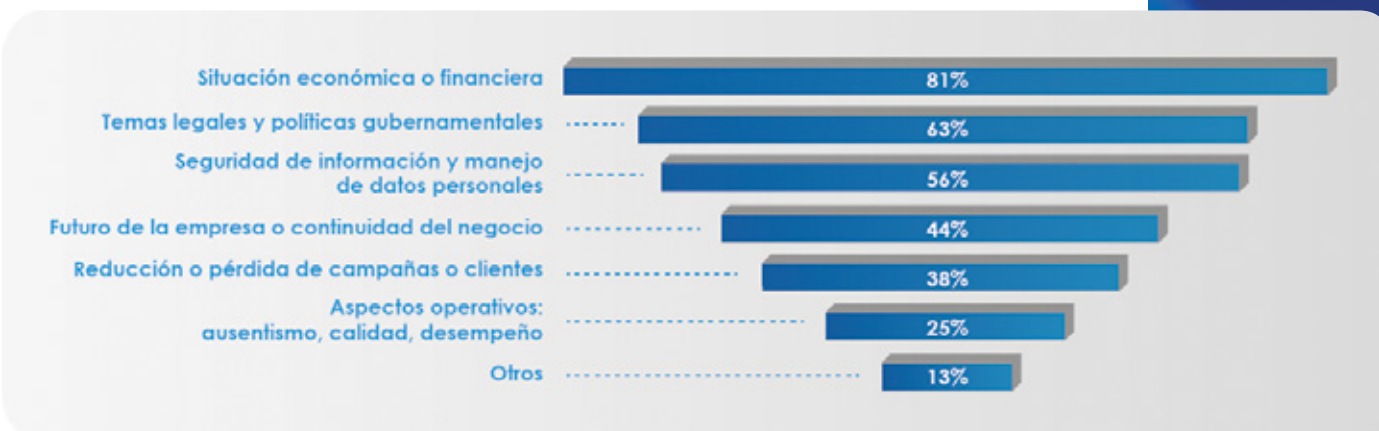


Fuente: "IMT COVID-19 Sondeo de opinión Abril 2020"

Retos

En cuanto a los retos que enfrentan las organizaciones, existen inquietudes diferentes en ambos sectores, mientras que el 81% de los BPOs tiene una preocupación respecto a la situación económica, temas legales y políticas gubernamentales, sólo el 57% de las empresas con áreas de operación interna comparte esta inquietud.

Retos de los BPOs



Fuente: "IMT COVID-19 Sondeo de opinión Abril 2020"

Retos de los Inhouse



Fuente: "IMT COVID-19 Sondeo de opinión Abril 2020"



Cómo cuidar la experiencia del cliente al llamarles

¡En IPCOM tenemos la herramienta ideal para ello!

Todos alguna vez hemos vivido o escuchado esta historia: Es un sábado a las 8 de la mañana, el celular comienza a sonar desde un número que si bien nos va no conocemos o en muchas ocasiones es oculto, al contestar, la persona del otro lado te da los buenos días y enseguida sin aun terminar de entender de qué se trata la llamada, comienza a ofrecerte una tarjeta de crédito.



Ya molesto en ese momento le dices que no estás interesado y antes de colgar le pides no volver a llamar. Ese mismo día, unas horas más tarde, recibes otra llamada telefónica que te oferta los servicios de la Institución Bancaria e invita a que adquieras uno de sus productos. La llamada se repite al anochecer o al día siguiente y estás cansado de que ignoren tu petición de "no molestar".

¿Conoces el motivo por el cual nuestras peticiones son ignoradas?

Pocos sabemos que estas llamadas en nombre de las instituciones son realizadas por terceros, es decir, son varias empresas las que están llamando al mismo tiempo y las herramientas ocupadas por ellos, por lo general, no permiten la actualización de información en tiempo real, o en su caso seguir algunas reglas para cuidar la experiencia del cliente.

Es fundamental que no olvidemos que para los futuros clientes, el primer contacto es clave para la relación futura y puede determinar desde ahí la percepción de la marca, la empresa o institución. Hoy día, las organizaciones centradas en la mejora de la experiencia de cliente están siempre con el firme propósito de mejorar la relación con el consumidor, muchas veces con el apoyo de la implantación de herramientas que permitan impulsar la satisfacción y la lealtad del cliente.

IPCOM puede ayudarte

En IPCOM tenemos la mejor herramienta del mercado, con ella las empresas e instituciones siempre tendrán acceso a una gestión centralizada, actualización de información en tiempo real, cumplimiento de normas, así como la creación de reglas de negocio que permitan a las instituciones y empresas cuidar la experiencia del cliente.

Sabemos que muchas veces estas herramientas tienen un alto costo y largos tiempos de implementación, en IPCOM estamos no solo conscientes de lo que ello implica, por ello nuestra herramienta no requiere de una inversión en infraestructura, puede ser un proyecto llave en mano, sin plazos forzosos, de fácil y rápida implementación, además que logramos un incremento en la productividad de la operación y siempre acompañando a nuestros clientes en el proceso.

Para mayor información:

- Benjamín Mojica
- bmojica@ipcomnetwork.com

www.ipcomnetwork.com

¡Ahora en Oaxaca!

24 al 27 de Septiembre, 2020
Hotel Grand Fiesta Americana
Oaxaca, México



La Cumbre de encuentro de los líderes de la Industria de Customer Experience, Contact Centers, BPO y CRM

Patrocinador Oro:



Patrocinadores Plata:



Organizado por:



Reserva tu lugar:

55 5340 2290, Ext: 4030 • foros@imt.com.mx • www.imt.com.mx

Cómo conectar con las personas en la era digital

Lourdes Adame Goddard

En este mundo digital donde estamos interconectados a través de la tecnología, tendemos a perder la conexión emocional con las personas, que es finalmente la que nos lleva a comunicarnos entre los seres humanos.

El primero es que Uber nació siendo una empresa 100% digital con lo cual no se esperaba que eventualmente tendría que abrir un Centro de Contacto con un servicio telefónico y otro tipo de canales. Se pensaba en un principio que todo contacto iba a ser a través de la propia aplicación de la compañía. Sin embargo, en la medida en la que ha ido evolucionando el negocio y entendiendo las necesidades locales que se tienen en las distintas regiones donde operan, se ha logrado asegurar que sus clientes se sientan perfectamente atendidos: "estamos buscando cubrir todas esas necesidades que se tienen por negocio y por geografía", asegura Fonseca.

Eugenio Fonseca,
Senior Director for Community
Operations LATAM at Uber.



Si bien ahora hay muchas herramientas como los *chatbots* que están interviniendo en la forma de entregar servicios, hacer ventas o incluso realizar actividades de cobranza a través de los Centros de Contacto; atrás de todo ello hay una cantidad importante de seres humanos que tienen una necesidad tanto de conectar con el proveedor de un servicio, como este de conectar con su clientela para poder garantizar una buena relación y la satisfacción de la entrega de su producto o servicio.

Por ello, uno de los grandes retos en la era digital es cómo seguir conectando con las personas, con nuestros clientes, utilizar la tecnología de la mejor manera posible y tener al mejor perfil contratado en los centros de interacción con clientes para manejar esta comunicación que es sumamente importante para el éxito de los negocios.

En entrevista con Eugenio Fonseca, *Senior Director for Community Operations LatAm at Uber*, nos explica cómo buscan atender a través de los Centros de Contacto tanto a los clientes internos como a los usuarios de sus distintos negocios. Líder de su posición en América Latina, con 12 mil personas a su cargo nos comparte dos de sus principales retos:

La transición de cómo se va ampliando la multicanalidad y haciendo un marco que sea eficiente, tanto desde el punto de vista de accesibilidad para sus clientes como de la rentabilidad para la empresa, indica Fonseca, "nos lleva a ser creativos en cómo lograr tener una penetración de mercado y estar siempre a la vanguardia. Esta transición sin lugar a dudas no va a parar".

Otro de los retos es conseguir que todos los clientes, independientemente de la generación a la que pertenezcan, se sientan identificados con la marca y el servicio que se les otorga. Fonseca explica: "tenemos clientes que son de edad avanzada que usan nuestros servicios y que no necesariamente pueden contactarnos a través de la aplicación, que prefieren un servicio telefónico o enviar un correo electrónico, en tanto que hay otros clientes que no quieren ese contacto humano, sino que todo lo hacen a través de los servicios digitales. Entonces el reto consiste en garantizar que a cada cliente le estamos dando lo que necesita, por el canal más adecuado, en el lenguaje más entendible para ellos y por supuesto garantizando que se mantengan fieles a nuestra marca".

¿Cómo conecta Uber con sus clientes?

Desde hace dos años hay un proyecto muy importante que se denomina "tone voice" la cual busca garantizar que toda la gente que tiene una interacción con los clientes, a través de un *ticket* electrónico, una llamada, videoconferencia o contacto presencial, puedan utilizar no solo el lenguaje correcto sino que se acoplen al

ritmo del cliente; que estén teniendo una escucha activa en su comunicación, puedan comprender cuál es la verdadera necesidad del cliente que muchas veces está más allá de lo que están expresando y, a través de hacer las preguntas correctas por tener la capacitación adecuada, puedan responder y conectar con ese cliente de manera correcta.



Es necesario buscar mecanismos para hacerse entender y tratar de que el cliente pueda expresar su necesidad de una manera clara para poderle dar una solución; ya sea en una situación tan básica como una pregunta general de un servicio, como una situación crítica, de alto riesgo, que puede estar incluso comprometiendo la integridad de la persona, por lo que se requiera darle una atención inmediata.

En las interacciones digitales, señala Fonseca, es muy posible que no se entienda la urgencia ni las emociones del cliente.

“Esta labor que tenemos de ayudar a nuestros equipos de trabajo a que tengan la formación correcta, los procesos correctos, una capacitación continua, las mejores herramientas y además les estemos dando los datos para tomar decisiones junto con el factor humano, nos ayuda a poder brindar la mejor solución, al mismo tiempo que estamos atendiendo y satisfaciendo a nuestros clientes” finaliza Fonseca.



Más de

20

AÑOS
siendo

EL CONTACTO
CON LOS CLIENTES
DE NUESTROS CLIENTES

TELEMARKETING
COBRANZA

ATENCIÓN A CLIENTES
SOPORTE TÉCNICO



CALLFASST
CONTACT CENTER

www.callfasst.com

info@callfasst.com

Cambian radicalmente las perspectivas de la industria TIC en México

Lourdes Adame Goddard

En la edición de la revista ContactForum del mes de marzo, publicamos que la perspectiva de crecimiento de la industria de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en México se estimaba en un 1.36%, de acuerdo con IDC. Hoy las cosas han cambiado impetuosamente.

Debido a una combinación entre la recesión económica y la llegada de la pandemia del coronavirus (Covid-19) al país, los analistas de IDC prevén que la industria TIC tendrá un decrecimiento de -4.1% para 2020, en comparación con los resultados alcanzados en el 2019. Esto en un escenario base, en el que considera que la contingencia termine al cierre del segundo trimestre del año. Sin embargo, si se alarga este periodo, al tercer trimestre, se estima un escenario con un decrecimiento del -8% para este año. Aunque los analistas también destacaron que para 2021 las primeras proyecciones presentan una recuperación acelerada del sector cercana al 6.6%

Claudia Medina, Gerente de Soluciones Empresariales de IDC México, detalló que esta estimación no es uniforme para todos los nichos de mercado; es el caso de los segmentos de servicios en la nube, los aplicativos de colaboración y los servicios de telecomunicaciones que proveen el tipo de herramientas base para contribuir a garantizar la continuidad de las operaciones en los segmentos productivos.

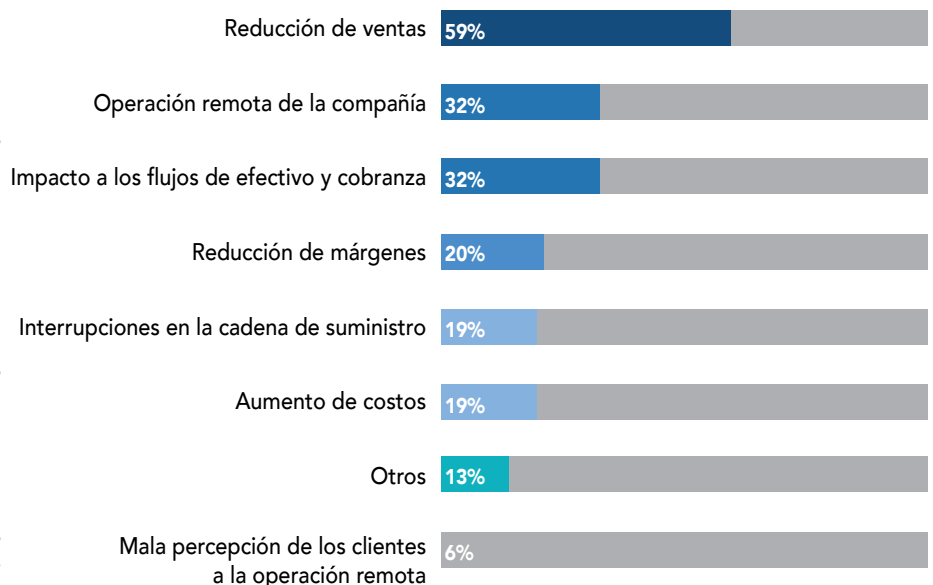
Ante el complicado escenario que enfrenta México por la contingencia y la consecuente recesión económica, es necesario que la industria de TIC replan-

teé sus estrategias, ofertas y soluciones; para ayudar a las empresas a mantener la continuidad de su operación, a responder a los cambios a los que se enfrentará el mercado y a acelerar su recuperación posterior.

De acuerdo a una encuesta realizada por IDC sobre las implicaciones de la Crisis del Covid-19 en el mercado TIC en México, los principales retos operativos que han enfrentado las empresas en su negocio en la contingencia son:



Claudia Medina,
Gerente de Soluciones
Empresariales de IDC México





Ante este panorama las empresas requieren de trazar un plan de acción inmediato integral que contemple tres aspectos fundamentales: Soporte (a clientes, empleados y comunidad), Estrategia financiera y de *marketing* (actual y hacia futuro) y Comunicación abierta (hacia el exterior e interior de la empresa).

Crece tráfico fijo de datos

En contra parte, las telecomunicaciones presentan un crecimiento por arriba de las estimaciones de principios de año, con una proyección promedio de 1.9% por arriba de 2019; al ser los facilitadores de la infraestructura de teletrabajo de empleados, escuelas y hogares en general, mencionó Alberto Arellano, Gerente de Investigación de IDC para este sector.

Proyecciones de crecimiento de los servicios de telecomunicaciones en México

Segmento

Escenarios 2020

Pre Covid-19

Probable

Segmento	Pre Covid-19	Probable
Datos fijos empresariales	3.6%	3.8%
Voz fija empresarial	-0.6%	-1.2%
Internet empresarial	1.9%	2.3%
Móvil empresarial	1.9%	2.3%
Movilidad consumo	3.1%	3.8%
Internet fijo consumo	5.2%	6.3%
Voz fija consumo	-1.9%	0.4%
TV de paga consumo	3.3%	3.8%

Fuente: IDC Telecom Services Database, proyecciones a marzo de 2020.

Además, por la contingencia se espera un incremento en el tráfico fijo de 20 a 30% en 2020, comparado con el año anterior, junto con un aumento en la capacidad de las redes fijas -lo que los operadores le compran a otros *carriers* internacionales de capacidad de transmisión de datos- de 20%.

Dentro de las acciones que se están llevando a cabo, las más importantes son el aumento de velocidad en los servicios de banda ancha fija, algunos operadores móviles están ofreciendo *gigabytes* (GB) adicionales a sus clientes, mientras que los proveedores de *streaming* están reduciendo la calidad de sus contenidos para no saturar las redes, y se está incrementando la oferta y servicios para soluciones de teletrabajo en periodos de prueba y paquetes gratuitos, puntualizó Arellano.

Otro segmento que se verá beneficiado es el comercio electrónico, el cual podría alcanzar un incremento de 60% para productos de electrónica de consumo en 2020 respecto a los resultados de 2019, aunado a una tendencia de crecimiento que ya sucede para productos de la canasta básica y medicamentos. La proyección es que el *e-commerce* se intensifique en abril y mayo, donde el precio será un factor relevante en la decisión de compra y los tiempos de entrega se tripliquen por la demanda.

Por último, Medina mencionó que en el mercado empresarial habrá crecimientos mixtos. Se esperan incrementos en la demanda de servicios en la nube en cualquiera de sus modalidades (IaaS, Paas, SaaS), servicios de TI especialmente los relacionados con soporte remoto, seguridad y nube, y las soluciones de virtualización, comunicación y colaboración.

Como consecuencia de estos cambios, la agenda de los CIO también se modifica para concentrarse en temas como: desarrollo remoto de aplicaciones para mantener la operación de las organizaciones y el teletrabajo; fortalecimiento de sus políticas de ciberseguridad, actualización de la información y revaluación constante de sus proyectos de TIC.

Comienza a maximizar la **eficasia** de tus operaciones, te ofrecemos soluciones personalizadas para tu negocio.



Contamos con la **MEJOR**

EFICASIA
Soluciones Integrales en Centro de Contacto

TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA
para garantizar los mejores resultados.

TECNOLOGÍA Y ELECTRÓNICA

- Email, chat y redes sociales
- IVR Transaccional
- Blaster SMS
- Marcación masiva

TAMBIÉN TE APOYAMOS CON:

- Atención telefónica
- BPO

No importa el giro de tu empresa nosotros te ayudamos a hacer más eficientes los procesos de tu negocio.

EFICASIA
Soluciones Integrales en Centro de Contacto

CONTÁCTANOS: Tel. 5322 0450
E-mail: contacto@eficasia.com

Agencia B12: la vitamina de tecnología y experiencia comercial para elevar tus ventas **B¹²** Tech4Business

Con una exitosa trayectoria de más de 30 años en el mundo de las ventas y la atención al cliente en diferentes países de habla hispana, B12 ha evolucionado hasta convertirse en una empresa de tecnología enfocada a perfeccionar y mejorar los canales de venta de sus socios de negocio.

Agencia B12 combina soluciones de *Contact Center* con Inteligencia Artificial y *Big Data* en un proyecto multinacional desarrollado entre España, México y Perú. Cuenta con *Smart Sales Centers* (SSC), una evolución del centro de contactos omnicanal tradicional, distribuidos en ciudades clave de los tres países: Madrid, Palencia, Valladolid, CDMX, Lima y Trujillo.

Su origen se remonta a unos 30 años atrás en España, siempre vinculados con la generación de ventas. En México inician operaciones en 2014 como único especialista en *Marketing Digital* capaz de ofrecer un vanguardista modelo *end-to-end*, que incluye labores *inbound* hasta el cierre de venta asistido. Actualmente forman parte del *holding* financiero *Rockethall Group*.

En 2019, B12 se asocia con *Strategy Big Data* (SBD), especializada en Análisis de Datos e Inteligencia Artificial, con lo que refuerzan su apuesta por la tecnología para ofrecer soluciones de negocio llave en mano a compañías de sectores masivos, con gran éxito en sectores como telecomunicaciones, seguros, banca, salud, educación entre otros.

Modelo *Smart Sales Center*

Sin duda uno de los elementos que ayudó a consolidar su presencia en este país como expertos en maximizar resultados

comerciales con estrategias de *marketing* y telemercadeo alineadas a las necesidades de cada proyecto.

Esta solución es consecuencia directa de la unión entre B12 y SBD, donde se aprovecha la tecnología para perfeccionar modelos predictivos de un centro de contacto convencional, a fin de mejorar el rendimiento de cada campaña. *Big Data* e Inteligencia Artificial se convierten en herramientas para diagnosticar mejor al cliente y permitir a los agentes dar una respuesta acorde a cada exigencia.

Su SSC detecta patrones de comportamiento y analiza variables al momento para unir al cliente y al agente más afín. Con ello se proporciona una mejor experiencia. Al mismo tiempo se optimiza la conversión, lo que genera audiencias satisfechas y vendedores motivados, elevando con ello el porcentaje de éxito.

En este centro de ventas inteligente han sabido aprovechar técnicas de aprendizaje especializadas para cada sector: "Tenemos tecnología propia de *Speech to Text* que usamos para extraer información útil de cada contacto. De esta forma, las variables de asignación del algoritmo del SSC se optimizan y realimentan en tiempo real", afirma David Pérez Buey, *Country Manager* de B12 México.



David Pérez, *Country Manager* de Agencia B12 México.

Casos de éxito

El año pasado cerraron con una inversión en medios digitales superior a \$75 millones de pesos, como parte de sus campañas para aumentar las ventas de sus clientes, con porcentajes incrementales de entre 15% y 20%, dependiendo de la industria. Estos logros fueron conseguidos gracias a su portafolio de productos que incluye:

- **Digital end to end +:** solución exclusiva e integral. Ofrece estrategias 360 para generar *leads* y cerrar la venta en su SSC.
- **Atención comercial y gestión de clientes:** tienen un sistema de clusterización de usuarios y agentes para mejorar la experiencia del cliente. Abarca soporte técnico, gestión de incidencias, cobros, encuestas de satisfacción, colas de llamadas y teleasistencia especializada.
- **Retención y fidelización de clientes:** recomendada para conocer mejor a la audiencia y anticipar sus acciones. Usa modelos predictivos de *Machine Learning* y *Data Mining* para elevar la satisfacción del cliente.



- **Big Data e Inteligencia Artificial:** soluciones hechas a la medida para atender necesidades específicas. Es posible gracias a la plantilla profesional de su laboratorio tecnológico SBD, donde hay arquitectos de *Big Data*, administradores de *clusters*, científicos de datos, expertos en visualización y ciberseguridad.

Un ejemplo destacable de estas propuestas es lo hecho para TUI *Destination Experiences*, uno de los mayores grupos turísticos a nivel mundial. Para ellos diseñaron el proyecto AIR (*Artificial Intelligence Response*), que proporcionó una solución para mejorar el trabajo.

“Estamos muy contentos con el resultado del Proyecto AIR en TUI Group, ya que al automatizar la identificación y respuesta a sus clientes le trajo mayor eficiencia y, por ende, optimizó su operación para conseguir más ventas.” - David Pérez, *Country Manager* de Agencia B12 México.

En este caso el desafío era mejorar la atención al cliente y su percepción sobre el servicio brindado; al mismo tiempo, implementar nuevas tecnologías (Inteligencia Artificial + *Machine Learning*). El grupo estimaba que el tiempo de respuesta por chat era largo y el volumen de llamadas en temporada alta suponía mucho tiempo de sus agentes, sobre todo en temas que no generaban ganancias.

Ante este problema se analizaron las consultas más frecuentes para crear grupos de categorías y se decidió enfocarse en un grupo que suponían más del 25% de las interacciones. Con ello se diseñó una plataforma de *Contact Center* virtual y un *chat/call bot* que identificaba al cliente que llamaba y en segundos recopilaba su información de reserva, con lo que era capaz de resolver dudas al momento o derivarlo con un agente humano si fuese tema complejo.

Beneficios:

- Ahorro de tiempo y costos de agentes y *call center* al automatizar más del 30% del volumen de tráfico.
- Mejora de la percepción del cliente y del *Net Promoter Score* (NPS), que mide la lealtad del usuario.
- Integración de omnicanalidad para dar servicio por *chat*, app móvil, Redes Sociales y teléfono.
- Reducción del tiempo de respuesta y espera por parte del cliente.

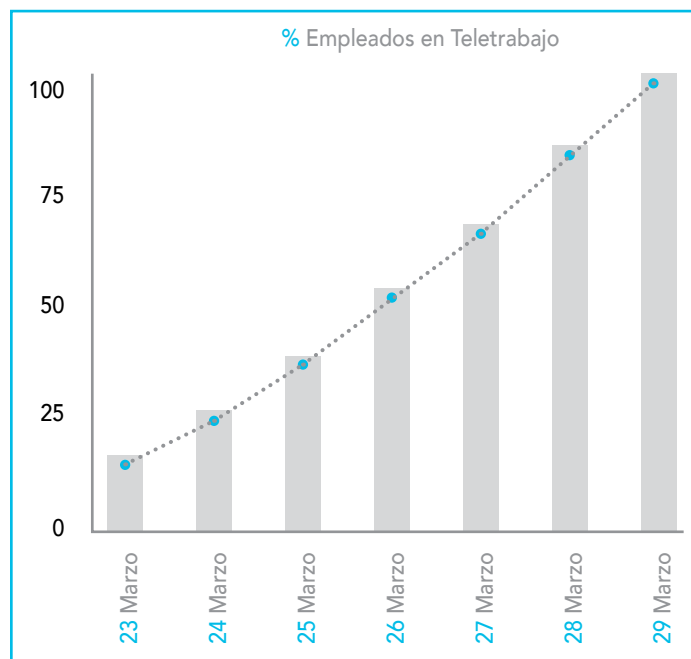
Vitamina para tu negocio en una crisis

En el marco de la crisis sanitaria global por la pandemia del Coronavirus, B12 tuvo una respuesta oportuna y aplicó todos los protocolos necesarios para proteger a sus colaboradores y atender los lineamientos impuestos por las autoridades, a fin de facilitar el trabajo a distancia y mantener sus compromisos comerciales.

Al respecto comenta David Pérez: “Gracias a la tecnología que poseemos fuimos pioneros en el país en migrar toda la operación de nuestro *Smart Sales Center* a la modalidad *Home office* en tiempo record y cumpliendo con los más altos estándares de seguridad de la información”.

En números concretos, fueron capaces de migrar con éxito y de forma paulatina a 500 colaboradores en total, todo ello en cosa de una semana y lo mejor, lograron mantener los niveles de efectividad en sus operaciones.

Es por ello que, después de una crisis como la que COVID-19, Agencia-B-12 pone a disposición sus soluciones para incrementar ventas y procurar salvar los objetivos comerciales de este complicado 2020. Así que ¿tu negocio necesita una dosis de ventas y tecnología para librar el año?



Por qué hoy el trabajo remoto es más importante que nunca



Maggie Bautista,
Directora de Marketing
de Avaya México

El mundo cambió. Una emergencia sanitaria global nos exige permanecer en casa separados de nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo y de toda la comunidad. De pronto, la tendencia del trabajo remoto o virtual que crecía paulatinamente, sobre todo en países como el nuestro, se tuvo que adaptar y hacerla funcionar de forma inmediata y eficiente.



Antes de vernos obligados a mantener distancia entre las personas, las estadísticas decían que únicamente cuatro de cada 10 empresas en México permitían esta modalidad de trabajo y son muchas las razones de ello, probablemente la más fuerte sea por un tema generacional.

La mayoría de las personas que ocupan un puesto gerencial son precisamente ejecutivos que transcurrieron los primeros 10 o 15 años de su vida laboral justo en la época en la que la tecnología no daba para imaginar siquiera en trabajar desde casa y además ser productivo, y que tal vez consideran que hacer *home office* es una forma de incumplir con las actividades laborales por prestar mayor atención a las personales.

Pero las nuevas generaciones son un poco más conscientes acerca de los beneficios de la tecnología que les rodea y el por qué hacer trabajo remoto representa más una ventaja que desventaja. Ellos entienden y valoran que una oficina virtual puede ser igualmente productiva, si no es que más, y puede permitir una vida más equilibrada. Se dan cuenta de que los beneficios de una oficina virtual no son solo para quienes hacen el trabajo, sino también para la empresa e incluso para el medio ambiente. Se proyecta que para 2020 los *millennials* representen el 35 por ciento de la fuerza laboral mundial y se dupliquen para 2024. En México hay alrededor de 39 millones de ellos. Según Deloitte el 75 por ciento de *millennials* preferiría trabajar desde casa donde creen que serían más productivos.

Hace 10 o 15 años realizar trabajo virtual no hubiera sido rentable (ni siquiera imaginable) ya que, como recordarán, cuando comenzaron los celulares las llamadas tenían un costo elevado, además de que no eran accesibles para todos. Vamos más atrás en el tiempo con los famosos "Bipers" los cuales funcionaban solo para mensajería unidireccional; no existían los medios de mensajería instantánea y por supuesto no había videollamada. En esos tiempos era comprensible que se exigiera la asistencia diaria a una oficina física ya que no se contaba ni la tecnología ni los medios que existen ahora para comunicarse y colaborar.



Hoy las tecnologías existentes brindan infinidad de posibilidades. Podemos responder un e-mail desde el teléfono celular, tomar una videollamada desde el otro lado del mundo con soluciones como Avaya IX Workplace y Avaya Spaces que proporcionan todos los canales de comunicación tales como videollamada, llamada de voz y mensajería instantánea en una sola herramienta que puedes instalar en cualquier dispositivo móvil.

Asimismo, dispositivos nos permiten disfrutar de una interface gráfica tipo "touch screen" con aplicaciones de productividad y comunicación en nuestro escritorio, o bien, transformar de manera muy rápida nuestra oficina en casa en una sala de videoconferencias que gracias a su simplicidad de instalación los usuarios pueden fácilmente conectar una cámara inteligente a la pantalla y disfrutar de la experiencia de colaboración remota mediante una red inalámbrica con acceso a internet en cuestión de minutos.

El trabajo remoto brinda innumerables ventajas a aquellos que la ejercen, tales como: reducción de estrés, reducción de tiempo en tráfico (en promedio 24 horas al mes en ciudades como la CDMX), reducción de costos en transporte hacia la oficina, aumento de productividad y reducción de costos fijos para las compañías como el consumo de electricidad, agua o gastos de infraestructura, y ¿a qué empresa no le gusta ahorrar dinero? Imagine cuánto ahorro habría para aquellas compañías que actualmente están proporcionando cupones de gasolina o pagando estacionamiento a sus empleados, si se permite al menos un día a la semana de trabajo remoto.

A partir de ahora el entorno laboral nunca más volverá a ser como antes. Nos hemos transformado y hemos demostrado que juntos y a través de buenas estrategias, prácticas y herramientas tecnológicas de comunicación y colaboración podemos hacer que el trabajo remoto siga en aumento y sea ya una realidad en las empresas y un beneficio personal, emocional y económico para todas nuestras comunidades.

www.konexo.mx



Centro de Contacto/BPO y KPO
comprometido con los objetivos estratégicos de nuestros socios de negocio, a través de la atención personalizada, operando con soluciones innovadoras y propuestas de valor sustentadas en el análisis de información derivado del servicio ofrecido en instalaciones de nivel mundial



Servicios

- Atención y soporte a clientes
- Fidelización y Retención
- Soporte técnico
- Atención a clientes de alto valor
- Encuestas de servicio
- Planes de lealtad
- Telemarketing
- Cobranza
- Redes Sociales
- WhatsApp
- Videokioskos
- Biométrico
- Click2call
- Click2video
- Reconocimiento de Voz



Soluciones

Nuestras soluciones de contacto están enfocadas a la satisfacción total de nuestros socios comerciales realizando experiencias memorables en cada contacto con sus clientes finales.

Ponemos a disposición todos los canales de contacto disponibles en la industria acorde a las preferencias de cada cliente.

- Canales de Voz
- Interactivos
- Digitales
- Back Office

Certificaciones

Llámanos sin costo al:
55 3225 8060

Av. Las Cañadas No. 140,
Fraccionamiento Tres Marias,
C.P. 58254, Morelia Michoacán





Gloria Cabero,
Directora de Marketing
para SAS México,
Caribe y Centroamérica

Mujeres en analítica, rompiendo paradigmas



Escuchamos con frecuencia que las mujeres se están empoderando. Las vemos asumiendo roles de liderazgo en prácticamente todas las disciplinas: política, economía, investigación, astronomía, literatura y tecnología, por mencionar solo algunas. Se podría afirmar que hoy sus capacidades laborales e intelectuales están a la par de las de sus contrapartes masculinas.

No obstante, aún existe una brecha importante que debe cerrarse en lo que se refiere a las posiciones que ocupan y los ingresos que obtienen. De acuerdo con la División de Género y Diversidad el Banco Interamericano de Desarrollo, el 36% de la fuerza laboral de las 20 ocupaciones mejor remuneradas corresponde a mujeres, en tanto que en las 10 profesiones que reciben el menor salario, el porcentaje se eleva a 64%.

Revertir estas condiciones de la noche a la mañana no es sencillo; es necesario que se empareje aún más el piso para que ambos géneros se desarrollen, y enfatizar la importancia de que las mujeres tengan acceso a mayores niveles de educación y oportunidades. De igual forma, que ellas mismas se atrevan a más e incursionen en áreas que por mucho tiempo se ha creído son de dominio exclusivo del sexo opuesto.

Una de esas áreas es la de STEM (*Science, Technology, Engineering, Mathematics*, por sus siglas en inglés) que conjunta dominios como la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas, la cual ha cobrado aún mayor relevancia con el arribo de la Era Digital. Escudriñar y obtener *insights* de las enormes cantidades de datos que se generan día con día, e innovar constantemente, requieren de grandes niveles de conocimiento y una fuerza laboral altamente capacitada.

Por fortuna, hemos observado en los últimos años un creciente interés de niñas y adolescentes por estudiar algunas de las ramas de STEM. Y más aún, especializarse en analítica de datos, como resultado de un cambio radical de paradigmas y de iniciativas públicas y privadas como Movimiento STEM, Beca SAS y Mujeres en la Analítica.

Sabemos que en el camino las mujeres nos hemos enfrentado históricamente a obstáculos importantes como la discriminación, las normas sociales, y las expectativas de su género, así como a la falta de oportunidades, brechas salariales y hasta ambientes laborales hostiles; pero también que estamos demostrando nuestra fortaleza y talento, reconocemos y tomamos como modelo a seguir a todas aquellas mujeres que se han abierto paso y se han forjado un lugar en el mundo de la tecnología.

Es importante resaltar que queremos llegar ahí no para cumplir con una cuota de género, sino por méritos propios y porque los hombres como las mujeres poseemos igualmente las capacidades, el talento y la visión para resolver problemas y desarrollar soluciones efectivas de negocio.

La diversidad y la inclusión son parte de nuestra cultura organizacional. Estamos convencidos de que un mundo más equitativo, en el que haya más oportunidades para todos, es el escenario perfecto para el crecimiento y mejoramiento de la sociedad y la economía en su conjunto.

Alentamos constantemente a las mujeres para que logren sobresalir en su trabajo y, al mismo tiempo, cultiven sus vidas personales a través de programas como *Women's Initiative Network* (WIN). En él, las participantes fungen como embajadoras de la compañía y sus carreras en STEM, compartiendo su tiempo y experiencia para desarrollar capacidades de liderazgo entre sus colegas, ampliar las redes profesionales y atraer a más mujeres a la ciencia y la tecnología.

De igual forma, hemos recibido año tras año el reconocimiento *Best Workplace for Women* que otorga la revista Fortune. Hoy, 40% de los puestos de alto nivel en SAS son ocupados por mujeres.



Las mujeres seguimos empoderándonos, nos estamos atreviendo a rebasar los límites, y lo mejor de todo, estamos demostrando con acciones reales que la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas también forman parte de nuestro ADN. 



Soluciones:

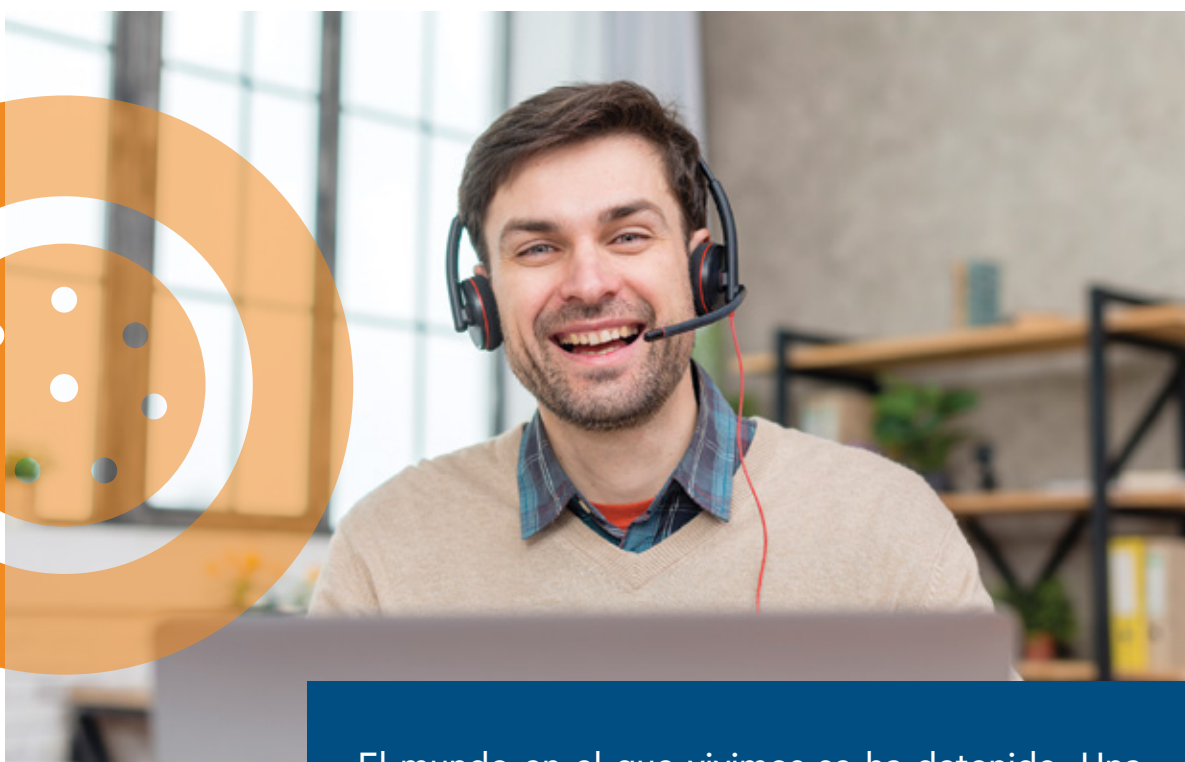
- Automatización de Procesos
- Telefonía Enterprise
- Analytics multicanal
- Soluciones para Call Center
- Prevención de Fraudes
- Grabación
- Autenticación de huella de voz



Patriotismo #767 Edificio A-101
Col. Mixcoac, CP 03910
Ciudad de México
Telf. 55 5669 0939
55621 -13076
ventas@ahksystems.com



Agentes remotos, la solución inteligente para un mundo en constante cambio

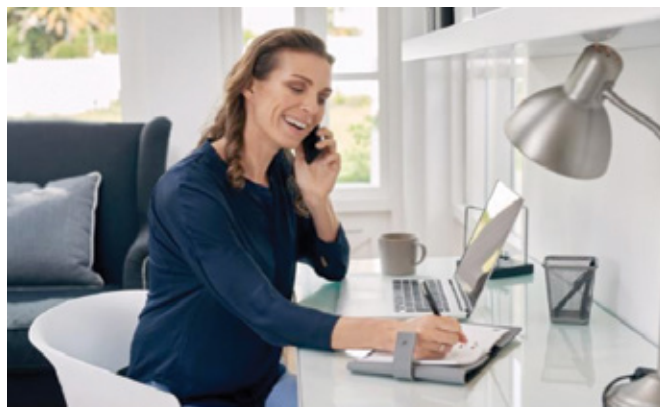


El mundo en el que vivimos se ha detenido. Una contingencia sin precedentes en la historia nos está obligando, por el bien de todos, a evitar al máximo, siempre dentro de lo posible, el contacto con nuestros seres queridos, nuestros amigos, nuestros clientes y proveedores... algo que hace unas semanas nos hubiera parecido como salido de una novela de terror. Esta pausa nos está obligando a reflexionar sobre el futuro, sobre nuestras prioridades y sobre cómo podremos mantenernos unidos como sociedad.

Estos tiempos han puesto a prueba nuestra resiliencia y nuestra habilidad para poder seguir trabajando juntos. Esta crisis la vamos a vencer juntos.

Para Directo Telecom, nuestra prioridad eres tú y tu gente. Llevamos más de 20 años creando flujos de interacción que protegen tu negocio. Cuidando la seguridad y la salud de tus colaboradores, podemos continuar reforzando y garantizando la productividad de tu empresa a través de mantener la comunicación de nuestros clientes con su público.

En Directo Telecom hemos creado nuestro servicio HOCCA "Home Office Call Center Agent", una plataforma de marcación para resolver la necesidad de conexión entre tus agentes, el centro de contacto y tus clientes. Tus agentes, sin necesidad de estar en el centro de contacto, pueden hacer, recibir y transferir llamadas desde la seguridad de su casa, incluso sin tener una computadora a la mano o conexión a internet, ya sea desde un *smartphone*, un teléfono fijo o un teléfono celular común.



Hoy más que nunca nos enorgullece poder ofrecerte seguridad, certeza y confianza para que tu negocio no se detenga.

Hoy más que nunca reafirmamos que nuestra misión es continuar innovando en el acceso a redes telefónicas poniendo por delante el bienestar de nuestros clientes y sus empleados.

Hoy más que nunca Directo Telecom está contigo.



HOCCA
Home Office Call
Center Agent

En tiempos como estos, el mundo pone a prueba nuestra unión como sociedad y la habilidad de continuar trabajando juntos.

Es por esto que Directo ofrece **HOCCA**, una plataforma de marcación para resolver la necesidad de conexión de agentes remotos con el centro de contacto y sus clientes.

Los agentes remotos podrán seguir atendiendo llamadas aun sin el apoyo de una computadora o conexión a internet.

Permite que te apoyemos con la continuidad de tu negocio:
info@directo.com



Telefonía
Núm 800 y DIDs



Grabación
de llamadas



SMS y Blaster



Plataforma de marcación
Contact Center (Saas)



Directo

Directo Telecom S.A. de C.V.

Presidente Masaryk 29 ● Piso 8 ● Polanco ● Miguel Hidalgo ● CP 11560 ● CDMX
www.directo.com ● sales@directo.com

Human & Data Connected World

Durante la preparación del 24° *Global Customer Experience Forum 2020*, se analizaron los temas a tratar durante el evento y cuál sería el "lema" que reflejara la nueva tendencia mundial, así surgió *Human & Data Connected World*, sin saber en aquel entonces que cuando se realizara el Congreso este lema sería un acierto por el momento que estamos viviendo en esta pandemia por el Covid-19. Gracias a las herramientas tecnológicas es posible seguir trabajando desde nuestros hogares, continuar con la comunicación entre miembros de familias e incluso realizar actividades que antes no imaginamos hacerlas en línea.

A sí, del 9 al 11 de marzo el Instituto Mexicano de Teleservicios llevó a cabo el 24° *Global Customer Experience Forum 2020*, en el Hotel Camino Real Polanco, en la Ciudad de México, con la participación de 16 países y en el que se llevaron a cabo 8 talleres especializados, 21 conferencias académicas, 4 presentaciones de soluciones y 3 paneles. Cabe hacer notar que en la transmisión vía web del congreso hubo 23,441 conexiones en 20 países.

Desde el momento en que Ma. Eugenia García, Directora General del IMT dio la bienvenida, el tema que enmarcó el evento fue tomando prioridad: *Human & Data Connected World* y dejó atrás a la pandemia del coronavirus.

Mientras se presentaba al presidium, los asistentes eran impactados con la gran y atinada imagen de humanos y datos en combinación, desarrollo y movimiento. Asimismo, se reconocía a patrocinadores, *media partners*, auspiciadores y empresas participantes al presentar constantemente sus logotipos.

Como es costumbre, se entonó el himno nacional por parte de todo el público que permaneció de pie hasta el momento en que Ma. Eugenia García agradeció la presencia de Carlos Funes, Presidente Nacional de la Canieti; Gabriel Rodríguez, Director de Avaya México; Rodrigo Sánchez, *Country Manager* México de Infobip y Marisol Rumayor, CEO y cofounder de Disruptive GovLabs, al igual que de todos los asistentes.

Presentó cifras y características del entorno de *Customer Experience*, CX, y cedió la palabra a Carlos Funes quien felicitó al Instituto por su activa participación y contribución al crecimiento de la industria. Dio por inaugurado el evento no sin antes invitar a llevar a cabo acciones concretas para hacer frente a cualquier reto.





Rodrigo Sánchez, Country Manager México de Infobip; Carlos Funes, Presidente Nacional de la CANIETI; Ma. Eugenia García, Directora General del IMT; Gabriel Rodríguez, Director de Avaya México y Marisol Rumayor, CEO y co funder de Disruptive GovLabs.

Lalo Duron, *founder* de BIG Ingeniería de Marketing, presentó su conferencia “Human & Data Connected World”, llevando de la mano a los presentes, con su elocuencia, sencillez, simpatía y creatividad, por los caminos que transita el cliente. Hizo hincapié en que clientes internos y externos buscan felicidad en este mundo digital.

Uno de los paneles que se presentaron durante el evento fue el de “Mujeres transformando la industria” tema por demás importante dado el paro nacional de mujeres en México que se llevó a cabo un día antes de la conferencia, el 9 de marzo.

Entre las participantes estuvieron Rosy Barreiro, Karina González, Laura Olivas y Ana Karina Quessep. Es valiosa la participación de las mujeres en los puestos directivos de las empresas dada su empatía, humildad de reconocer cuando se requiere ayuda, capacidad para hacer alianzas, intuición para formar equipos, autenticidad, asertividad y compromiso con el objetivo. Sin embargo, a la mujer le cuesta trabajo atreverse y aprender en el camino. A la mujer le falta creer en sí misma y se auto limita, necesita callar la voz que la sabotea para arriesgarse. El hombre puede postularse a empleos sin contar con el perfil, con la seguridad de que irá adquiriendo las habilidades requeridas. Reconocer riqueza en las diferencias es la clave para que la inclusión implique crecimiento. La diversidad potencia el valor de las organizaciones.

En su charla Manuel Torres, director de Ingeniería, Avaya Caribe y LATAM, “La evolución del self service hacia las experiencias conversacionales”, señala tácitamente que la voz resurge en la actualidad porque el ser humano requiere su uso. Ejemplo es la aparición de Alexa, Siri, Google Now y Cortana. Describe en forma clara y amena las características ideales de las experiencias conversacionales.

Bajo el nombre “Inteligencia artificial y el futuro del contact center”, Pilar Mercado, directora de ventas de Google Cloud, reúne información acerca de cómo la inteligencia artificial renueva y revoluciona la experiencia de atención a usuarios. Asienta que la tecnología basada

en algoritmos de árbol no ha sido la ideal y describe el dolor del cliente al tener que repetir sus requerimientos y el sufrimiento del agente para contar con información adecuada. Concluye que la mejor experiencia es en la que se utiliza el lenguaje con el que una persona se comunica. Presenta la solución de Google que incluye: bot con lenguaje natural o agente virtual, atención 7x24, transferencia de conversación al agente con todo el contexto, conexión con los sistemas de la empresa para dar respuesta y un motor que permite dar insights.

El cierre estuvo a cargo de Clara Kluk, consejera en Grupo PIENSA y K&B Innovation Consulting. Experta en procesos de creatividad, innovación y liderazgo, comienza diciendo que ante la adversidad lo que se necesita es suerte. Para ayudarla se requiere confiar en: nuestras ideas y convertirlas en soluciones, que podemos ser líderes de otros y tenemos alternativas. La explicación acerca de conexiones forzadas, que consisten en dar a algo un sentido diferente, fue la base para invitar a los asistentes a la reflexión personal.

El intercambio de experiencias durante las comidas, brindis y networking, así como compartir la vivencia de escuchar música, contar con momentos de reflexión y meditación, incitaron al intercambio de ideas y la búsqueda de crecimiento interior. Ahora, más que nunca, *Human & Data Connected*.

Finalmente, Ma. Eugenia García agradeció a la concurrencia, al equipo del IMT, técnicos y colaboradores del hotel por su apoyo para la realización del congreso. Reiteró el compromiso por seguir impulsando el desarrollo de eventos de encuentro con colegas para intercambiar las mejores experiencias, compartir retos y reunirse nuevamente con gusto como desde hace 24 años.

PATROCINADORES ORO



OTROS PATROCINADORES





Administración del CC; Indicadores clave de Customer Experience.
Impartido por: Víctor Pimentel
Eficasia



Innovación comercial disruptiva
Impartido por: Ivette Flores
Sykes



Customer Experience Design
Impartido por: Eva Guerrero
Anzar CX



Employee Engagement: gestión y retención de talento.
Impartido por: Gabriela Bravo
Self Management Group



Marketing Digital basado en analytics
Impartido por: Eduardo Garcés
L'Oréal



DX-Transformación Digital y su impacto en Customer Experience
Impartido por: Valentín Valle
COVAX



Mejores practicas para el uso de WhatsApp en atencion a clientes
 Impartido por: Armando Sámano
 Cuentas Estratégicas



Alta Dirección y gestión estratégica del CC
 Impartido por: Eduardo Castillo
 Magna Tempus

Reseña Fotográfica



Martín Urrutia, Director de Auronix.



Lalo Duron, Fundador de Big, ingeniería de Marketing.



César Rojas, Angélica Beltrán y Alexander Madariaga.



Carlos Funes, Presidente Nacional de la CANIETI.



Jorge Castañeda, Martha Cepeda, Adriana Rosales y Nayeli Bertado.



Oscar Pablo Torres, CIO y Co-Fundador de S1 Gateway.





Iván Salas, Norma Pineda y Raúl Carselle.



Sergio Maya, Adriana Romero, Dalila Espinoza, Sergio Olvera, Damián Uribe y Bruno Zárate.



Jorge Mejía, Paula Mejía, Carlo Costanza y Oriol Biosca.



Sergio Andrés Contreras y Daniel Roberto Carvajal.



Rich Communication Services (RCS)

Interactuar con sus clientes usando contenido enriquecido, con su marca, y mensajería móvil nativa.



Incremente las tasas de conversión



Incrementar la satisfacción



Libere la carga del canal de atención al cliente



Crear experiencias de marca

Infobip también ofrece los servicios de:



WhatsApp



SMS



Email



Voice

Para más Información contáctanos al correo **eventos_mexico@infobip.com** o al número **+52 55 5274 1577**



Karina González, Directora General adjunta del CC de Banorte; Ana Karina Quessep, Executive President Asociación Colombiana de BPO; Laura Olivas, Directora General de Telvista y Rossy Barreiro, Directora General de DECSA Consultores.



Pilar Mercado, Directora de Ventas, Google Cloud.





Manuel Ramírez, Alejandro Hamed, Valeria Fachetti y Alejandro Crivelli.



Ramón Santoyo, Presidente de grupo Telcel; Yesenia Menesses, Country Business Manager, Myappsoftware; Rogelio Álvarez, Presidente de AsisMed; Roberto de la Mora, Director de adopción de Soluciones & CTO, Microsoft.

NICE

TELNORM

Coctail networking

Para presentar las nuevas soluciones que tiene NICE para el mercado mexicano, patrocinó junto con Telnorm un *coctail networking* donde se reunieron un grupo selecto de invitados, dentro del marco del 24° Global ContactForum 2020.

Lourdes Adame Goddard

En un exclusivo *coctail* que reunió a más de 70 personas, NICE proyectó un breve video en el que compartió cómo la automatización asistida desempeña un papel clave para ayudar a las organizaciones a lograr sus planes de transformación digital. Las soluciones de automatización robótica presentadas por NICE tienen nuevas características que agilizan la implementación de la automatización asistida y la colaboración entre humanos y robots, con el objetivo de que las empresas se beneficien de empleados más comprometidos, brinden mejores experiencias a los clientes y logren mayor productividad.



Vinicius Siqueira, Marketing Coordinator LATAM; Norma Pineda, Regional Director Northern Cone NICE e Ingrid Amstalden Imanishi, Directora de aplicaciones avanzadas NICE.





Raúl Carselle, Ingrid Amstalden, Álvaro Linas, Tomás Espinoza, Vane Sánchez, Alejandro García, Orlando Enriquez, Erick Mazadiego y Vinicius Siqueira.



Alejandro García, Director de Telnorm México.



Xochitl Flores, Sara Tiznado, Norma Pineda y Rebeca Bey.



Gonzalo García, Juan Luis Martínez, Juan Carlos Rivera, Jesús Gallo y Carlos Álvarez.



Ricardo Sosa, Claudia Abrego y Miguel Abrego. 

Para una gestión completa del *Customer Journey*



Son cuatro los aspectos de valor para una gestión de *customer journey*: conectar, distribuir, gestionar y medir; así lo presentó Christopher Amparo, *Sales Channel Director* de Altitude Software, en un desayuno *networking* dentro del 24° Global CX Forum.

Amparo explicó que la oferta de *Altitude Xperience* consiste en:

- **Conectar** e identificar al cliente en el momento del contacto con una solución omnicanal completa: voz, chat, redes sociales y cualquier otro medio existente.
- **Distribuir**. Aplicar inteligencia a la distribución de interacciones.
- **Gestionar**. Optimizar el costo de manejo y maximizar los resultados.
- **Medir** la eficiencia y la calidad de las interacciones con los clientes.

Altitude Software es especialista en *customer engagement* y en la gestión inteligente de las interacciones digitales generadas a lo largo del *customer journey*. Actualmente, cuenta con 500 clientes activos y 100 *partners* en todo el mundo. Son más de 220 mil agentes utilizando su *software* en 10 millones de interacciones al día.



Christopher Amparo, *Sales Channel Director* en Altitude Software.

EDICIÓN 15

PREMIO NACIONAL

Excelencia en la Experiencia del Cliente y Centros de Contacto



Lourdes Delgado

EL pasado 10 de marzo, en el marco del 24° *Global Contact Forum*, se dieron cita las organizaciones más representativas de Customer Experience e interacción con clientes, a la ceremonia de premiación de la Décimo Quinta Edición del Premio Nacional Excelencia en la Experiencia del Cliente y Centros de Contacto, reconocimiento anual que otorga el IMT como símbolo de prestigio y distinción, y que busca impulsar la competitividad y profesionalización de las empresas y el talento que conforma este sector.

Antes de iniciar con la ceremonia de premiación, Ma Eugenia García Aguirre, Directora General del IMT, llamó a la concurrencia a hacer un paréntesis en la celebración y propuso dejar su rol como directora del IMT para hablarles como Ma. Eugenia y brindar un homenaje a las mujeres: "Todos tenemos una mujer o un grupo de mujeres a las que admiramos, que nos inspiran, que nos hacen 'quitarnos el sombrero'. Los invito a que cada uno de nosotros, en ese cartel que tienen en sus asientos, escriban el nombre de una mujer a la que quieran honrar, muestren su cartel a los demás y simbólicamente pongámonos de pie".

A continuación, Ma. Eugenia García, entregó el Reconocimiento Anual a la Personalidad del Año 2020, que se trata de un reconocimiento especial para quién destaca por su gran trayectoria y contribución en nuestra industria. Durante su discurso comentó: "Este año queremos reconocer a alguien a quién le distingue su gran liderazgo, visión estratégi-



Alejandro Canasi, Director General de Eficasia.

ca y ética integral, a lo largo de más de veinte años ha realizado grandes aportaciones a la industria, hoy lidera de manera exitosa una empresa 100% Mexicana que se ha distinguido por sus excelentes prácticas corporativas, y nuevas formas de hacer negocio, generando más de 30 mil empleos en diferentes mercados nacionales e internacionales", así presentó a Alejandro Canasi, quien actualmente dirige a la empresa Eficasia.

Además, agradeció a todas las empresas que participaron en el Premio, por compartir con la industria sus estrategias y logros, por romper paradigmas y contribuir a forjar un México más competitivo, mencionó que en estas 15 ediciones se han reconocido a más de 820 casos de éxito de más de 405 organizaciones; tan solo este año se evaluaron 225 casos pertenecientes a más de 50 empresas. Resaltó la aportación y experiencia del Instituto del Fomento a la Calidad Total, y a todos los miembros del Jurado por su gran labor, al destinar su valioso tiempo para evaluar cada uno de los casos inscritos, y agradeció de manera muy especial a los patrocinadores de este año: RT4, Genesys y Verint, ya que, gracias a la confianza y apoyo de los patrocinadores, así como la aportación del jurado fue posible celebrar una edición más de este importante Premio.



Otro momento de gran significado dentro de la ceremonia de premiación, fue la presentación de la Orquesta Iberoamericana, dirigida por Lizzy Cenicerós, quien además de directora de orquesta, encabeza la Fundación "Manos a la Obra", con la que el IMT hizo pública una alianza, al respecto, Ma Eugenia García comentó:

"Vamos a trabajar en construir propuestas culturales que sumen a la sostenibilidad del sector, ofreciendo alternativas innovadoras que impacten en disminuir la rotación y aumentar el *engagement* de nuestros colaboradores, mediante la formación de orquestas en sus empresas".

La ceremonia de premiación finalizó con un coctel de celebración dedicado a todos los ganadores, para compartir con ellos la alegría y satisfacción al ser merecedores de este galardón. Distintas organizaciones que han resultado ganadoras en más de una edición a lo largo de la historia del Premio Nacional coinciden en que una de las claves para lograrlo, es iniciar de manera muy temprana y al interior de la organización con el proceso de participación, es decir, incitar a sus equipos de trabajo a la generación de ideas, enfocadas en mejorar la experiencia del cliente, y establecer las métricas que contribuyan a proyectar sus resultados.





Orquesta Iberoamericana dirigida por Lizzy Ceniceros.



Ma. Eugenia García recibe el reconocimiento al IMT de Empresa Culturalmente Responsable de manos de Vania Chávez, directora ejecutiva de la orquesta Iberoamericana.

EDICION 15

PREMIO NACIONAL
Excelencia en la Experiencia del Cliente y
Centros de Contacto



MEJORES ORGANIZACIONES

Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector BPO-KPO-ITO

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Eficasia Nombre del caso: Código infarto - ¿Qué dice tu corazón?	Empresa: Konexo Contact + Solution Center Posadas Nombre del caso: Conversa Konéxito	Empresa: Eficasia Nombre del caso: Ponte cómodo que nosotros te ayudamos a transaccionar

Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector Financiero y Seguros

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Grupo Financiero Banorte Nombre del caso: Mexicanos fuertes. De lo ordinario a lo extraordinario	Empresa: Citibanamex Seguros Nombre del caso: Un gran servicio es un gran ahorro	Empresa: Citibanamex Seguros Nombre del caso: NPS de clase mundial

Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector In Company

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Consejo Ciudadano Nombre del caso: DISI a los mensajes, DISI a la ayuda, DISI a la vida	Empresa: TELETRAC Nombre del caso: Iluminando el camino con experiencias memorables	Empresa: SAMSUNG Nombre del caso: Un Servicio tan único como tú

Mejor Estrategia de Ventas

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Banco del Bajío Nombre del caso: Atiende, enfocado en el servicio con resultado en ventas	Empresa: HELVEX Nombre del caso: Abriendo la llave de una experiencia memorable	Empresa: Teleperformance Nombre del caso: Sales Reloaded 2.0 de transacción a venta de experiencia

Mejor Estrategia de Desarrollo Humano, Sector In Company

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: TELETRAC Nombre del caso: Iluminando el camino con experiencias memorables	Empresa: Salud Digna Nombre del caso: Training ABC	Empresa: Citibanamex Seguros Nombre del caso: Esquema Integral de Capacitación

Mejor Estrategia de Desarrollo Humano, Sector BPO-KPO-ITO

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Pentafon Nombre del caso: La diferencia la hacen las personas	Empresa: Muñoz y Asociados Nombre del caso: Educativo - alianza universidad de Guanajuato en línea UVEG	Empresa: Muñoz y Asociados Nombre del caso: Dejando huella

Mejor Estrategia de Operación In Company, Sector Financiero y Seguros

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: HSBC Nombre del caso: Evolución, del servicio a un Profit Center de excelencia	Empresa: American Express Nombre del caso: ¡De México para el mundo!	Empresa: American Express Nombre del caso: Creadores de sinergia para respaldar a clientes corporativos

Mejor Estrategia de Operación In Company

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: TELETRAC Nombre del caso: Iluminando el camino con experiencias memorables	Empresa: GNP Nombre del caso: Una manera innovadora de ajustar el siniestro de autos	Empresa: IZZI Nombre del caso: Gestión automática de decisión

Mejor Estrategia de Operación BPO-KPO-ITO

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Eficasia Nombre del caso: Un modelo de atención digital al alcance del ciudadano	Empresa: Teleperformance Nombre del caso: i-Do consola de negociación	Empresa: TECSA Nombre del caso: Evolución de la venta de gas LP a la era digital



MEJORES ORGANIZACIONES

Mejor Estrategia de Operación Sector Gobierno		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Consejo Ciudadano Nombre del caso: Integrando el uso de WhatsApp a la denuncia ciudadana	Empresa: CONDUSEF Nombre del caso: Jóvenes trascendiendo en la vida financiera de los ciudadanos	Empresa: Eficasia Nombre del caso: OMT – Reinventando el modelo de atención médica
Mejor Contribución Tecnológica, Sector BPO-KPO-ITO		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Konexo Contact + Solution Center con Sura Nombre del caso: Kioscos de atención exprés: más allá de una solución digital	Empresa: Muñoz y Asociados Nombre del caso: Automatización de tareas	Empresa: TECSA Nombre del caso: Evolución de la comercialización de gas LP a la era digital
Mejor Contribución Tecnológica		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Grupo Proa Nombre del caso: Salud inteligencia artificial = autoservicio ¡Hoy!	Empresa: Telefónica Movistar Nombre del caso: App Movistar Mx Experiencia del cliente	Empresa: Citibanamex Seguros Nombre del caso: Sistema central de quejas, una implementación sin precedente
Mejor Estrategia de Multicanal / Omnicanal		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: TECSA Nombre del caso: Evolución de la comercialización de gas LP a la era digital	Empresa: SAMSUNG Nombre del caso: El soporte que siempre está contigo	Empresa: Teleperformance Nombre del caso: CP BOT for Whatsapp, revolucionando negocio y atención
Mejor Contribución en Responsabilidad Social		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: HELVEX Nombre del caso: Ahorramos agua, ganamos todos: Programa de distinción al uso responsable del agua	Empresa: Salud Digna Nombre del caso: Octubre rosa	Empresa: Citibanamex Seguros Nombre del caso: Tu póliza te acompaña
Mejor Estrategia de Customer Experience CX		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: SAMSUNG Nombre del caso: Servicio con corazón	Empresa: Teleperformance Nombre del caso: Desde México servicio y experiencia de clase mundial	Empresa: TECSA Nombre del caso: Evolución de la comercialización de gas LP a la era digital
PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0		
ORO		
Empresa: ADT Private Security Services de México Presea: Organización con el mayor crecimiento vs el año anterior		
PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0		
ORO		
Empresa: HDI Seguros Presea: Organización con el más alto puntaje en su primera evaluación		
PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0		
ORO		
Empresa: Konexo Contact + Solution Center Presea: Organización con el más alto puntaje de todas las organizaciones certificadas		



Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector BPO-KPO-ITO



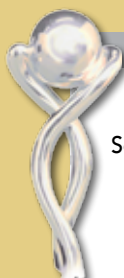
ORO

Empresa:
Eficasia

Nombre del caso:
Código infarto -
¿Qué dice tu corazón?



Martín Barragán, Héctor Vargas, Juan José Flores, Jorge Herrera, Devora Adalid, Claudia Vázquez, Gabriela Borrayo, Eduardo Oropeza, Ricardo Fonseca y Cristian Carrasco.



PLATA

Empresa:
Konexo Contact +
Solution Center Posadas

Nombre del caso:
Conversa Konéxito



Román Tena y Cristina Ornelas.



BRONCE

Empresa:
Eficasia

Nombre del caso:
Ponte cómodo que nosotros
te ayudamos a transaccionar



Cristian Carrasco, Juan Puon, Pedro Montes e Iván Vázquez.

Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector Financiero y Seguros



Héctor Abrego, Cristina Martínez, Karina González y Mirthala López.

ORO

Empresa:
Grupo Financiero Banorte

Nombre del caso:
Mexicanos fuertes.
De lo ordinario
a lo extraordinario



Enrique Granillo, Raúl Rodríguez, Martha Grande, Aidé Ramos, Yulian Gutiérrez, José Rico y Alan Ramos.

PLATA

Empresa:
Citibanamex Seguros

Nombre del caso:
Un gran servicio
es un gran ahorro



BRONCE

Empresa:
Citibanamex Seguros

Nombre del caso:
NPS de clase mundial



Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector In Company



ORO

Empresa:
Consejo Ciudadano

Nombre del caso:
DISI a los mensajes,
DISI a la ayuda, DISI a la vida



Mizraim Partida, Graciano Cruz, Nancy Edith Ayón, Daniela Fernanda Romero, Guadalupe Fernández, Miguel Rodrigo Delgado, Claudia Cyrene Rivera, Francisco Garduño y Amairani Marlene Ramírez.



PLATA

Empresa:
TELETRAC

Nombre del caso:
Un servicio tan único
como tu



Josué Ortiz, Elizabeth Castro, Mariana Álvarez, Adán García, Navil Vázquez, Alfonso del Castillo, Mario Aguilar.



BRONCE

Empresa:
SAMSUNG

Nombre del caso:
Un servicio tan único como tú



Kyungle Rho, Celso Mondragón, Alejandra García, Sang Lik Lee y Sung Hoon Park.

Mejor Estrategia de Ventas



Juan Carlos Rivera, José de Jesús Gallo, Juan Luis Martínez y Carlos Álvarez.

ORO

Empresa:
Banco del Bajío

Nombre del caso:
Atiende, enfocado en el
servicio con resultado
en ventas



Carlos Giordani, José Luis Pacheco, Juan Aguilar, Carolina Melquiades, Adelaida Montes y Salvador Olivares.

PLATA

Empresa:
HELVEX

Nombre del caso:
Abriendo la llave
de una experiencia memorable



César Zapata, Óscar Tiscareño, Luis Fernando Juárez, Alejandro Carmona, Manuel Laborde, Lizeth Cordoba, Gaona y Carlos Escalante.

BRONCE

Empresa:
Teleperformance

Nombre del caso:
Sales Reloaded 2.0 de
transacción a venta de
experiencia



Mejor Estrategia de Desarrollo Humano, Sector *In Company*



ORO

Empresa:
TELETRAC

Nombre del caso:
Iluminando el camino
con experiencias memorables



Mario Aguilar, Elizabeth Castro, Roberto Martínez, Navil Vázquez, Josué Ortiz, Adán García, Mariana Álvarez, Alfonso del Castillo y Víctor Camargo.



PLATA

Empresa:
Salud Digna

Nombre del caso:
Training ABC



Nidia Beltrán, Norma Gabriela Gudiño, Areli Murillo, Rosario López, Cindy Tostado, Abigail Valenzuela y Francisco Corro.



BRONCE

Empresa:
Citibanamex Seguros

Nombre del caso:
Esquema Integral de
Capacitación



Arturo Santiago, Adrián Solís, Antonio Gómez, América San Vicente, Federico Robles, Edith Zepeda, Silvia Cabrera, Norka Lastra, Alan Ramos, Elizabeth Bartolo, Janet Ruiz, Martha Grande, Jessica Medina, Erika Muñoz, Raúl Rodríguez, Enrique Granillo, Marina González, Mónica Sánchez, José Rico, Yulian Gutiérrez, Aidé Ramos, Gerardo Rocha y Andrea Hernández.

Mejor Estrategia de Desarrollo Humano, Sector BPO-KPO-ITO



Filiberto Mondragón, Rolando Blanco, Daniel Gutiérrez, Víctor Quiroz, Irasema Sánchez, Roberto Pintos, Marcelo Herrera y Gerardo Islas.

ORO

Empresa:
Pentafon

Nombre del caso:
La diferencia la hacen
las personas



César Osvaldo Muñoz, Luis Eduardo Rodríguez, Norma Angélica Resendiz y Verónica Velázquez.

PLATA

Empresa:
Muñoz y Asociados

Nombre del caso:
Educativo - alianza universidad
de Guanajuato en línea UVEG



BRONCE

Empresa:
Muñoz y Asociados

Nombre del caso:
Dejando huella



Mejor Estrategia de Operación In Company, Sector Financiero y Seguros



ORO

Empresa:
HSBC

Nombre del caso:
Evolución, del servicio a un
Profit Center de excelencia



Equipo HSBC encabezados por Rodrigo Rueda Raigosa, Director Inbound Contact Center.



Empresa:
American Express

Nombre del caso:
¡De México para el mundo!

**AMERICAN
EXPRESS**



BRONCE

Empresa:
American Express

Nombre del caso:
Creadores de sinergia para
respaldar a clientes
corporativos

**AMERICAN
EXPRESS**

Mejor Estrategia de Operación In Company



Adán García, Mariana Álvarez, Elizabeth Castro, Roberto Martínez, Navil Vázquez y Dafne Meymar.

ORO

Empresa:
TELETRAC

Nombre del caso:
Iluminando el camino
con experiencias
memorables



Laura Solís, Brenda Chávez, Tania González, Nancy Suárez, Carlos Alavez, Marlene Veras, Saúl Martínez, Giovanni Corti, Erick Lozano, Marco Lemur, Ismael Sánchez y Carlos Malanche

PLATA

Empresa:
GNP

Nombre del caso:
Una manera innovadora
de ajustar el siniestro de autos



Luis Alberto López, Job Yoshua Zea, Hugo Enrique Barrera, Ana Michel García y Edgar Gerardo Barrera.

BRONCE

Empresa:
IZZI

Nombre del caso:
Gestión automática de decisión



Mejor Estrategia de Operación BPO-KPO-ITO



ORO

Empresa:
Eficasia

Nombre del caso:
Un modelo de atención digital
al alcance del ciudadano



Karen Rojo, Ricardo Olguín, Miguel Martínez, Omar Mejía, Metzly Zamorano, Paulina López, Adriana Martínez, Verónica Madrigal, Susana López y José Morales.



PLATA

Empresa:
Teleperformance

Nombre del caso:
i-Do consola de negociación



Jared Rivas, Fabricio Garibay, Manuel Laborde, Jeanette Hernández, Humberto Robinson y Hugo Reyes.



BRONCE

Empresa:
TECSA

Nombre del caso:
Evolución de la venta
de gas LP a la era digital



Juan Pablo Ruiz, Rodrigo Sosa y Tomás Villareal.

Mejor Estrategia de Operación Sector Gobierno



Mizraim Partida, Miguel Rodrigo Delgado, Daniela Fernanda Romero, Nancy Edith Ayón, Francisco Garduño, Amairani Marlene Ramírez, Graciano Cruz y Claudia Cyrene Rivera.

ORO

Empresa:
Consejo Ciudadano

Nombre del caso:
Integrando el uso de
WhatsApp a la denuncia
ciudadana



Alejandra Posadas, Luz Hiram Laguna y Mayra Villanueva.

PLATA

Empresa:
CONDUSEF

Nombre del caso:
Jóvenes trascendiendo en
la vida financiera de los
ciudadanos



Cristian Carrasco, María Elena, Héctor Vargas, Jorge Herrera, Jéssica Rayas, Juan José Flores, Claudia Vázquez, Eduardo Oropeza, Ricardo Fonseca, Magdalena Arias y Amaury Sánchez.

BRONCE

Empresa:
Eficasia

Nombre del caso:
OMT – Reinventando el modelo
de atención médica



Mejor Contribución Tecnológica, Sector BPO-KPO-ITO



ORO

Empresa:
Konexo Contact +
Solution Center con Sura

Nombre del caso:
Kioscos de atención exprés:
más allá de una solución digital



Javier Nuñez, Roberto Talavera, José Jaime Lozano, Citlalli Becerril, Cristina Ornelas, José Antonio Valencia, Verónica Hernández, Javier Cárdenas, Paola Noguez, Mercedes Beatriz Sequera, Román Tena, y Christian Román Vargas.



PLATA

Empresa:
Muñoz y Asociados

Nombre del caso:
Automatización de tareas



José Humberto Lévano, Sandra Lagos, Verónica Velázquez, Óscar Hernández, Fernando Nahum Ramírez, Norma Angélica Resendiz, Luis Eduardo Rodríguez, Martín Muñoz, César Osvaldo Muñoz y Alejandro García.



BRONCE

Empresa:
TECSA

Nombre del caso:
Evolución de la comercialización
de gas LP a la era digital



Juan Pablo Ruiz, Rodrigo Sosa y Tomás Villareal.

Mejor Contribución Tecnológica



Emilio Montoya, Linda Arano, Gerardo Islas, Marcelo Herrera, Óscar Valladares, Roberto Pintos, Víctor del Valle, Benjamín Díaz de León, Clara Martínez y Héctor Vázquez.

ORO

Empresa:
Grupo Proa

Nombre del caso:
Salud inteligencia artificial =
autoservicio ¡Hoy!



Mariano Hansen, Ernesto Rincón, Alberto Pascual Cruz, Daniel Guerrero, Karla Castro, Fernando Guerrero, Juan José Avendaño, Alfonso Romero, Itzel Blanco y Fabiola Montiel.

PLATA

Empresa:
Telefónica Movistar

Nombre del caso:
App Movistar Mx |
Experiencia del cliente



Enrique Granillo, Alan Ramos, Raúl Rodríguez y Martha Grande.

BRONCE

Empresa:
Citibanamex Seguros

Nombre del caso:
Sistema central de quejas,
una implementación sin precedente



Mejor Estrategia de Multicanal / Omnicanal



ORO

Empresa:
TECSA

Nombre del caso:
Evolución de la comercialización
de gas LP a la era digital



Juan Pablo Ruiz, Rodrigo Sosa y Tomás Villarel



PLATA

Empresa:
SAMSUNG

Nombre del caso:
El soporte que siempre
está contigo



Kyungle Rho, Sung Hoon Park, Sang Lik Lee y Celso Mondragón.



BRONCE

Empresa:
Teleperformance

Nombre del caso:
CP BOT for Whatsapp, revolu-
cionando negocio y atención



Jared Rivas, Fabricio Garibay, Manuel Laborde, Jeanette Hernández, Humberto Robinson y Hugo Reyes.

Mejor Contribución en Responsabilidad Social



Armando Gaspar, Raquel Castro, Carolina Melquiades, Luisa Galindo, Alma Meneses, Ana Lilia Gutiérrez, Sergio Miranda, José Cardoso, Adelaida Montes, Jorge Barbará, Roberto Herrasti, Salvador Olivares, Evelyn Ibarra, Francisco Ortiz, María Eugenia Salas, José Luis Pacheco, Luis Tovar, Carlos Giordani y Juan Aguilar.

ORO

Empresa:
HELVEX

Nombre del caso:
Ahorramos agua, ganamos todos: Programa de distinción al uso responsable de agua



Pedro Josué Vidal, Cindy Tostado, Rosario López y Nidia Beltrán.

PLATA

Empresa:
Salud Digna

Nombre del caso:
Octubre rosa



Federico Robles, Arturo Santiago, Raúl Rodríguez, Janet Ruiz, Jessica Medina, Martha Grande, Alan Ramos y Enrique Granillo.

BRONCE

Empresa:
Citibanamex Seguros

Nombre del caso:
Tu póliza te acompaña



Mejor Estrategia de *Customer Experience* CX



ORO

Empresa:
SAMSUNG

Nombre del caso:
Servicio con corazón



Kyungle Rho, Celso Mondragón, Sung Hoon Park, Alejandra García y Sang Lik Lee.



PLATA

Empresa:
Teleperformance

Nombre del caso:
Desde México servicio y experiencia de clase mundial



Manuel Laborde, Paul Trujillo, César Zapata, Karime Casteñado, David Pérez, Luis Fernando Juárez, Frank Hao Yu, Eric Yang Ping, Salvador Martínez, Erik Peña, Marco Moguel, José Valdivieso y Israel Yllezcas.



BRONCE

Empresa:
TECSA

Nombre del caso:
Evolución de la comercialización de gas LP a la era digital



Juan Pablo Ruiz, Rodrigo Sosa y Tomás Villareal.

¡FELICIDADES A LOS GANADORES!

EDICIÓN
15

PREMIO NACIONAL
Excelencia en la Experiencia del Cliente
y Centros de Contacto



GRACIAS A NUESTROS PATROCINADORES

Premio Nacional:

Premio LATAM:



Auspiciado por:

Auditado por:



Organizado por:



d.torres@imt.com.mx | Tel. (55) 53402290 Ext. 5020 | www.imt.com.mx



PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0



Empresa:
ADT Private Security
Services de México

Presea:
Organización con
el mayor crecimiento
vs el año anterior



Alejandro Aguilar, Salvador Hernández, Heidi De La Rosa, Patricia Zamudio, Gabriela Esquivel, Brahyán Mendoza, Nelly Ramos, Lidia Huitron, Fabila Aguilar, Marlem Hernández, Blanca González, Mariel Maldonado, Óscar Zetina, Felipe Bernal, Erik Castañeda, Mario Murguía, Santiago Echeveste, Jonathan Miranda y Fernand Mendoza.

PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0



Empresa:
HDI Seguros

Presea:
Organización
con el más alto
puntaje en su primera
evaluación



Gerardo Hernández, Gabriel López, Julio Ramírez, Luis Contreras, Ignacio González, Marcelo Ramírez, Gregorio Pérez, Esaú Rodríguez, Daniel Ceballos, Samuel Angulo, Gabriela Ávila y Ruth Aldrete.

PREMIO GLOBAL CIC 2019 V2.0



Empresa:
Konexo Contact + Solution Center

Presea:
Organización con el más alto
puntaje de todas las
organizaciones certificadas



José Antonio Valencia y Cristina Ornelas.

MEJORES TALENTOS

Mejor Ejecutivo de Contacto		
ORO	PLATA	BRONCE
Nombre: Mercedes Beatriz Sequera Tovar Empresa: Konexo Contact + Solution Center	Nombre: Javier Cardenas García Empresa: Konexo Contact + Solution Center	Nombre: Maricela De la Cueva García Empresa: American Express
Mejor Supervisor		
ORO	PLATA	BRONCE
Nombre: Beatriz Ibarra González Empresa: DHL Express México	Nombre: Myriam Alejandra Peña Morales Empresa: American Express	Nombre: Chabely Gallegos Bielma Empresa: Eficasia
Mejor Coordinador		
ORO	PLATA	BRONCE
Nombre: Christian Román Vargas Gómez Empresa: Konexo Contact + Solution Center	Nombre: Paola Noguez Reyes Empresa: Konexo Contact + Solution Center	Nombre: Norma Gabriela Gudiño Machado Empresa: Salud Digna
Mejor Gerente		
ORO	PLATA	BRONCE
Nombre: Carlos Omar Alejandro Martínez Vega Empresa: DHL Express México	Nombre: Erick Jiménez Muñoz Empresa: Cinépolis	Nombre: Oscar Camacho Ruiz Empresa: Telvista
Mejor Director		
ORO	PLATA	BRONCE
Nombre: Jorge Barbará Morfín Empresa: HELVEX	Nombre: Raúl Abraham Rodríguez Villa Empresa: Citibanamex Seguros	Nombre: Alfredo Salgado Covarrubias Empresa: Telvista



ORO

Mercedes Beatriz Sequera Tovar
Konexo Contact + Solution Center

Mejor Ejecutivo de Contacto



PLATA

Javier Cardenas García
Konexo Contact + Solution Center



BRONCE

Maricela De la Cueva García
American Express



Mejor Supervisor



ORO

Beatriz Ibarra González
DHL Express México



PLATA

Myriam Alejandra Peña Morales
American Express



BRONCE

Chabely Gallegos Bielma
Eficasia

Mejor Coordinador



ORO

Christian Román Vargas Gómez
Konexo Contact + Solution Center



PLATA

Paola Noguez Reyes
Konexo Contact + Solution Center



BRONCE

Norma Gabriela Gudiño Machado
Salud Digna



Mejor Gerente



ORO

Carlos Omar Alejandro Martínez Vega
DHL Express México



PLATA

Erick Jiménez Muñoz
Cinépolis



BRONCE

Óscar Camacho Ruíz
Telvista

Mejor Director



ORO

Jorge Barbará Morfín
HELVEX



PLATA

Raúl Abraham Rodríguez Villa
Citibanamex Seguros



BRONCE

Alfredo Salgado Covarrubias
Telvista

Mejor Estrategia de Servicio a Clientes

Empresa:
BestDay

Nombre del caso:
Haciendo sueños realidad: Operación Disney

Mejor Estrategia de Ventas

Empresa:
Telvista

Nombre del caso:
Knwo your customer

Mejor Estrategia de Desarrollo Humano

Empresa:
Impulse

Nombre del caso:
CEA - Contato - Emoción - Arte

Mejor Estrategia de Operación BPO – KPO - ITO

Empresa:
RSS

Nombre del caso:
Implementación de Contact Center RCI Norteamérica

Mejor Contribución Tecnológica

Empresa:
Telvista

Nombre del caso:
TelvistaLife

Mejor Estrategia de Multicanal / Omnicanal

Empresa:
American Express

Nombre del caso:
La prevención es la solución

Mejor Estrategia de Servicio a Cliente

DIAMANTE

Empresa:
BestDay

Nombre del caso:
Haciendo Sueños Realidad:
Operación Disney



BestDay

Mejor estrategia de ventas

DIAMANTE

Empresa:
Telvista

Nombre del caso:
Knwo Your Customer



Alfredo Sánchez, Carlos López, Eduardo Magaña, Yazmin Cruz, Lucy Luján, Laura Olivas, Christian Toscano, Alfredo Salgado y Aarón Ontiveros.



Mejor estrategia de desarrollo humano

DIAMANTE

Empresa:
Impulse

Nombre del caso:
CEA - Contato - Emoción - Arte

Omar Crespo, Miguel Gutiérrez, Ernesto Mora, Antonio Alonso, Martín Saucedo, Cristina Guerrero, Rafael Zarza y Víctor Terrones.



Mejor estrategia de operación BPO-KPO-ITO

DIAMANTE

Empresa:
RSS

Nombre del caso:
Implementación de
Contact Center
RCI Norteamérica

Gabriel Vega, Sebastián González, Thalia González, Carlos Flores, Ana González, Mónica Villegas, Alejandro Casado, Ana Romero, Luis Ramos, Sandra Hernández y Moisés González.



Mejor contribución tecnológica

DIAMANTE

Empresa:
Telvista

Nombre del caso:
TelvistaLife

César Romo, Lucy Luján, Alfredo Sánchez, Laura Olivas y Alfredo Salgado.



DIAMANTE

Empresa:
American Express

Nombre del caso:
La prevención es la solución

Mejor estrategia de multicanal / omnicanal

Distingue el IMT a Organizaciones Certificadas

En el marco de la décima quinta edición del Premio Nacional "Excelencia en la Experiencia del Cliente y Centros de Contacto" se realizó la entrega de reconocimientos a las organizaciones que durante 2019-2020 implementaron el **Modelo Global de Calidad para la Interacción con Clientes Versión 2.0**.



A través del Modelo Global de Calidad para la Interacción con Clientes en su nueva versión 2.0 (MGCIC 2.0) el IMT actúa como organismo de tercera parte que certifica y garantiza la adopción paulatina de las mejores prácticas de la industria, fomentando la competitividad entre áreas de interacción con clientes.

El IMT felicita a todas las organizaciones que fueron galardonadas con este reconocimiento, por su esfuerzo y dedicación para obtener su nivel de certificación.



Empresa: Asecon
Nivel de Certificación: Competitivo
Alcance: Site Insurgentes



Empresa: Grupo Nacional Provincial
Nivel de Certificación: Competitivo
Alcance: Site Cerro de las Torres



Empresa: GEPP Grupo Embotellador Pepsico
Nivel de Certificación: Confiable
Alcance: Site Recursos Hidráulicos, Tlalnepantla



Empresa: Asistencia G&T
Nivel de Certificación: Clase Mundial
Alcance: Contact Center Banco, Cabinas de Emergencias, Gastos Médicos y Auto, Contact Center Seguros, CIAM y Red Total, Guatemala.



Empresa: Citibanamex Seguros
Nivel de Certificación: Clase Mundial
Alcance: Dirección de Servicio a Cliente



Empresa: Grupo Diagnóstico Médico Proa
Nivel de Certificación: Confiable
Alcance de la Certificación: Site San Rafael, CdMx.



Empresa: Pentafon
Nivel de Certificación: Competitivo
Alcance de la Certificación: Site Laguna de Mayran

México fue sede del Premio LATAM 2020

Berenice Hernández



La Alianza Latinoamericana de Organizaciones para la Interacción con Clientes, ALOIC, es una asociación sin fines de lucro, constituida en 2012 para impulsar las mejores prácticas de la industria de Customer Experience en América Latina, así como consolidar el Premio LATAM a las "Mejores Organizaciones para la Interacción con Clientes". Este galardón tiene como objetivo reconocer a aquellas empresas merecedoras de una distinción internacional por sus mejores prácticas de interacción con clientes. Actualmente ALOIC es reconocida en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay y Perú como una asociación formal y seria, con ello, el Premio LATAM es el premio internacional de mayor reconocimiento en el sector.

El pasado 10 de marzo se celebró la 9ª Edición del Premio LATAM en la Ciudad de México, en el marco del *Global Customer Experience Forum* bajo la organización del Instituto Mexicano de Teleservicios, a cargo de María Eugenia García Aguirre, quien asumió la presidencia de la ALOIC este año.

Durante la ceremonia de premiación María Eugenia comentó que "el objetivo de estas iniciativas es reconocer las buenas prácticas de la industria, así como la competitividad y proyectos de innovación de cada una de las más de 70 empresas que participaron en esta edición. Por otra parte, acelerar el intercambio de conocimiento entre nuestros países, que hemos venido consolidando a través de ALOIC". Como todos los años, el Premio fue auditado por PWC.

En esta edición México obtuvo el mayor número de preseas (ocho), de las cuales cinco fueron oro. Para festejar a los galardonados el IMT ofreció la celebración denominada *Winners After Party*, en medio de una noche llena de sorpresas para todos los ganadores, tanto nacionales como de los diferentes países que nos visitaron, en la que se contó con una feria mexicana con juegos tradicionales como lotería, pirinola, botes lecheros, hasta el típico grupo de mariachi para cerrar con broche de oro la noche.



Alejandro Hamed, Valeria Facheti, Pablo de los Santos, Ana Karina Quessep y Alejandro Crivelli.

GANADORES

CATEGORÍA	NOMBRE	EMPRESA	PREMIO	PAÍS
Ejecutivo del año	Carlos Fernando Sánchez	Emergia	Oro	Colombia
Ejecutivodel del año	Estela Spelt	Visión Banco	Reconocimiento Especial	Paraguay
Profesional del año	Diana Catalina Velásquez	Konecta	Reconocimiento Especial	Colombia

GANADORES

CATEGORÍA	CASO	EMPRESA	PREMIO	PAÍS
Mejor Estrategia en la Organización	Optimizando la experiencia del cliente	Calcom BPO & Contact Center	Oro	México
	Guardianes de la vida	Konecta	Plata	Colombia
	Atención ejecutiva	MRV	Bronce	Brasil
Mejor Estrategia de Ventas	Estrategia en la consolidación de grupos operativos de servicio y ventas	American Express	Oro	México
	<i>One of pininfarina</i> - La sensación de vivir en un lugar exclusivo	Cyrela	Plata	Brasil
	Canal de ventas directas	Electroban	Bronce	Paraguay
Mejor Estrategia de Cobranza	Cobranza, la nueva experiencia de cliente	Atento	Oro	México
	Talento humano, analítica y robótica: Tres pilares para una cobranza de la cuarta revolución	Konecta	Plata	Colombia
	Cobranzas de exportación: Modelo <i>partnership</i>	CIDESA	Bronce	Paraguay
Mejor Estrategia de Desarrollo Humano	Conversacomigo	Banco do Brasil	Oro	Brasil
	CEA - Contacto Emoción Arte	Impulse Telecom	Plata	México
	El elemento K - Nuestra pasión y talento al servicio del aprendizaje	Konecta	Bronce	Colombia
Mejor Contribución Tecnológica	SOS rescate virtual	Emtelco	Oro	Colombia
	(Confort + productividad) (tecnología) = gente amando su trabajo	DHL Express	Plata	México
	Experiencia Keepcon. Cómo generar eficiencias a partir de inteligencia artificial basada en tecnología semántica	Keepcon	Bronce	Argentina
Mejor Contribución en Responsabilidad Social	Hola yo soy Hugo, el intérprete digital de lengua de signos del bmg!	Banco BMG S/A	Oro	Brasil
	Mejor contribución en responsabilidad social empresarial	Atento	Plata	Argentina
	Gota a gota la vida, la salva o la agotas	Interactivo Contact Center SA	Bronce	Colombia
Mejor Estrategia de Operación Sector Ciudadano	Programa: ¡El cliente es todo para nosotros!	Neoenergía	Oro	Brasil
	Cómo resolverte todo en la primera cita	Konecta	Plata	Argentina
Mejor Operación de Empresa Tercerizadora	Tecnología + ciberseguridad, el nuevo modelo de la satisfacción	Americas Business Process Services	Oro	Colombia
	La efectividad de lo simple	Konecta	Plata	Colombia
	Ripley: Acortando el camino.	Eficasia	Bronce	México
Mejor Operación Interna	¿ <i>High performance</i> : Incrementando la satisfacción del cliente implementando un modelo de alto rendimiento en la operación?	Telefónica Movistar México	Oro	México
	Innovación y calidad en el control financiero de Latinoamérica	DIAGEO Enterprise Operations Bogotá	Plata	Colombia
	Positivo tecnología - <i>Call Center</i> interno	Positivo Tecnología	Bronce	Brasil
Mejor Estrategia en Customer Experience	El cliente en el centro de todo lo que hacemos	Banco Itaú	Oro	Argentina
	Guardianes de la vida	Konecta	Plata	Colombia
	Asamblea en vivo - Desintermediación digital para el cliente Tegra	Tegra Incorporadora	Bronce	Brasil
Mejor Estrategia Multicanal	Customer Service, tú eliges como contactarnos...	Samsung	Oro	México
	Naranja. Una experiencia en redes sociales	Evoltis	Plata	Argentina
	<i>Agi Live Tegra</i> - Una experiencia que rompe el tiempo y el espacio	Tegra Incorporadora	Bronce	Brasil



ORO

Empresa:
Callcom BPO & Contact Center

País:
México

Nombre del caso:
Optimizando la experiencia del cliente



Alberto Pérez, Mauricio Becerra y Nancy Cavazos.



Jaime Andrés Eusse.



PLATA

Empresa:
Konecta

País:
Colombia

Nombre del caso:
Guardianes de la vida



BRONCE

Empresa:
MRV

País:
Brasil

Nombre del caso:
Atención ejecutiva



Joice Cristina Silva.

**AMERICAN
EXPRESS**



Empresa:
American Express

País:
México

Nombre del caso:
Estrategia en la consolidación de
grupos operativos de servicio y ventas

ORO

Empresa:
Cyrela

País:
Brasil

Nombre del caso:
One of pininfarina -
La sensación de vivir
en un lugar exclusivo



PLATA



Caroline Mathias y Ana Elisa Campos.



Luis Urbina, José Rivarola y Elsa Beatriz Medina.



Empresa:
Electroban

País:
Paraguay

Nombre del caso:
Canal de ventas directas

BRONCE

Mejor Estrategia de Cobranza



Empresa:

Atento

País:

México

Nombre del caso:

Cobranza, la nueva experiencia de cliente

ORO



Hugo Parra, Arturo Alvarado, Christian Zúñiga, Araceli Escamilla, María Laura Bacero, Leandro Beltrán, Elia Santillán, Juan Juárez, Carlos López y Julio Sánchez.



Jaime Andrés Eusse.



Empresa:

Konecta

País:

Colombia

Nombre del caso:

Talento humano, analítica y robótica: Tres pilares para una cobranza de la cuarta revolución

PLATA



Empresa:

Cidesa

País:

Paraguay

Nombre del caso:

Cobranzas de exportación: Modelo *partnership*

BRONCE



Juan Pablo Yavarone.



Daniel Bogado.



Empresa:
Banco do Brasil

País:
Brasil

Nombre del caso:
Conversacomigo

ORO



Empresa:
Impulse Telecom

País:
México

Nombre del caso:
CEA - Contacto Emoción Arte

PLATA



Omar Crespo, Miguel Gutiérrez, Víctor Terrones, Ernesto Mora, Cristina Guerrero, Rafael Zarza y Martín Saucedo.



Jaime Andrés Eusse.



Empresa:
Konecta

País:
Colombia

Nombre del caso:
El elemento K - Nuestra pasión y talento al servicio del aprendizaje

BRONCE

Mejor Contribución Tecnológica



Empresa:
Entelco

País:
Colombia

Nombre del caso:
Sos rescate virtual

ORO



Maritza Garzón.



Rubén Barrera, Beatriz Ibarra, Lorena Farías, Omar Martínez, Cecilia Ortega, Miriam Martínez, Janette López, Verónica Urrutia y Guillermo Ponce.



Empresa:
DHL Express

País:
México

Nombre del caso:
(Confort + productividad)
(tecnología) = gente amando
su trabajo

PLATA



Empresa:
Keepcon

País:
Argentina

Nombre del caso:
Experiencia Keepcon. Cómo generar
eficiencias a partir de inteligencia
artificial basada en tecnología semántica

BRONCE



Matías Rozenfarb y Rebeka Monte Alegre.



Flávio Oliveira-



Empresa:
Banco BMG S/A

País:
Brasil

Nombre del caso:
Hola yo soy Hugo, el intérprete digital de lengua de signos del bmg!

ORO

Mejor Contribución en Responsabilidad Social



Empresa:
Atento

País:
Argentina

Nombre del caso:
Mejor contribución en responsabilidad social empresarial

PLATA

ATENTO



Tito Fernando Aponte.



Empresa:
Interactivo Contac Center SA

País:
Colombia

Nombre del caso:
Gota a gota la vida,
la salva o la agotas

BRONCE

Mejor Estrategia de Operación Sector Ciudadano



Empresa:
Neoenergia

País:
Brasil

Nombre del caso:
Programa: ¡El cliente es todo para nosotros!

ORO



Sebastião Elias y Júlio Giraldi.



Juan Pablo Tricarico y Jaime Andrés Eusse.



Empresa:
Konecra

País:
Colombia

Nombre del caso:
Cómo resolverse todo en la primera cita

PLATA



Luzmila Cruz.



Empresa:
Americas Business Process Services

País:
Colombia

Nombre del caso:
Tecnología + ciberseguridad,
el nuevo modelo de la satisfacción

ORO



Empresa:
Konecta

País:
Colombia

Nombre del caso:
La efectividad de lo simple

PLATA



Jaime Andrés Eusse.



Humberto Delfín, Carolina Pereda, Tania Sánchez, Cristian Carrasco.



Empresa:
Eficasia

País:
México

Nombre del caso:
Ripley: Acortando el camino

BRONCE



ORO

Empresa:
Teléfono Movistar México

País:
México

Nombre del caso:
¿High performance: Incrementando la satisfacción del cliente implementando un modelo de alto rendimiento en la operación?



Javier Sasso, Víctor Alfaro, Alejandro Vargas, Barbara Tovar, Alicia Sánchez, Alma Villalobos, Pedro Torres, Samantha Álvarez.



Ana Karina Quessep recibe en nombre de Diageo Enterprise Operations Bogotá.



PLATA

Empresa:
DIAGEO Enterprise Operations Bogotá

País:
Colombia

Nombre del caso:
Innovación y calidad en el control financiero de Latinoamérica



BRONCE

Empresa:
Positivo Tecnología

País:
Brasil

Nombre del caso:
Positivo tecnología - Call Center interno



Samanta Nogueira y Marcos David.

Mejor Estrategia en Customer Experience



Nicolás Talkowski.

**Empresa:**

Banco Itaú

País:

Argentina

Nombre del caso:El cliente en el centro
de todo lo que hacemos**ORO****Empresa:**

Konecta

País:

Colombia

Nombre del caso:

Guardianes de la vida

PLATA

Jaime Andrés Eusse

**Empresa:**

Tegra Incorporadora

País:

Brasil

Nombre del caso:Asamblea en vivo - Desintermediación
digital para el cliente Tegra**BRONCE**

TEGRA
INCORPORADORA

Mejor Estrategia Multicanal



Empresa:
Samsung

País:
México

Nombre del caso:
Customer Service, tú eliges
como contactarnos...

ORO



Celso Mondragón, Alejandra García y Jessica Roman.



Juan Pablo Tricarico y Raquel Dentice reciben en nombre de Evoltis.



Empresa:
Evoltis

País:
Argentina

Nombre del caso:
Naranja. Una experiencia
en redes sociales

PLATA



Empresa:
Tegra Incorporadora

País:
Brasil

Nombre del caso:
Agi Live Tegra - Una experiencia
que rompe el tiempo y el espacio

BRONCE

TEGRA
INCORPORADORA

Ejecutivo del año



Carlos Fernando Sánchez.



Empresa:
Energía

País:
Colombia

ORO

Profesional del año



Estela Spelt.



Empresa:
Visión Banco

País:
Paraguay

RECONOCIMIENTO
ESPECIAL



Jaime Andrés Eusse.



Empresa:
Konecta Colombia

País:
Colombia

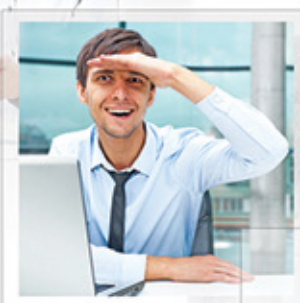
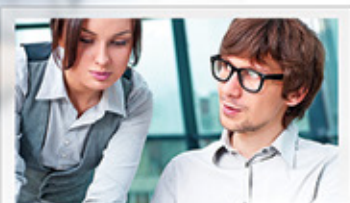
RECONOCIMIENTO
ESPECIAL



Participa en el **Directorio Digital**
más importante de Proveedores
de la Industria en México
y Latinoamérica



Consúltalo y descárgalo
en tus dispositivos móviles
www.imt.com.mx



Tel. 55 5340-2290 Ext. 3030
Lourdes Adame - l.adame@imt.com.mx
Susana Delgado - s.delgado@imt.com.mx
directorio@imt.com.mx



Get in touch

with the best Work-at-Home solution

Our work-at-home model was created to make working from home simpler, faster, and safer.

Accelerate Your Business with Work-at-Home Employees.

Benefits:

- Access to global talent pool
- Flexibility to address seasonal volume spikes
- Improved employee satisfaction that leads to improved customer satisfaction
- Business continuity in times of natural disasters or fear and risk of infections

Why work with a Teleperformance work-at-home solution?

- We manage a team of thousands of remote interaction experts that connect and assist customers daily across all geographies.
- Best-in-class operational and security processes, ensuring consistent results from on-site and remote interaction experts.
- Adapted training and coaching processes specifically designed to engage a remote workforce.
- Specific technical solution that commits the same levels of control and security for remote and on-site interaction experts.

Get in touch with TP.

🌐 teleperformance.com.mx

🌐 [/teleperformance](https://www.linkedin.com/company/teleperformance)



▶ Watch now

