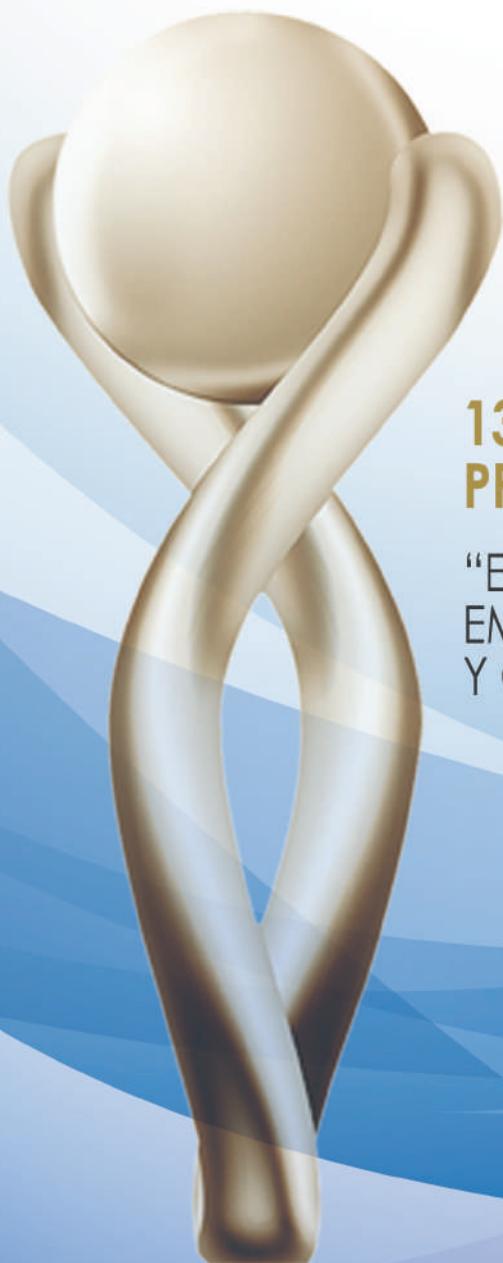


ContactForum by imt revista

AÑO 21 / NÚMERO 80 / MAYO - JUNIO 2018



THE REBELLION
OF THE CUSTOMERS



13ª EDICIÓN
PREMIO NACIONAL

“EXCELENCIA EN LA RELACIÓN
EMPRESA - CLIENTE
Y CENTROS DE CONTACTO”

CRM • SERVICE DESK • CONTACT CENTERS • CLOUD • COLLABORATION
EXPERIENCE • DESIGN THINKING • WORKFORCE MANAGEMENT
CUSTOMER EXPERIENCE • INTERNET OF THINGS • ARTIFICIAL INTELLIGENCE
BIG DATA / ANALYTICS • CRM • KPO • ITO • TECHNOLOGY OUTSOURCING

imt.

www.imt.com.mx

Customer Experience Age

Talleres

Conferencias

Networking

El evento más esperado de la Industria de Customer Experience en Bajío...

- **Actualízate** en los temas que ocupan a los Centros de Contacto.
- **Interactúa** y haz **Networking** con los colegas de la Industria.
- **Entérate** de las **nuevas tendencias** en tecnología.
- Conoce **Casos de Éxito** de empresas destacadas en Experiencia del Cliente.
- **Descubre** cuáles son las **estrategias clave** para mejorar la operación.

Organizado por:



Patrocinado por:



Auspiciado por:





Hoy más que nunca, los equipos de trabajo son los que hacen la diferencia en las empresas. Cuando se reconoce su esfuerzo y dedicación, se forja al interior de las organizaciones una cultura de excelencia y competitividad que trasciende en beneficio de nuestra industria y nuestro país.

En esta edición de la revista ContactForum presentamos una reseña de las empresas ganadoras del "Premio Nacional en la relación empresa-cliente y Centros de Contacto" en su edición 2018. Estos equipos compartieron sus estrategias, logros al romper paradigmas y contribuyen a forjar un México más competitivo. ¡Felicidades a todos ellos!

Asimismo, damos cuenta en estas páginas de un breve resumen del 22nd *Global Connection Forum*, el foro más importante de la industria de relacionamiento con clientes en América Latina, que giró este 2018 en torno a "la rebelión de los clientes" en esta era digital. Más de 30 conferencias se enfocaron a abordar, desde distintas perspectivas, este tema con el fin de brindar ideas, propuestas, compartir casos de éxito y plantear las enormes interrogantes que nos cuestionan cómo se van a transformar las relaciones empresa-cliente en el futuro.

Para completar nuestro contenido editorial, contamos con la colaboración de diversos artículos sobre la participación de las mujeres en el ámbito laboral y la necesidad de que esta población esté más conectada a Internet, así como los retos de la ciberseguridad empresarial y el manejo de datos personales en este 2018.

Ma. Eugenia García Aguirre
Directora General

Lourdes Adame Goddard
Directora Editorial

ContactForum

revista 

DIRECCIÓN GENERAL

MA. EUGENIA GARCÍA AGUIRRE



DIRECCIÓN EDITORIAL

LOURDES ADAME GODDARD

COORDINACIÓN EDITORIAL

MARTHA ISABEL SCHWEBEL

CORRECCIÓN DE ESTILO

RICARDO GARCÍA

DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN

SUSANA HIDALGO

PUBLICIDAD Y VENTAS

SUSANA DELGADO
LILIANA DÍAZ
DULCE MORALES
VERÓNICA TRUJILLO

COLABORADORES DE ESTA EDICIÓN



WEBER CANOVA



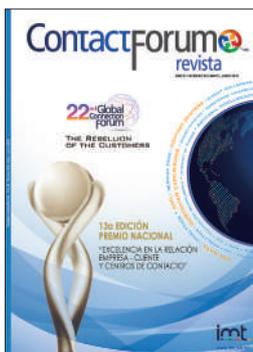
TOMMASO CANONICI



RAÚL ECHEBERRÍA



RAMÓN SALAS



E-mail: revistacforum@imt.com.mx

Editada por el: Instituto Mexicano de Teleservicios

ContactForum, revista publicación periódica mayo-junio 2018. Editor responsable: María Eugenia de la Paz García Aguirre. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2017-040516253300-102. Fecha de Expedición 5 de abril de 2017, 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.



SUSCRIPCIONES Y SERVICIO A CLIENTES

(55) 5340 2290

José María Velasco, No 13 - 401, Piso 4 Col. San José Insurgentes, Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, Ciudad de México.

CONTENIDO

6

TENDENCIAS

- 6 DESTRUIR PARA CONSTRUIR: CORPORATE VENTURE UN-BUILDING ¿Y SI PENSAMOS COMO DESTRUIR NUESTRO NEGOCIO?
- 10 LA EQUIDAD DE GÉNERO BENEFICIA LABORALMENTE A HOMBRES Y MUJERES.
- 12 NECESITAMOS QUE INTERNET CONECTE E INCLUYA MÁS A LA MUJER.

14

22nd GLOBAL CONNECTION FORUM

- 14 THE REBELLION OF THE CUSTOMERS.
- 16 TALLERES.
- 20 RESEÑA FOTOGRÁFICA.



26

PREMIO NACIONAL

- 26 13^a EDICIÓN PREMIO NACIONAL "EXCELENCIA EN LA RELACIÓN EMPRESA - CLIENTES Y CENTROS DE CONTACTO".

50

CUSTOMER EXPERIENCE

- 50 SIMULATOR DISMINUYE HASTA UN 11% LA ROTACIÓN DE PERSONAL EN EL PROCESO DE CAPACITACIÓN DE UNA EMPRESA.
- 52 SOMOS LÍDERES MUNDIALES EN GESTIÓN OMNICANAL DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.
- 54 LA EXPERIENCIA ASSURANT EN MÉXICO.

56

DIGITALIZACIÓN

- 56 INTELIGENCIA ARTIFICIAL: ¿CÓMO QUEDA LA PRIVACIDAD Y LA SEGURIDAD DE MIS DATOS?
- 58 ¿CUÁNTO ANCHO DE BANDA REQUIERE TU EMPRESA?
- 63 STREAMEXICO: CONECTANDO AUDIENCIAS.
- 64 VISIBILIDAD INTELIGENTE, CLAVE PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA ERA DIGITAL.

66

EVENTOS

- 66 CONTACT DAY 2018 ABORDÓ LOS DESAFÍOS QUE PLANTEA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
- 68 PRESTIGIO, CONFIABILIDAD, SUSTENTABILIDAD Y CUMPLIMIENTO.
- 70 ATENTO MÉXICO RECONOCIDA COMO UNA DE LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR.



DESTRUIR PARA CONSTRUIR: CORPORATE VENTURE

UN-BUILDING ¿Y SI PENSAMOS COMO DESTRUIR NUESTRO NEGOCIO?



Tommaso Canonici

TODAS LAS EMPRESAS ESTAMOS DEDICANDO MUCHOS ESFUERZOS PARA IDENTIFICAR NUEVOS PRODUCTOS, MERCADOS, STARTUPS QUE PUEDAN SOLUCIONAR NUESTROS DESAFÍOS

La innovación abierta y el “Corporate Venturing”, están a la orden del día en cualquier estrategia empresarial, y ya son tema de discusión en los comités de dirección. Al mismo tiempo, las grandes corporaciones, ven con temor las innovaciones que ponen en riesgo su negocio principal y que pueden afectar su posición de liderazgo.

Clayton Christensen (HBS Professor & Disruptive Innovation Expert), uno de los pensadores más influyentes de nuestros tiempos a nivel de estrategia e innovación, explica qué es la innovación disruptiva,

y cómo, grandes empresas han sido desplazadas de su posición dominante, por empresas que han comenzado atacando justo, los segmentos de mercado que ellas han dejado de satisfacer.

Mientras se trabaja en innovación sostenida, intentando mejorar sus productos para ofrecer servicios avanzados y que dejen mayores márgenes para los clientes más exigentes, dejan un vacío en la base de la pirámide de consumo, los que pide productos con menos cualidades y de menor precio (que dejan un menor margen para las empresas).

Estos usuarios son una base de clientes insatisfechos que están obligados, a consumir un servicio que no se adapta a sus necesidades, y a un precio más alto a lo que están dispuestos a pagar: el gran cultivo para los emprendedores y la innovación disruptiva.

Nunca se han hecho esta pregunta: ¿Por qué me obligan en tener este servicio que nunca uso? ¿Por qué tengo una tarifa plana, si al final lo único que quiero es un servicio mínimo?

Justamente estos clientes son el punto de partida para las grandes disrupciones que hemos visto en el mercado, en término técnico se llama: "low-end disruption". Las startups atacan los clientes menos atractivos para los interesados, los que piden un producto menos complejo y de menor costo, ofreciendo un servicio de baja calidad pero que satisface las necesidades de este nicho de mercado. En la mayoría de los casos, actúan con total impunidad, ya que son segmentos que no interesan al líder del mercado. Al final, en muchos casos, esta base de mercado se transforma en el standard y el encargado y/o responsable es desplazado cuando ya no tiene nada por hacer.

Esto sucede habitualmente en muchos sectores, por ejemplo Skype y una empresa de telefonía tradicional. Al principio Skype ofrecía un servicio de baja calidad respecto a cualquier llamada internacional o video, pero más que suficiente para aquellas personas que no tenían un nivel de exigencia alto. Poco a poco fue mejorando su servicio y al final desplazó al responsable del mercado transformándose en un nuevo standard.

En todos los sectores pasan estas disrupciones, y en el 99% de los casos, son generadas por empresas externas al líder del sector. ¿Por qué?

Explorando mucha literatura encontramos un patrón común: es imposible "disrumpirse" a sí mismo. La cultura, los anticuerpos empresariales, hacen que cualquier idea que ponga en riesgo nuestro core-business sea rechazada por la propia empresa. Siempre se prefiere tener una política prudente frente a la agresividad, mejor defender lo que nos da de comer hoy que poner en riesgo nuestro mercado.

¿Por qué Kodak que inventó la cámara digital en 1975 no impulsó esta innovación disruptiva? Claramente la alta dirección de Kodak no podía poner en riesgo el gran negocio que le suponía la venta de carretes.



AHK Systems

OUR PEOPLE - YOUR STRENGTH

Somos

Una empresa especializada enfocada en la satisfacción de nuestros Clientes implementando Soluciones de:

- ▶ Contact Center multicanal
- ▶ Analytics multicanal
- ▶ Autenticación de huella de voz y Prevención de Fraudes
- ▶ Automatización de Procesos (Robotic Automation)
- ▶ Soluciones de grabación
- ▶ Gestion de Compensación de Incentivos
- ▶ Soluciones para cumplimiento (PCI Compliance)

- ▶ PBX IP/SIP
- ▶ Comunicaciones Unificadas
- ▶ Videoconferencia
- ▶ Back Office monitoring
- ▶ Voz del Cliente (Encuestas de satisfacción multicanal)
- ▶ WFM

NICE AUTHORIZED PLATINUM PARTNER

AVAYA
Gold Panther

México

Patriotismo #767 Edif A-101
Col. Mixcoac, C.P.03910
Ciudad de México
Telf 52 55 5669 0939
ventas@ahksystems.com

Esta es la realidad, muy pocas empresas han podido ser las que han sido “disruptoras” de su propio negocio y en muchos casos, cuando la disrupción llegó por nuevos jugadores, ya era muy tarde para actuar. La disrupción llega por el espejo retrovisor.

Es fundamental para una empresa adelantarse a la disrupción y ser parte de ella. La estructura tradicional de la empresa no puede aniquilarse a sí misma, necesita recrear estructuras paralelas, en las que se hagan experimentos arriesgados, jugar con fuego.

Muchas empresas están trabajando en este sentido, lanzando sus programas de innovación abierta o de intra-emprendimiento, pero están lejos de la “disrupción corporativa”. Por otro lado, empresas como Amazon, Facebook y Google que siguen pensando y actuando como *startups* o Tesla, han decidido apostar por fabricar el coche del futuro: conectado, eléctrico, compartido, autónomo. Nada de lo que Ford ha creado en más de 100 años, su modelo de negocio, cadena de valor, fábricas, motores de combustión fósil, red de distribuidores... le va a servir para competir en el futuro próximo, sino más bien va a ser un lastre.



¿POR QUÉ NO PONEMOS NUESTROS MEJORES TALENTOS EN PENSAR COMO “MATARNOS”?

Desde hace unos años en Opinno estamos trabajando el concepto de “*Venture Un-building*”. Crear espacios para la innovación, directamente relacionados a destruir el actual negocio de la empresa con el objetivo de generar nuevos modelos potencialmente disruptivos para el *core-business* empresarial.

Para este tipo de iniciativas utilizamos las metodologías propia de un “*Venture builder*” y el concepto de “innovación inversa”.

EL “VENTURE BUILDER” ES UN ECOSISTEMA, EN MUCHOS CASOS ESTERNO A LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL, QUE PRETENDE LANZAR INNOVACIONES EN EL MERCADO MODALIDAD “START-UPS”

Con frecuencia, los *Venture Builder* Corporativos colaboran con el ecosistema emprendedor y se constituyen como equipo mixtos de la corporación, con agentes externos del mundo emprendedor. Un equipo S.W.A.T. de alto rendimiento que trabaja para lanzar compañías en el mercado, sin el *legacy* de la estructura empresarial tradicional, con mentalidad emprendedora y con aversión al riesgo. Son estructuras que tienen su presupuesto donde no se pide un retorno a corto plazo, sino crear una lanzadera de innovación radical en el sector.

La “innovación inversa”, es aquel proceso que busca crear innovaciones en mercados emergentes, con más barreras (menor poder adquisitivo por parte del mercado, dificultades que obligan a tener prestaciones complejas, etc.) o una regulación más blanda o diferente. ¿Por qué, en vez de ir a innovar a Silicon Valley, no nos vamos a una aldea africana, en la que realmente la falta de recursos, nos obliga a pensar de forma disruptiva?

Para montar un *Corporate Venture Un-building* se requiere:

- 1.- Atreverse a poner en discusión que el modelo de negocio de éxito hoy, no va a ser el modelo que funcionará mañana.
- 2.- Elegir los mejores talentos y un equipo técnico de alto rendimiento, para meterlo en esta nueva estructura sin *legacy* ni protocolos.
- 3.- Seleccionar un país donde no se es “incumbente” y donde se puedes dar el lujo de equivocarse muchas veces en la sombra.
- 4.- Decidir cuánto dinero se está dispuesto a invertir para crear el futuro de la organización.
- 5.- Tener un aliado estratégico que acompañe a nivel metodológico, y en la preparación del equipo, que esté dispuesto a arriesgar.

El mercado actual nos obliga a ser agresivos, las que realmente sobrevivirán, serán las empresas que asuman más riesgos y que pongan en constante discusión su modelo de negocio actual. ¿Por qué en lugar de pensar en cómo mejorar nuestro negocio, no empezamos a pensar, en cómo destruirlo y volverlo a crear?

¡ATRÉVETE A HACERTE LA PREGUNTA MÁS INCÓMODA!



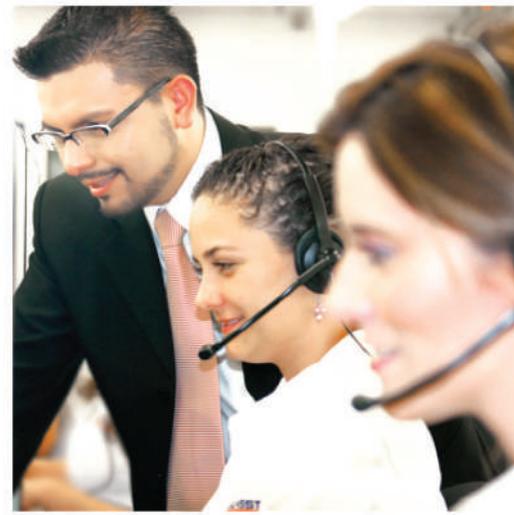
***Tommaso Canonici**
Director General Opinno Europa

 @tcanonici

 Tommaso.canonici@opinno.com



Atención
a Clientes



Cobranza



Soporte
Técnico



Telemarketing



MÁS DE 18 AÑOS SIENDO EL CONTACTO CON LOS CLIENTES DE NUESTROS CLIENTES



info@callfasst.com
www.callfasst.com

LA EQUIDAD DE GÉNERO BENEFICIA LABORALMENTE A HOMBRES Y MUJERES



Lourdes Adame Goddard

IMPULSAR LA EQUIDAD DE GÉNERO EN EL AMBIENTE LABORAL, NO SÓLO AYUDA A MEJORAR LA ESTRUCTURA SALARIAL PARA MUJERES Y HOMBRES, TAMBIÉN FORTALECE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, Y ESTIMULA EL CRECIMIENTO DEL CONSUMO EN EL PAÍS, ASÍ LO REPORTÓ ACCENTURE EN SU ESTUDIO “GETTING EQUAL 2018”

De acuerdo con este análisis, los factores clave que pueden ayudar a crear en las organizaciones, ambientes laborales incluyentes, donde las mujeres tengan las mismas oportunidades de crecimiento profesional que los hombres, y disminuya la brecha salarial por género, son 14 y se agrupan en 3 categorías:

► **LIDERAZGO AUDAZ:** agrupa factores para que la diversidad de género sea una prioridad en la gestión de la organización, y que se establezcan objetivos claros que cierren la brecha salarial de género. En organizaciones, en las que equipos de liderazgo asumen la responsabilidad de mejorar la diversidad de género, las posibilidades para las mujeres, de crecer profesionalmente, aumentan a más del doble.

► **ACCIÓN INTEGRAL:** se refiere a acciones como atraer, retener y fortalecer el talento femenino, crear redes de trabajo exclusivas para mujeres, y alentar a los hombres a tomar licencia parental. Al respecto, el estudio encontró que el 81% de las mujeres encuestadas labora en organizaciones sin redes de trabajo, y que en las empresas que tienen una red de trabajo exclusivamente femenina, participa el 62% de las mujeres, mientras que el 69% participa en redes donde también hay hombres.

► **ENTORNO EMPODERADO:** agrupa factores como talento con la libertad de ser creativos e innovadores; que el trabajo virtual o remoto sea una práctica común dentro de la organización, acceso a capacitación de valor, y que existan herramientas confiables para informar incidentes de acoso sexual o discriminación, dentro de la empresa. Las compañías que integren estos factores en su ambiente laboral, pueden disminuir hasta 9 veces la posibilidad de que una mujer sufra acoso o discriminación.



En el caso de México, la investigación señala que cuando en el ambiente laboral están presentes la mayoría de estos factores, el 96% de los empleados, se siente más satisfecho con su crecimiento laboral, y busca una promoción y el 95% aspira a ser líder senior en sus organizaciones. Al mismo tiempo, estos factores ayudan a que se acelere el crecimiento profesional de las mujeres, aumentando en un 42% sus posibilidades para que ocupen puestos gerenciales.

“Construir una cultura de equidad es esencial... Lo que hace a las empresas inclusivas, diversas y más competitivas, son las personas, no sólo los programas”, afirma Viridiana Zurita, Socia Directora de Servicios Financieros en Accenture México.

Si las empresas mexicanas incluyen la mayoría de estos factores, podría subir la proporción de mujeres gerentes a un 85%, comparado con el 56% que existe actualmente. También el pago salarial a las mujeres se incrementaría en un 52%.

“Una cultura equitativa se establece desde los niveles más altos de la organización, por eso, si buscamos empoderar el crecimiento profesional de las mujeres, debe convertirse en una prioridad estratégica para los altos ejecutivos”, señala Luiz Ferezin, Presidente y Director General de Accenture México.

ES FUNDAMENTAL QUE EN MÉXICO LAS EMPRESAS CONSTRUYAN UN AMBIENTE VERDADERAMENTE HUMANO, EN EL QUE LAS PERSONAS PUEDAN ALCANZAR EL ÉXITO PROFESIONAL Y PERSONAL, Y DONDE LA CULTURA EMPRESARIAL SE DIFERENCIÉ A PARTIR DE LA EQUIDAD. 



centro de
soluciones
en informática

¡Descubre cómo maximizar la experiencia con el usuario final!

Empresa certificada
bajo el MGCIC



¿Quieres saber cómo funciona el Servicio Personalizado de CSI?

Ingresa a
www.grupocsi.com

No te pierdas cómo integrar herramientas multicanal en el servicio de atención a clientes

¡Te garantizamos mejorar la experiencia del cliente!

Obtén un descuento especial al mencionar este anuncio y visitar nuestro sitio web

Envíanos un mensaje a comercial@grupocsi.com o comunícate al (55) 5999-5556

NECESITAMOS QUE INTERNET CONECTE E INCLUYA MÁS A LA MUJER



Raúl Echeberria*

A PROPÓSITO DEL 8 DE MARZO, “DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER”, NOS PLANTEAMOS LA INQUIETUD DE GÉNERO VINCULADA AL ACCESO Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. ES NECESARIO PUNTUALIZAR UN ASPECTO IMPORTANTE DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Cuando hablamos de conectar a Internet a los que no lo están, lo hacemos con un sentido de urgencia, teniendo en cuenta que hay una gran brecha, que se agranda día a día, entre quienes ya forman parte del mundo digital y los que no. El mundo funciona hoy basado en la premisa de que todos estamos conectados, y eso no es verdad, la mitad, no tiene aún acceso a Internet y, por lo tanto, tampoco a las oportunidades que están asociadas a ello. Por eso nos referimos, a una brecha de oportunidades.

En ese contexto, existe un dato, no menor, que debemos tener en cuenta cuando pensamos en ese problema: La mayoría de las personas que no están actualmente conectadas a Internet en el mundo, son Mujeres.

Lo cual quiere decir que si no tenemos en cuenta ese factor de género, difícilmente lograremos incluir a todos, en un plazo razonable.

Para conectar a las Mujeres que aún no lo están, Internet debe ser relevante para ellas. Por lo que es necesario que haya más Mujeres involucradas en el desarrollo de tecnologías, aplicaciones y contenidos.

Si ellas no participan más en la creación de contenidos, estos nunca les serán relevantes. Algunos opinan que las tecnologías no tienen género, lo he escuchado muchas veces, pero de hecho sí podríamos decir que lo tienen.

Éstas, son desarrolladas para satisfacer las necesidades y expectativas de quiénes las utilizan. Es una visión cultural: si son desarrolladas por Hombres, responderán a las necesidades culturales de ellos.

En los últimos 30 años, se ha reducido la participación de las Mujeres en puestos de trabajo de la industria de TIC. No sólo no hemos hecho progresos en este sentido, sino que hemos retrocedido. Las causas son muchas y variadas y no son las mismas en todas las regiones del mundo. Esto es algo en lo que hay que trabajar activamente: promover la mayor inclusión de Mujeres en la industria, y en sus posiciones de liderazgo.

La situación no es diferente en relación con los contenidos, y esta es otra área en la que hacen falta acciones concretas. Es alentador reunirse en foros para hablar de los temas de género, pero el foco tiene que estar en la acción.

Como entidad que promueve el acceso universal y abierto a Internet, en *Internet Society* nos preocupa y nos ocupamos del tema. Son muchas las acciones y proyectos, que emprendemos: no sólo proyectos y acciones concretas tendientes a mejorar la equidad de género en relación con el acceso y uso de las TIC, sino también, y tal vez lo más importante, la inclusión de la perspectiva de género en todos nuestros programas. No se trata de un tema separado sino de incluir esta perspectiva en todo lo que hacemos. Por esto, tenemos que seguir destacando el rol de las Mujeres en relación a las TIC y reconociendo los ejemplos de Mujeres que todos los días con su trabajo, hacen la diferencia en esta área. Son tiempos de acción. Esperemos que cada "8 de marzo" podamos celebrar más y más avances. 



***Raúl Echeberria,**
Vicepresidente Global
Engagement de Internet Society

Una experiencia omnicanal consistente.



virtualhold.com

22nd Global Connection Forum

THE REBELLION OF THE CUSTOMERS

Lourdes Adame Goddard

HAY MUCHAS PREGUNTAS QUE HOY NOS HACEMOS, RESPECTO AL FUTURO DE LAS RELACIONES DE LAS EMPRESAS CON SUS CLIENTES.

Aunque varios aspectos del futuro son difíciles de predecir, lo cierto es que los clientes serán los dueños de sus propias experiencias. Desde la elección del canal del contacto para la resolución, el cliente tomará el control total de su viaje para comprar productos o servicios, resolver problemas y buscar apoyo.



Valeria Fachetti, Verint; Gabriel Rodríguez, Avaya; Ma. Eugenia García, IMT; Alejandro Migliora, Virtual Hold Technology; Juan Felipe Ángel Arboleda, IP Dial Box.

Con esta premisa, se llevó a cabo el 22nd Global Connection Forum, los pasados 12, 13 y 14 de marzo, en el Hotel Camino Real de la Ciudad de México.

Durante estos tres días, más de 1,500 Directores, Gerentes, Consultores, Proveedores, Funcionarios Gubernamentales, y colegas, se dieron cita para analizar temas sobre la Experiencia del Cliente; el impacto de las nuevas tecnologías en las interacciones empresa-cliente, como *big data*, Internet de las cosas, la Nube, *Service Desk*, Colaboración, CRM & CEM, entre otros.

Mediante 7 talleres especializados y más de 30 conferencias, se llevó a cabo este magno evento que, por segundo año consecutivo, presenta un nuevo formato y diseño para propiciar un mejor *networking* entre los asistentes y las empresas del área de exposición.

Ma. Eugenia García, Directora General del Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT), dio la bienvenida a los asistentes, y comentó que este foro se ha denominado *Connection Forum*, porque las interacciones, que van más allá del contacto, tiene una relación más profunda, basada en la colaboración, la comunicación, la comunidad, el *co-working*.

El concepto de la rebelión de los clientes, tiene que ver con la evolución de los patrones de comportamiento, de los consumidores. Independientemente de la generación, el cliente es más exigente, menos tolerante, y le gusta comunicar sus experiencias. La rebelión de los clientes, también tiene que ver con las nuevas tecnologías y los canales de comunicación, que no solo son de interacción empresa-cliente, sino también de consumidor a consumidor, donde incluso tiene mucho más credibilidad la opinión/recomendación de otro consumidor, que lo que una marca pueda decir de sí misma.

“El reto que exigen los clientes es ser atendidos de una forma rápida, eficaz, en el canal de su preferencia, dando soluciones inmediatas, profesionales y de buen modo. Por ello, hay que aprovechar la información de las interacciones, y generar experiencias positivas que vayan más allá de sus expectativas”, señaló García.

Algunas de las conferencias más destacadas, fueron: “Modelos de innovación Amazon: Cómo habilitar la innovación para todos”, presentada por Roberto de la Mora, *Principal Business Development Enterprise & Industry Verticals, Amazon Web Services*; “Las características de las empresas innovadoras”, Javier Iglesias, Director de Opinno México; “Collaboration: cómo innovar y crear valor en los equipos de trabajo”, Yoel Kluk, CEO & General Manager de K&A Kluk and Associates; “Centros de Experiencias: la era digital necesita un toque humano”, Rodrigo Llaguno, Director General Atento México.

En este 22nd *Global Connection Forum*, se tuvo la participación de asistentes de 19 países; 2,000 m² de área de exposición, en la que estuvieron 38 empresas exhibidoras mostrando los últimos avances en tecnología y servicios para la interacción con los clientes. También, por 18 horas y en vivo, se transmitió todo el evento.

Al final, Ma. Eugenia García, reiteró su agradecimiento a los asistentes, conferencistas y empresas exhibidoras, e hizo énfasis en que este foro es el que conecta a los colegas de la industria, quienes están día a día buscando las mejores prácticas para implementarlas en su compañía, y así lograr cautivar al nuevo cliente de esta era digital.



Roberto de la Mora, Principal Business Development Enterprise & Industry Verticals, Amazon Web Services.



Yoel Kluk, CEO & General Manager de K&A Kluk and Associates.



Javier Iglesias, Director de Opinno México.



Rodrigo Llaguno, Director General Atento México.

PATROCINADORES



22nd Global Connection Forum

TALLERES

EN EL MARCO DEL 22ND GLOBAL CONNECTION FORUM, EXPERTOS DE LA INDUSTRIA IMPARTIERON SEIS TALLERES ESPECIALIZADOS SOBRE TEMAS DE, ALTA DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN AVANZADA DEL CC, INNOVACIÓN DISRUPTIVA, MÉTRICAS, BUILDING TEAM, HABILIDADES Y COMPETENCIAS, Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL, QUE RESULTARON DE GRAN INTERÉS PARA QUIENES LABORAN EN LAS ÁREAS DE INTERACCIÓN CON CLIENTES, A CONTINUACIÓN UN RECUENTO DE CADA UNO DE LOS TALLERES.



TALLER DE ALTA DIRECCIÓN
Gestión estratégica en el Centro de Contacto

Impartido por:

Eugenio Fonseca,
Director de Operaciones Customer Care Center & Telemarketing, Grupo Financiero BBVA Bancomer



Administración avanzada del CC
Maximiza el Customer Engagement

Impartido por:

Víctor Pimentel,
Director de Soporte a la Operación
Contact Center, Eficacia



Innovación Comercial Disruptiva
Cómo desarrollar ideas creativas para impulsar tus ventas

Impartido por:

Argenta María Fretes,
Business and Innovation Director



Métricas y KPIs para la gestión del Contact Center

Impartido por:

Mónica Rangel,
Directora de Operaciones,
Call Center de México



Building Team:
Metodología LEGO® Serious Play®

Impartido por:

Eduardo Aguirre,
Colaboración y Fomento para la Industria



Habilidades y competencias para el siglo XXI

Impartido por:

Elba Castañeda,
Facilitadora para el Cambio de la
Conciencia Laboral



La Transformación Digital del Contact Center

Impartido por:

Óscar Gómez,
Customer Engagement &
Digital Transformation Sales Specialist

RESEÑA FOTOGRAFICA



Juan Salazar, Wolfram Gürlich y Sylvia Hartinger.



Juan Felipe Ángel, Natalia Henao y John Jorge Rincón.



Marco Díaz, Eduardo Candela y Alejandro Migliora.



Julio Resendiz y Tania Barrientos de Gilsama.



22nd Global Connection Forum

THE REBELLION OF THE CUSTOMERS



Marisol Rumayor, CEO, Disruptive GovLabs.





Isaac Velázquez, Asucena Sandoval y Eduardo Gil.



Lourdes Adame entrevistando a Margiet Leemhuis, embajadora de los Países Bajos en México.



Samuel Domínguez, Pablo de los Santos y Valeria Fachetti.



Equipo Toga.



Equipo Aslo.



Martha Cepeda y Joel Cuevas de Auronix con Carlos Massad, Mitrol.



Alejandro Casado, Director General de Operaciones, IMT.





Equipo Mitrol.



Alfonso Becerra, Subdirector Customer Experience e Innovación, Cinépolis.



Equipo AHK.





Equipo de Avaya.



Jaime González, Liliana Durán, Jorge López y Esperanza Lara.



CONTACTO
Comunicación con calidad.
1991-2018

¿QUIERES MÁS?
CLIENTES, MÁS INGRESOS Y
MEJORAR TUS PROCESOS

**¡CONÓCENOS Y CERCÍORATE
DE QUE SOMOS
TU MEJOR OPCIÓN!**

Nosotros te asesoramos gratuitamente sobre cuál es la mejor manera de alcanzar tus objetivos.

Más de 15 años de experiencia ayudando a empresas a ser más rentables. Somos el Call Center que te permitirá conseguir más clientes y a conservarlos por más tiempo.

Comunícate con nosotros en:

-  (55) 41 60 60 08
-  desarrollandonegocios@contacto.cc
-  <http://contacto.cc/callcenter/>



13a. Edición 2018 PREMIO NACIONAL

“Excelencia en la
Relación Empresa - Clientes
y Centros de Contacto

Lourdes Delgado y Berenice Hernández

EL PASADO 13 DE MARZO, DENTRO DEL 22ND GLOBAL CONNECTION FORUM, SE DIERON CITA LOS PRINCIPALES CALL & CONTACT CENTERS y BPO'S EN LA CEREMONIA DE PREMIACIÓN QUE ORGANIZA EL IMT AÑO CON AÑO, PARA RECONOCER Y DISTINGUIR LA EXCELENCIA, COMPETITIVIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LAS ORGANIZACIONES MEXICANAS QUE MÁS IMPULSAN LA PROFESIONALIZACIÓN DE NUESTRA INDUSTRIA.

Al dar inicio, Ma. Eugenia García hizo la entrega del Reconocimiento Anual a la Personalidad de la Industria 2018, a Lupita Cuesta, Vicepresidente y Director General de Operaciones de Atención a Clientes en American Express para la región de Latinoamérica, Canadá, España y US, quién destaca por su trayectoria y contribución.

Este año, el IMT, a través de Ma. Eugenia García y Eduardo Achach, rindió un homenaje póstumo a Francisco Burguete y Ramírez Corso, cuya pérdida nos conmueve, durante muchos años aportó su experiencia y vasto conocimiento a distintas empresas del ramo, por lo que se entregó este reconocimiento, y nuestras condolencias a su apreciable familia.



Lupita Cuesta, Vicepresidente y Directora General de Operaciones de Atención a Clientes en American Express para la región de Latinoamérica.



Homenaje póstumo a Francisco Burguete y Ramírez Corso.

Como cada año, el IMT agradece la participación en este certamen de todas las empresas que con su esfuerzo inspiran la innovación y mejora continua, también agradece a sus patrocinadores: AVAYA e INOVATTIA quienes hacen posible la realización de este importante evento.



Miembros del jurado.

Merecen mención especial los miembros del Jurado, siempre dispuestos a compartir su experiencia y profesionalismo en la evaluación de los casos participantes.

Durante la ceremonia de premiación, también se reconoció el esfuerzo y dedicación de las empresas que certificaron su operación a través del Modelo Global de Calidad para la Interacción con Clientes en su nueva versión, que acredita en conjunto con NYCE-SIGE la adopción de un esquema de auto regulación vinculante, en el tema de protección de datos personales, avalado por el INAI.



El Premio Nacional continúa siendo el mayor símbolo de prestigio y distinción de nuestra industria, año con año cobra mayor relevancia para el desarrollo de nuevas estrategias de contacto y omnicanalidad a través de las cuales somos reconocidos a nivel global.

¡Vive esta experiencia!, el Premio Nacional también aporta a tu organización:

- Valores diferenciados que generan mayor negocio y rentabilidad.
- Incrementa la confianza de los socios de negocio, clientes y empleados.
- Motiva al equipo de trabajo a mantener un espíritu de sana competencia.
- Aporta mayor sentido de pertenencia, innovación y mejora continua.
- Mayor reconocimiento público y de los clientes.
- Fortalece las estrategias de *marketing* digital.

Prepárate e inscribe tus casos a la Décimo Cuarta Edición 2019, las inscripciones comienzan en Octubre.





13a. Edición 2018 PREMIO NACIONAL

“Excelencia en la
Relación Empresa - Clientes
y Centros de Contacto

MEJORES ORGANIZACIONES

“Mejor Estrategia de Servicio a Clientes, Sector BPO-KPO-ITO”		
ORO		
Empresa: Telvista Nombre del caso: TRUST-ING saludo, sondeo efectivo y despedida		
“Mejor Estrategia de Servicio a Clientes/Ciudadanos”		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: C5 Gobierno del Estado de México Nombre del caso: Servicio de calidad del C5 por cumplimiento de Normas Internacionales	Empresa: Hoteles City Express Nombre del caso: Transformando la Experiencia en el Servicio en momentos únicos	Empresa: Consejo Ciudadano CDMX Nombre del caso: Línea Ciudadana 10 Años trabajando por, con y para Ciudadanos
“Mejor Estrategia de Ventas”		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: LivePerson LATAM Nombre del caso: Aumento en ventas: Impacto en la Satisfacción	Empresa: Cinépolis Nombre del caso: Un Centro de Contacto que brinda un Servicio de Excelencia	Empresa: Telvista Nombre del caso: Club Incremento de Ventas
“Mejor Estrategia de Cobranza”		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Comdata Group/Digitex Nombre del caso: TAK, dar las gracias y luego para cobrar	Empresa: Teleperformance Nombre del caso: Mejor estrategia de cobranza	Empresa: RSS Solutions Nombre del caso: Optimización y especialización del sistema de cobranza RSS
“Mejor Administración de Talento, Sector BPO-KPO-ITO”		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Atento Nombre del caso: Simulator, herramienta auxiliar para el desarrollo de la información y capacitación práctica	Empresa: Telvista Nombre del caso: Liderazgo Bancable - el balance entre personas y resultado	Empresa: Impulse Telecom Nombre del caso: Guerreros de venta y servicio - GVS
“Mejor Administración de Talento”		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: RCI México Nombre del caso: Atraer el talento como pilar del crecimiento organizacional	Empresa: CFE Suministrador de Servicios Básicos Nombre del caso: Potencializando las competencias laborales de los colaboradores en los 14 CARs para la atención telefónica al cliente	Empresa: Salud Digna Nombre del caso: Mi carrera ABC

"Mejor Estrategia de Operación In Company"		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Nombre del caso: Transformándonos hacia una nueva estrategia de servicio	Empresa: Grupo Diagnóstico Proa Nombre del caso: ¡No más una carga!	Empresa: Plantronics Nombre del caso: <i>Solution Central</i> : Una aplicación todo en una
"Mejor Estrategia de Operación BPO-KPO-ITO"		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: RSS Solutions Nombre del caso: Implementación de <i>Contact Center</i> RCI Norteamérica en México	Empresa: LivePerson LATAM Nombre del caso: Potente centro de conexiones	Empresa: Eficasia Nombre del caso: <i>Assurant</i> : cercanía y sencillez
"Mejor Estrategia de Operación Sector Gobierno "		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: C5 CDMX-Locatel Nombre del caso: Atención que salva vidas: triaje telemédico (nueve-uno-uno-LOCATEL)	Empresa: C5 Gobierno del Estado de México Nombre del caso: Servicio de calidad del C5 por cumplimiento de Normas Internacionales	Empresa: CFE Suministrador de Servicios Básicos Nombre del caso: Transición Operativa Centralizada al Centro de Control Nacional (CECONAL)
"Mejor Contribución Tecnológica"		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Telvista Nombre del caso: TelvistaLife	Empresa: Eficasia Nombre del caso: Telemedicina: vanguardia en atención y diagnóstico médico	Empresa: Hoteles City Express Nombre del caso: Una Cultura Analítica
"Mejor Estrategia de Multicanal / Omnicanal"		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Plantronics Nombre del caso: Siguiendo al Sol: Omni-Support 24x6	Empresa: Hoteles City Express Nombre del caso: Omnicanalidad Transcendiendo a una Nueva Cultura de <i>Customer Experience</i>	Empresa: Eficasia Nombre del caso: Servicio de Cita Médica: salud al alcance de todos
"Mejor Contribución en Responsabilidad Social"		
ORO	Empresa: Telvista Nombre del caso: No más frío para personas en situación de calle	
"Mejor Estrategia de Customer Experience CX"		
ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: LivePerson LATAM Nombre del caso: Trascendiendo en la experiencia del usuario	Empresa: Eficasia Nombre del caso: Línea Roja: la solución comercial en una sola línea	Empresa: Eficasia Nombre del caso: Evolucionando la experiencia del cliente en el gremio AFORE
"Mejor Contribución en Service Desk"		
ORO	Empresa: Teleperformance Nombre del caso: Lo que ves tú, veo yo	



13a. Edición 2018 PREMIO NACIONAL

“Excelencia en la Relación
Empresa - Cliente y Centros
de Contacto”

MEJORES ORGANIZACIONES



ORO

Empresa:
Telvista

Nombre del Caso:
TRUST-ING saludo, sondeo
efectivo y despedida



Ana Laura Valdéz, Mario Espino, Lucy Luján, Laura Olivas y Yair Monroy.

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



ORO

Empresa:
C5 Gobierno del Estado de México

Nombre del Caso:
Servicio de calidad del C5 por cumplimiento de Normas Internacionales



Josafat Gabriel Hernández Villanueva, Hugo de la Cuadra Mendoza y Noé Alan Vega Díaz.



PLATA

Empresa:
Hoteles City Express

Nombre del Caso:
Transformando la Experiencia en el Servicio en momentos únicos



Abner García, Angélica Osorio, Guillermo Castillo y Mauricio Calvillo.



BRONCE

Empresa:
Consejo Ciudadano CDMX

Nombre del Caso:
Línea Ciudadana 10 Años trabajando por, con y para Ciudadanos



Álvaro Morales, Gregorio Santiago, Jorge Bugarín, Ana Erika Alcántar, Patricia Trejo, Diana Moreno, Rodrigo Reyes, Felipe Zamora, Miguel Delgado, Marisol Arenas y Mizraim Partida.



ORO

Empresa:
LivePerson LATAM

Nombre del Caso:
Aumento en ventas:
Impacto en la Satisfacción

Dario Hernández, Majo Páez, Dulce Rivera, Ariadna Ramírez, Omar Santiago, Pam Rodríguez y Alan Bukrinsky.



PLATA

Empresa:
Cinépolis

Nombre del Caso:
Un Centro de Contacto
que brinda un Servicio de
Excelencia

Diego Guzmán y Erick Jiménez.



BRONCE

Empresa:
Telvista

Nombre del Caso:
Club Incremento de Ventas

Aarón Ontiveros, Alfredo Sánchez, Lucy Luján, Laura Olivas, Héctor Javier González y Francisco Iván Gutiérrez.



ORO

Empresa:
Comdata Group/Digitex

Nombre del Caso:
TAK, dar las gracias y luego para cobrar



Abraham Rodas, Oscar Rodríguez, Lizbeth Vázquez, Rafael Borbolla, Adrián González y Luis Ángel Ramírez.



PLATA

Empresa:
Teleperformance

Nombre del Caso:
Mejor estrategia de cobranza



Alberto Flores Resendiz, Adir Santillan, Federico Robles y Juan Luis Salazar.



BRONCE

Empresa:
RSS Solutions

Nombre del Caso:
Optimización y especialización del sistema de cobranza RSS



Mónica Villegas y Moisés González.



ORO

Empresa:
Atento

Nombre del Caso:
Simulador, herramienta auxiliar para el desarrollo de la información y capacitación práctica



Cinzia Karina González Cruz, José Antonio Téllez, Erick Martínez Ramírez y Víctor Hernández Ortega.



PLATA

Empresa:
Telvista

Nombre del Caso:
Liderazgo Bancable - el balance entre personas y resultado



Eduardo Magaña, Lucy Luján, Laura Olivas, Ariana Daza, Yazmin Cruz y Yair Monroy.



BRONCE

Empresa:
Impulse Telecom

Nombre del Caso:
Guerreros de venta y servicio - GVS



Víctor Armando Terrones Yáñez, Ernesto Mora Rojas, Norma Cristina Guerrero Zúñiga, Gerardo Rafael Zarza Hidalgo, Martín de Jesús Saucedo, Ascensión Madrigal y Raúl Armando Sánchez.



ORO

Empresa:
RCI México

Nombre del Caso:
Atraer el talento como pilar del crecimiento organizacional

Andrea Gutiérrez, Adriana García y Daniel Rivas.



PLATA

Empresa:
CFE Suministrador de Servicios Básicos

Nombre del Caso:
Potencializando las competencias laborales de los colaboradores en los 14 CARs para la atención telefónica al cliente

Marisol Rodríguez Báez y Francisco Javier Maldonado Alfaro.



BRONCE

Empresa:
Salud Digna

Nombre del Caso:
Mi carrera ABC

Oralia Terán Soto, Gabriela Gudiño Machado, Cindy Tostado Lizárraga y Rosario López García.



ORO

Empresa:
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

Nombre del Caso:
Transformándonos hacia una nueva estrategia de servicio

Siu Yeng Chan Gaxiola y Claudia Verónica Rodríguez Tirado.



PLATA

Empresa:
Grupo Diagnóstico Proa

Nombre del Caso:
¡No más una carga!

Héctor Joel López Carreón, Violeta Guerrero Martínez, Marcelo Herrera Inostroza, Gerardo Islas Isidoro, Jesús Contreras y Víctor del Valle Lazcarez.



BRONCE

Empresa:
Plantronics

Nombre del Caso:
Solution Central: Una aplicación todo en una

Adriana Valdés y Antonio Flores.



ORO

Empresa:
RSS Solutions

Nombre del Caso:
Implementación de Contact Center RCI Norteamérica en México

Adriana García, Andrea Gutiérrez y Daniel Rivas.



PLATA

Empresa:
LivePerson LATAM

Nombre del Caso:
Potente centro de conexiones

Alan Bukrinsky, Majo Páez, Pablo Guilliem Díaz Mercado, Guadalupe Olivares, Diana González, Mauricio Alegría, Joel Hernández, Edmundo Michaca, Angélica Gutiérrez, Pam Rodríguez y Axel Ramírez.



BRONCE

Empresa:
Eficasia

Nombre del Caso:
Assurant: cercanía y sencillez

Cristian Carrasco, Tania Sánchez, Humberto Delfín, Carolina Pereda, Cristian Cuéllar y Mauricio Aragón.



ORO

Empresa:
C5 CDMX-Locatel

Nombre del Caso:
Atención que salva vidas:
traje telemédico (nueve-
uno-uno-LOCATEL)



Fabián Durán Vázquez, José Alfredo Díaz Monje, José Angel Sánchez Santos, Karina Moreno Ocampo, Luz Hiram Laguna Morales y Juan Carlos Garnica Jasso.



PLATA

Empresa:
C5 Gobierno del
Estado de México

Nombre del Caso:
Servicio de calidad del C5
por cumplimiento de Normas
Internacionales



Hugo de la Cuadra Mendoza y Noé Alan Vega Díaz.



BRONCE

Empresa:
CFE Suministrador de
Servicios Básicos

Nombre del Caso:
Transición Operativa
Centralizada al Centro
de Control Nacional
(CECONAL)



Felipe de Jesús Cedillo Castillo, Moisés Saucedo Vázquez, Janeth Toga García, José Luis del Ángel Medellín y Alan Erasmo García Cenicerros.



ORO

Empresa:
Telvista

Nombre del Caso:
TelvistaLife

Lucy Luján, Alfredo Sánchez, Laura Olivas y Héctor Javier González.



PLATA

Empresa:
Eficasia

Nombre del Caso:
Telemedicina: vanguardia en atención y diagnóstico médico

Cristian Carasco y Pablo Pineda.



BRONCE

Empresa:
Hoteles City Express

Nombre del Caso:
Una Cultura Analítica

Abner García, Gabriela Luna y José Luis Carrete.

CONSORCIO JURÍDICO
Organización Inteligencia Talento Esfuerzo



digitex

Jet

OS

resort



ORO

Empresa:
Plantronics

Nombre del Caso:
Siguiendo al Sol:
Omni-Support 24x6

Adriana Valdés y Antonio Flores.

CONSORCIO JURÍDICO
Organización Inteligencia Talento Esfuerzo



digitex

Jyna
Cont



PLATA

Empresa:
Hoteles City Express

Nombre del Caso:
Omnicanalidad
Transcendiendo a una
Nueva Cultura de Customer
Experience

Mauricio Calvillo, Ángel Arroyo y Abner García.

CONSORCIO JURÍDICO
Organización Inteligencia Talento Esfuerzo



digitex

Jyna
Cont



BRONCE

Empresa:
Eficasia

Nombre del Caso:
Servicio de Cita Médica:
salud al alcance de todos

Eduardo Oropeza, Jaime Millán, Jesús Ramírez, Jonathan Huerta y Javier Cruz.



Aaron Ontiveros, Alfredo Sánchez, Christian Toscano, Lucy Luján, Yair Monroy, Yazmin Cruz, Jonathan López, Laura Olivas, Karina Santibañez, Ariana Vivanco, Eduardo Magaña y Ariana Daza.



ORO

Empresa:
Telvista

Nombre del Caso:
No más frío para personas
en situación de calle



En alianza con
la Universidad
Anáhuac



Si no te pudiste inscribir al Diplomado 1 que inició en este mes, ¡NO TE PREOCUPES! ahora puedes inscribirte a cualquiera de nuestros módulos:

- | | |
|--|------------------------------|
| • Gestión de la Experiencia del Talento | 8 al 29 de mayo |
| • Tecnología de la era digital | 31 de mayo al 21 de junio |
| • Tendencias en calidad y certificación | 26 de junio al 17 de julio |
| • Indicadores clave, medición y métricas | 19 julio al 9 de agosto |
| • Planeación estratégica | 14 agosto al 4 de septiembre |

D2

Gestión Avanzada en Customer Experience Management Centros de Contacto y Áreas de Interacción con Clientes

INICIA: 21 de Septiembre del 2018
Viernes 16:30 a 21:30 Hrs.
Sábados de 9:00 a 14:00 Hrs.

Diplomado 1 + Diplomado 2 =
Máster en Dirección Estratégica de
Customer Experience y Centros de Contacto

**Nuevo
Contenido**

Informes e Inscripciones: Tel. +52 (55) 5340-2290 Ext. 6101 | Whats IMT 55-8468-0731 | diplomados@imt.com.mx



ORO

Empresa:
LivePerson LATAM

Nombre del Caso:
Trascendiendo en la experiencia del usuario



Francisco Correa, Wendy Rangel, Susana Lozano, Pam Rodríguez, Juan Carlos Vergara, Majo Páez, Jose Alfredo García y Alan Bukrinsky.



PLATA

Empresa:
Eficasia

Nombre del Caso:
Línea Roja: la solución comercial en una sola línea



Cristian Carrasco, Víctor Amezcua, Mónica Montero, Ramón Flores Lugo, Mariana Velazco, Jenifer Ramírez y Leonardo Jacques.



BRONCE

Empresa:
Eficasia

Nombre del Caso:
Evolucionando la experiencia del cliente en el gremio AFORE



Pablo Pineda, Carlos Chávez y Miguel Limón.



Francisco Flores, Eduardo Llano, Julema Rodríguez, Salvador Martínez y Emmanuel Chavarría.

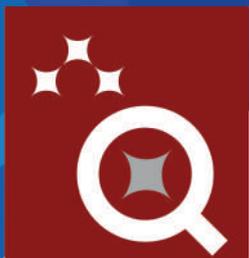
"Mejor Estrategia de Service Desk"



ORO

Empresa:
Teleperformance

Nombre del Caso:
Lo que ves tú, veo yo



BURÓ DE CALIDAD® **imt.**



A través del **Buró de Calidad®**, evaluamos la **eficiencia y efectividad de las interacciones con los clientes**, desde los aspectos relacionados al servicio, uso de herramientas tecnológicas, conocimiento de productos y ejecución de procesos para el óptimo manejo de la marca, asegurando que en cada interacción se mejore la **experiencia del cliente**.



Información actualizada - los 365 días del año, 7 días a la semana, 24 horas al día, Todo el mundo



Key Satisfaction drivers



Cubos de información



Análisis a profundidad (general a particular sin límite)



Con tendencias históricas



Mayor satisfacción, mayor lealtad



Informes: Tel. +52 (55) 5340-2290 Ext. 7000 / 7010
calidad@imt.com.mx | www.imt.com.mx

MEJORES TALENTOS

“Mejor Ejecutivo de Contacto de Atención Ciudadana”

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: CFE Suministrador de Servicios Básicos Nombre: Pedro Eduardo Ríos Luna	Empresa: Consejo Ciudadano CDMX Nombre: Marisol Arenas Guerrero	Empresa: Consejo Ciudadano CDMX Nombre: Karina Zuñiga Flores

“Mejor Ejecutivo de Contacto de Atención a Clientes”

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Konexo Contact & Solution Center Nombre: Susana Lizet Guzmán Fuentes	Empresa: Konexo Contact & Solution Center Nombre: Miguel Ángel Arzate Torres	Empresa: Konexo Contact & Solution Center Nombre: Juan Carlos López Hernández

“Mejor Supervisor”

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Consejo Ciudadano CDMX Nombre: Jessica Martínez Carmona	Empresa: DHL Express México Nombre: Gabriela Esperanza Bazán Lara	Empresa: Consejo Ciudadano CDMX Nombre: Miguel Rodrigo Delgado

“Mejor Supervisor” del Sector BPO - KPO - ITO

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Telvista Nombre: Verónica Santana Palomar	Empresa: CCSI – Call Center Services International Nombre: Luis Delgado Huerta	Empresa: Eficasia Nombre: Claudia Santiago Mena

“Mejor Coordinador”

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Nombre: Astrid Alorda Casas	Empresa: Konexo Contact + Solution Center Nombre: Miguel Blanco Sánchez	Empresa: Laboratorio Médico CHOPO Nombre: Héctor Joel López Carreón

“Mejor Gerente”

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Telvista Nombre: Ariana Elizabeth Vivanco Cervantes	Empresa: Telvista Nombre: Jorge Alberto Ramírez Pérez	Empresa: Telvista Nombre: Rocío Palmira Meza Mendoza

“Mejor Director”

ORO	PLATA	BRONCE
Empresa: Teleperformance Nombre: José Javier García Moreno	Empresa: Consejo Ciudadano CDMX Nombre: Patricia Trejo Hernández	Empresa: C5 Gobierno del Estado de México Nombre: Hugo de la Cuadra Mendoza



“Mejor Ejecutivo de Contacto para la Atención Ciudadana”



Pedro Eduardo Ríos Luna **ORO**
CFE Suministrador de Servicios Básicos

Marisol Arenas Guerrero **PLATA**
Consejo Ciudadano CDMX

Karina Zuñiga Flores **BRONCE**
Consejo Ciudadano CDMX



“Mejor Ejecutivo de Contacto a Clientes”



ORO Susana Lizet Guzmán Fuentes
Konexo Contact & Solution Center

PLATA Miguel Ángel Arzate Torres
Konexo Contact & Solution Center

BRONCE Juan Carlos López Hernández
Konexo Contact & Solution Center





"Mejor Supervisor"



- ORO** Jessica Martínez Carmona
Consejo Ciudadano CDMX
- PLATA** Gabriela Esperanza Bazán Lara
DHL Express México
- BRONCE** Miguel Rodrigo Delgado Maldonado
Consejo Ciudadano CDMX



"Mejor Supervisor del Sector BPO - KPO - ITO"

- ORO** Verónica Santana Palomar
Telvista
- PLATA** Luis Delgado Huerta
CCSI – Call Center Services International
- BRONCE** Claudia Santiago Mena
Eficasia



"Cuanto mayor es la dificultad, mayor es la gloria"

¡FELICIDADES A LOS GANADORES!



13a. Edición 2018 PREMIO NACIONAL

"Excelencia en la Relación
Empresa - Cliente y Centros
de Contacto"

Organizado por: **imt.**



Gracias
a nuestros
patrocinadores

AVAYA

innovattia
Worldwide IT Concept

EFICASIA
Soluciones Integrales en Centros de Contacto



Auspiciado por:

aloic

CANIETI

**COMPETI
CER**
CONSEJO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA
DE CENTROS DE CONTACTO Y RELACIONAMIENTO

IFC

imt. Instituto Mexicano
de Teleservicios

**MODELO GLOBAL
CIC Versión 2.0**
CALIDAD PARA LA INTERACCIÓN CON CLIENTES

Tel. +52 (55) 5340-2290 | www.imt.com.mx

Información general: Lourdes Delgado - l.delgado@imt.com.mx - Ext. 5010



/imtcontactforum



@imt_



IMTContactForum



Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)



imtcontactforum

PREMIO NACIONAL



"Mejor Coordinador"

- | | | |
|--|---------------|--|
|  | ORO | Astrid Alorda Casas
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey |
| | PLATA | Miguel Blanco Sánchez
Konexo Contact + Solution Center |
| | BRONCE | Héctor Joel López Carreón
Laboratorio Médico CHOPO |



"Mejor Gerente"

- | | | |
|--|---------------|---|
| Ariana Elizabeth Vivanco Cervantes
Telvista | ORO |  |
| Jorge Alberto Ramírez Pérez
Telvista | PLATA | |
| Rocío Palmira Meza Mendoza
Telvista | BRONCE | |

"Mejor Director"



ORO José Javier García Moreno
Teleperformance

PLATA Patricia Trejo Hernández
Consejo Ciudadano CDMX

BRONCE Hugo de la Cuadra Mendoza
C5 Gobierno del Estado de México



La solución innovadora, confiable, fácil de usar y más rápida de implementar en el mercado latinoamericano.

SOLICITE UN DEMO

Contáctese con nosotros para solicitar un Demo de nuestra plataforma
ventas@microsyslabs.com
Tel: México DF - (52) 554 170 8102

SIMULATOR DISMINUYE HASTA UN 11% **LA ROTACIÓN DE PERSONAL** EN EL PROCESO DE **CAPACITACIÓN** DE UNA **EMPRESA**

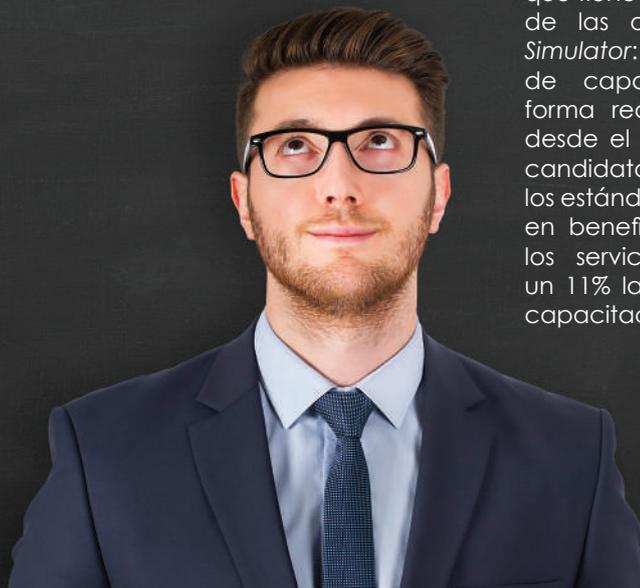
SIMULATOR, LA HERRAMIENTA QUE MEJORA LOS PROCESOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE CAPITAL HUMANO

El impacto de las tecnologías de la información en los diferentes sectores, trae consigo la necesidad de hacer cambios en la práctica, dentro y fuera de una compañía, para actualizarse a un mundo digital y globalizado. Hoy, la juventud enfrenta un gran desafío al buscar integrarse al ambiente laboral, y es necesario que el sector empresarial les ayude a romper barreras.

Atento, empresa de servicios de gestión de relaciones con clientes, y externalización de procesos de negocio, (CRM/BPO) en México y resto de Latinoamérica, y, con base en su facturación, uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial, llevó a cabo un análisis en el sector bancario, obteniendo como resultado un alto porcentaje de deserción en el proceso de capacitación, derivado de la ausencia de una herramienta de formación, en esta etapa, previa a su contratación, que permitiera a los participantes interactuar con los sistemas de los clientes.



Atento, consciente de la importancia que tiene el talento humano, dentro de las organizaciones, desarrolló *Simulator*: la primera herramienta de capacitación en tiempo y forma real de trabajo, para que desde el primer día se forme a los candidatos a distintos puestos, con los estándares de calidad y métricas en beneficio de la excelencia de los servicios, disminuyendo hasta un 11% la rotación de personal en capacitación.



Para Rodrigo Llaguno, Director General de Atento México, los beneficios de *Simulator* para el personal de nuevo ingreso, son muy claros, "La implementación de este programa de capacitación virtual en tiempo y forma real, beneficia a cualquier compañía, ofreciendo una recompensa psicológica a los colaboradores para reducir el estrés y el miedo del primer día de trabajo, así como el incremento en la calidad y el cumplimiento de métricas desde la fase inicial del colaborador".

EN LA RECIENTE ENTREGA, ORGANIZADA POR EL INSTITUTO MEXICANO DE TELESERVICIOS (IMT), DE LA DÉCIMO TERCERA EDICIÓN DEL PREMIO NACIONAL EXCELENCIA EN LA RELACIÓN EMPRESA-CLIENTE Y CENTROS DE CONTACTO, SIMULATOR GANÓ EL ORO POR LA "MEJOR ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO" CON EL CASO "SIMULATOR, HERRAMIENTA AUXILIAR PARA EL DESARROLLO DE LA FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN PRÁCTICA",



Este galardón reconoció la estrategia de Atento en mejorar los procesos de administración del capital humano, que impactan, en el desarrollo y productividad del talento para lograr una mejor experiencia de cliente.

Simulator, es un generador de experiencias, similares a las del puesto de trabajo que desarrolla habilidades en el personal de nuevo ingreso, mediante herramientas tecnológicas. Este modelo de formación se ha enfocado en la capacitación práctica de sistemas, y acumulación de experiencias alimentadas por las mejores destrezas, ejercidas por asesores expertos, para impartir un entrenamiento 100% interactivo.

En la implementación de *Simulator*, se emplea la metodología *Blended Learning*, que permite combinar la estancia presencial con la virtual, optimizando:

- ▶ Reducción en rotación temprana
- ▶ Mejora de los indicadores operativos (Tiempo Medio de Operación)
- ▶ Incremento en la satisfacción del cliente final
- ▶ Reducción en curva de aprendizaje

Este sistema permite adecuar el ritmo de aprendizaje a la disponibilidad de cada empleado, ya que elimina las barreras espaciotemporales. La combinación de sistemas y métodos favorece un mayor aprendizaje y un desarrollo integral, tanto en conocimiento, como en habilidades y actitudes. A partir de esto, el empleado desarrolla criterios para valorar la información recibida, y fortalecer la capacidad para tomar decisiones, ya sea en grupo o individualmente.

El uso frecuente de esta herramienta en empresas de diferentes sectores, permite un mejor funcionamiento en equipo, con una retribución psicológica que fomenta una relación sólida colaborador organización, a través de un 0% de miedo al primer día de trabajo porque son capacitados los indicadores del negocio, y de calidad, dentro del entorno de las operaciones, absorbiendo la rutina del día a día.

El índice de aprobación o certificación en el proceso de capacitación presencial de los empleados, era del 75%, con el sistema *Simulator* ya se tiene un 95% de aprobación en esta etapa; a partir de la personalización en el ritmo de estudio, el dinamismo que permite la tecnología, y la retroalimentación constante que se puede hacer.



Con este tipo de formación, se logra un mayor interés del trabajador por el aprendizaje, al mismo tiempo que mejora su pensamiento crítico, aumentando su capacidad de respuesta en el uso de sistemas de la empresa, promoviendo un aprendizaje basado en la experiencia, la cual ayuda a mejorar la transferencia y retención del conocimiento.

Somos líderes mundiales en gestión omnicanal de la experiencia del cliente

Teleperformance conecta a las más grandes y respetadas marcas del planeta con sus clientes. Trabajamos con personas apasionadas y las mejores herramientas para garantizar la excelencia. Ofrecemos soluciones multicanal que generan valor para tus clientes, proporcionando una experiencia excepcional en cada interacción.

Presencia Global

223,000
Empleados

171,000
Estaciones de trabajo

76
Países en los que operamos

160
Mercados que servimos

40
Años de experiencia

350
Centros de Contacto

265
Idiomas y dialectos

34.2
Millones de horas de capacitación a empleados

+12,000
Empleados promovidos anualmente



16 Centros de Contacto de clase mundial estratégicamente ubicados

Aguascalientes

Chihuahua

Ciudad de México

Durango

Guadalajara

Hermosillo

Monterrey

Puebla



*Cada
interacción
es Única*

LA EXPERIENCIA ASSURANT EN MÉXICO

ASSURANT SOLUTIONS MÉXICO ES PARTE DE ASSURANT INC., EMPRESA LÍDER EN PRODUCTOS DE SEGUROS ESPECIALIZADOS Y SERVICIOS AFINES, EN NORTE AMÉRICA Y MERCADOS INTERNACIONALES.



Actualmente tiene presencia en 16 países del orbe y su desempeño global la sitúa entre las firmas más importantes del mundo.

ASSURANT, no se define a sí misma como una empresa que vende seguros, sino como un socio que entiende la industria de sus clientes, y por lo tanto, desarrolla soluciones a la medida de las necesidades de los mismos, con el objetivo de proteger lo que más les importa, minimizar riesgos y hacer crecer el negocio de sus clientes. Los resultados de estas acciones han permitido a Assurant incrementar su participación en el mercado nacional y propiciar recompra y recomendación de sus productos y servicios.

Assurant en México maneja 5 líneas de productos o negocios:

- Garantía Extendida
- Protección de Equipos Móviles
- Protección de Estilo de Vida
- Protección Automotriz
- Protección de Casa-Habitación

Para este consorcio, el servicio postventa es clave, no solo para la atención de los clientes, sino para la expansión del negocio, ya que la experiencia del cliente inicia realmente cuando tiene que reportar un siniestro o solicitar apoyo para resolver cualquier duda sobre los productos de cobertura adquiridos. En ese momento es cuando el desempeño del Centro de Contacto se vuelve crítico en y para la Experiencia del Cliente, ya que de ello depende la solución de un problema, y por ende el cumplimiento de una responsabilidad.

EL TRABAJO QUE SE HACE DESDE EL CENTRO DE CONTACTO ES FUNDAMENTAL PARA INCREMENTAR LA FIDELIDAD Y RETENCIÓN DE CLIENTES EN UN TIEMPO DETERMINADO.

Assurant seleccionó en el año 2016, a la empresa EFICASIA para que se hiciera cargo de estas tareas y lograr no solo el éxito de la empresa, sino la satisfacción de sus clientes, mediante una fácil administración y control de los siniestros.

Actualmente el Centro de Contacto de Assurant brinda servicio a clientes de los siguientes países:

- Chile
- Perú
- Argentina
- Colombia
- México

Eficasia, consciente de la gran responsabilidad que implica una operación global, ha capacitado a su personal constantemente, desarrollado métodos y procedimientos e implementando un Sistema de Gestión de la Calidad, así como de Seguridad en el Manejo de la Información, sin dejar de lado una robusta plataforma de telefonía basada en "Avaya."

Lo anterior ha permitido que Assurant, además de comercializar con éxito sus productos y servicios en los diferentes mercados en los que opera, responda a las expectativas de sus clientes vía un excelente servicio de postventa. Adicionalmente, esta situación ha generado una gran lealtad a la marca.

Es importante mencionar que el servicio se otorga utilizando voz (llamadas *Inbound* y *Outbound*) y

sistemas digitales, como Chat, mensajes de texto SMS y Correo Electrónico, así como un concepto denominado Mesa de Control, en donde Eficasia interactúa con los procesos de los aliados comerciales de Assurant, para brindar una atención integral, y que el cliente no tenga que estar comunicándose con diferentes números telefónicos, evolucionando el Centro de Contacto en un *Share Service Center*. Lo antes señalado ha permitido que las interacciones se simplifiquen y disminuyan, reduciendo al mínimo los tiempos de solución.

Finalmente, es interesante destacar que mensualmente se atiende un promedio de 15,000 casos en todos los países de América Latina, tan solo en algunos de los segmentos asegurados. Hablando de la satisfacción del cliente y de la probabilidad de una recomendación o compra, los índices de Assurant se encuentran entre los más altos de la industria.



Más de 10 años proporcionando soluciones innovadoras y garantizando una experiencia extraordinaria para nuestros clientes.

Contamos con más de 3,500 estaciones

Más canales, más interacciones, más clientes satisfechos...

Sólo con los mejores servicios.

Atención a Clientes | Chat | Ventas | E-mail | Biometría de voz | Redes Sociales | Soporte Técnico

www.eficasia.com • contacto@eficasia.com • Tel. (55) 5322 0450

ISO | copc | ITIL | EF | SUPER EMPRESAS ASESORAS 2017

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: ¿CÓMO QUEDA LA PRIVACIDAD Y LA SEGURIDAD DE MIS DATOS?

Weber Canova*

LA VELOCIDAD DE SURGIMIENTO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA ADOPCIÓN DE ELLAS ES CADA VEZ MAYOR

Esta evolución trae un crecimiento exponencial de superficies posibles de ataques, al mismo tiempo que ofrece innumerables oportunidades a las empresas. Ante el inmenso volumen de datos que necesitan ser procesados, los algoritmos avanzados simplifican el análisis y la toma de decisiones. La inteligencia artificial es la tecnología más adecuada para superar este desafío, pero trae consigo un temor: ¿cómo queda la seguridad y la privacidad de mis datos al adoptarla?

Creemos que la inteligencia artificial es una tecnología con un funcionamiento muy similar a Waze, que se diferencia del GPS y otras aplicaciones de mapas y rutas porque existe la colaboración entre los usuarios. No comparten información personal, como el color o la placa del coche, pero comparten datos relevantes sobre el trayecto, como la velocidad del tráfico, accidentes e incluso el precio del combustible en una gasolinera. Esta información beneficia a todos.

Es exactamente eso lo que sucede con la inteligencia artificial. Los datos siguen siendo de las empresas usuarias, pero todas se beneficiarán de un proceso acelerado de evolución de la tecnología. Esto es porque la misma plataforma es usada por numerosas empresas y, como ella tiene capacidad de aprendizaje, cuanto más estas organizaciones usen la tecnología, más inteligente se quedará. Por lo tanto, si la máquina aprende a calcular el churn de una compañía, esa inteligencia será compartida y, a partir de allí, ayudará a todos los usuarios.

Más que eso, el intercambio de información también posibilita un *benchmarking* con el mercado en general - no sólo con una empresa específica. Esta colaboración ayuda a las organizaciones a conocer mejor el mercado en el que actúan, y tomar decisiones más acertadas para un crecimiento sostenible.

Sin embargo, creemos que, al igual que en Waze, necesita haber un equilibrio entre la privacidad y la colaboración. La privacidad es fundamental para la seguridad de la información de las compañías y para una mayor adopción de la inteligencia artificial. Por otro lado, la colaboración es la clave para la evolución de la plataforma, y si no hay cooperación, este proceso será muy lento.



Otra cuestión que preocupa a los gestores, es la seguridad de la información. Con la digitalización de los negocios, habrá más sistemas y cosas conectados y, con ello, puertas abiertas para ataques. En el caso de inteligencia artificial, así como en otros sistemas, una de las formas de garantizar la seguridad de los datos es el control de acceso a ellos por medio de políticas y contraseñas.

Es posible, por ejemplo, determinar restricciones de acceso por personas, cargos o áreas. Además, la tecnología permite definir qué aplicaciones o, incluso, campos pueden ser visualizados por los usuarios. Para tener una idea, en el sector de salud, esa restricción permitiría que sólo el médico tuviera acceso a sus exámenes.

Aunque existe un anhelo enorme en relación con los beneficios de tecnologías innovadoras, como la inteligencia artificial, todavía hay mucho temor hacia ellas. Sin embargo, las empresas deben ser conscientes de que adoptar la inteligencia artificial no significa que se van abriendo más o menos y que estarán más o menos seguras que antes. La tecnología impacta el poder de inteligencia de las organizaciones y adoptarla puede ser fundamental para la supervivencia de su empresa en el mercado.



*Weber Canova
Vicepresidente de Tecnología
de TOTVS

¿Busca soluciones rápidas y eficientes para el manejo de su programa de viajes?

Experto local y global en viajes corporativos, BCD Travel tiene las respuestas que usted busca para reducir los gastos de viaje:

- Acceso a tarifas exclusivas con proveedores preferenciales
- Garantía de aplicación de las Políticas de Viaje y de las mejores tarifas
- Control y visibilidad sobre los gastos de viaje a través de reportes en línea
- Proceso de autorización electrónica
- Solución integral en la planeación de eventos y convenciones
- Aplicación móvil para viajeros

Contáctanos

CDMX +52 (55) 9138 3000
Monterrey +52 (81) 8133 8800
marketing@bcdtravel.com.mx
www.bcdtravel.com.mx

tripsource
by BCD Travel

La aplicación para clientes de BCD Travel
www.tripsource.com/es/

BCD  **travel**
travel smart. achieve more.

¿CUÁNTO ANCHO DE BANDA REQUIERE TU EMPRESA?

Lourdes Adame Goddard

LA REVOLUCIÓN DIGITAL ESTÁ EXIGIENDO QUE LAS EMPRESAS REQUIERAN DE UN MAYOR ANCHO DE BANDA, SIN EMBARGO, LA TENDENCIA DE LAS ORGANIZACIONES ES LIMITARSE EN EL ANCHO DE BANDA POR CUESTIONES DE COSTO EN LAS TARIFAS, ENTRE OTRAS RAZONES.



Pero la pregunta es: ¿cómo saber si tu negocio requiere un ancho de banda menor, cuando no ha tenido uno mayor?

Hoy los dispositivos móviles tienen capacidades de gigas cada vez mayores, por eso empresas como Transtelco, tiene la visión de invertir y trabajar en el crecimiento para responder a las necesidades de grandes anchos de banda, ofreciendo tarifas muy competitivas.

Transtelco, ofrece servicios de red de empresa y carrier de alto rendimiento a empresas nacionales y transnacionales. Su arquitectura de red escalable y transparente, permite a sus clientes configurar servicios y activos para adaptarse a los requerimientos de negocio, compartiendo recursos y capacidades en redes de metro, nacionales y transnacionales.

“Gestionamos todos los aspectos de nuestro servicio, incluyendo la instalación, servicio, monitoreo y gestión de redes, lo que nos permite ofrecer soluciones confiables y rentables a nuestros clientes. Hoy tenemos clientes que nos piden enlaces de 10 gigas de manera muy fácil” comenta en entrevista, Jesús Ponce, Desarrollo de Negocios, Transtelco.



Jesús Ponce, Desarrollo de Negocios, Transtelco.

La extensa fibra y los activos inalámbricos de Transtelco en las principales ciudades fronterizas de México y Estados Unidos, junto con su tecnología de conexión multipunto de malla, y las redes dedicadas de larga distancia, permiten configurar y administrar redes de cualquier tamaño y complejidad.

Los servicios de Transtelco, proveedores de grandes empresas armadoras, actualmente se están enfocando en el sector financiero.

Entre los grandes diferenciadores de Transtelco versus su competencia, Ponce señala dos características:

► **LATENCIA** hoy Transtelco, está hospedado en los NAP (*Network Access Point*) en los Ángeles y Dallas, Estados Unidos, donde convergen todas las entidades de proveedores de contenido como Google, Netflix, Facebook, así como carriers, de corte global o mundial. "Transtelco, está hospedado en estos NAPS lo cual nos permite ofrecer un servicio de muy baja latencia, y de primera mano".

► **RED PROPIA** la tecnología que utiliza Transtelco, le permite crecer muy rápido los anchos de banda, de tal forma que: "si un cliente tiene un ancho de 50 megas y al otro día, por su operación requiere 500, se puede crecer el servicio en un tiempo muy corto. Esa flexibilidad representa un gran diferenciador".

OFERTA DE VALOR, DE TRANSTELCO PARA LOS CONTACT CENTERS

El portafolio de Transtelco, está compuesto por su oferta de valor y una gran diversidad de servicios, que tienen relación no solo con los de internet sino con los enlaces internacionales. En específico para los Centros de Contacto, —explica Ponce— Transtelco, puede ser una gran *partner* en virtud de los servicios que presta y que se han caracterizado por tener una de las redes más rápidas, con menor latencia y una mejor experiencia de usuario. También garantiza un desempeño y disponibilidad muy alta en los servicios, debido a que tiene una infraestructura propia.

"Hoy, Transtelco cuenta con más de 12 mil km de fibra óptica propia, lo cual permite llevar las comunicaciones a dos países, México y Estados Unidos. Somos la última milla para muchos carriers en México y también los que van de México a Estados Unidos", puntualiza Ponce.

Además, las organizaciones globales pueden conectar las redes nacionales y regionales dentro de México con oficinas en los Estados Unidos y otros países del extranjero, usando conexiones de larga distancia para crear redes virtuales que abarcan el mundo, compartiendo activos, servicios y recursos.



LA DIGITALIZACIÓN, REPRESENTA UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA TRANSTELCO, YA QUE PUEDE DAR FLEXIBILIDAD Y RESPUESTA MUY RÁPIDA A LOS REQUERIMIENTOS DE LAS ORGANIZACIONES.

"No estamos en un esquema cuadrado, limitado, si el negocio crece, nosotros respondemos de manera muy rápida a ese crecimiento. La digitalización requiere de gran demanda de ancho de banda, lo cual Transtelco puede proveer", concluye Ponce. 

plantronics



Convierte tu espacio en un entorno de trabajo perfecto

VOYAGER 8200

Por su diseño contemporáneo y su anulación activa del ruido, la Voyager UC 8200 es la herramienta perfecta para que puedas centrarte en el trabajo de manera cómoda y elegante.

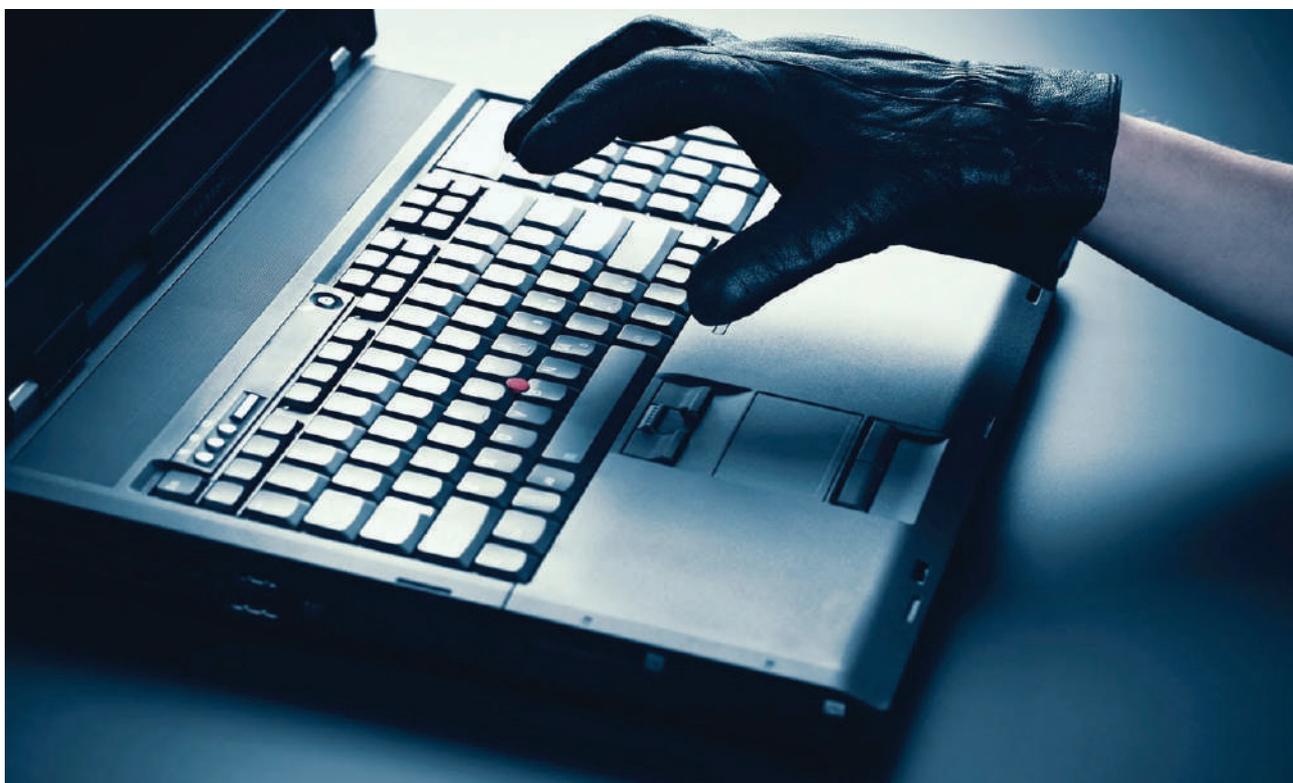


Contacto Latintel de México

Cd. de México (55) 4130 6261
juan.c.hernandez@latinteldemexico.com
Monterrey (81) 8375-9223
carlos.gomez@latinteldemexico.com
Guadalajara (55) 15296940
efren.araujo@latinteldemexico.com



LA VULNERABILIDAD MÁS GRANDE NO ES EL MALWARE, ES LA NATURALEZA HUMANA



Ramón Salas*

INDEPENDIENTEMENTE DE CÓMO SE ORIGINEN LOS ATAQUES CIBERNÉTICOS, A LAS EMPRESAS AÚN LES CUESTA COMPRENDER QUE DEBEN VOLCAR LA ATENCIÓN EN EL PUNTO DONDE SE CRUZAN PERSONAS Y DATOS.

Y es que dichos puntos de intersección, pueden escapar incluso de los sistemas y estrategias mejor diseñados, con un solo acto malicioso intencional o accidental. Orientar el actual enfoque en perímetros y muros, cambiándolo hacia las personas es crucial en esta nueva realidad de la nube, y de gran movilidad.

Aunque haya más inversión en sistemas de seguridad para crear muros y aislar los datos, las amenazas y brechas siguen aumentando, porque tecnologías como la nube y los dispositivos móviles, son cada vez más usados. Por supuesto, controlar eso, es realmen-

te complicado para las empresas y provoca que las áreas de TI estén orientando mal sus estrategias de seguridad.

Es momento de que dichas estrategias viren, de un enfoque "externo" a uno que vaya de "dentro hacia afuera", y que esté centrado en las personas. Se requiere que los responsables de la seguridad entiendan el ritmo en que las personas interactúan con la información, para que cuando haya cambios en ese ritmo, se apliquen las políticas de prevención y protección.

Las 5

...si quieres desperdiciar dinero

mejores excusas para no usar marcadores predictivos

1

Un marcador predictivo es una inversión demasiado grande.

Para Dialfire sólo necesitas Internet y un navegador web. No requiere inversión ni hay costes fijos. Sólo pagas por lo que hablas.

2

Mi nuevo proyecto empieza mañana. Es demasiado tarde para usar un marcador predictivo.

Con Dialfire puedes empezar hoy mismo. Inscríbete. Solo necesitas 3 minutos para iniciar tu primera campaña.

3

Un marcador predictivo sólo vale la pena si tienes muchos agentes.

La marcación predictiva con Dialfire funciona con un solo agente. Por supuesto, también si tienes cientos.

4

Para poder usar un marcador predictivo, necesito personal de TI.

No es necesario ser un informático para configurar Dialfire. Si puedes abrir un archivo Excel, puedes usar Dialfire.

5

Trabajo con centros de llamadas externos. No tienen un marcador predictivo.

Con Dialfire puedes conectar fácilmente centros de llamadas externos. Tienes todos los datos bajo tu control.

¿Qué es Dialfire?

Dialfire es un sistema para centros de llamadas entrantes y salientes en la nube. Todo lo que necesitas es internet y un navegador web. Es perfecto tanto para campañas sencillas como para complejas campañas multinivel. Dialfire se conecta fácilmente a tu CRM u otros sistemas a través de API y puede enviar SMS y correo electrónico.



En 2017, casi se duplicaron los eventos de seguridad respecto al 2015 y 2016. Y en cuanto al gasto, los números también crecieron, ya que de acuerdo con Gartner, las empresas en el mundo seguirán aumentando su gasto en seguridad hasta llegar a \$113,000 millones de dólares en el 2020. Evidentemente, hay algo que no cuadra, porque a mayor gasto debería haber menos incidentes de seguridad, y tristemente no es así.

LA NUBE Y LOS TRABAJADORES REMOTOS, SON LOS MÁS GRANDES RETOS PARA LA CIBERSEGURIDAD EN ESTE 2108

Sin duda, estas tecnologías ayudan a aumentar la eficiencia y las ganancias de las empresas, pero también han provocado que se almacenen datos críticos en diversos sitios a donde las estrategias de seguridad no pueden llegar, como nubes privadas, públicas, medios extraíbles y por supuesto, dispositivos móviles.

Actualizar los sistemas de *hardware* y *software* para adaptarlos a los nuevos entornos, ayuda pero no es suficiente, ya que se forma un ciclo interminable que no resuelve el problema de raíz. Se requiere una estrategia que considere al ya mencionado punto de intersección de los datos con el factor humano, lo que llamamos el "Human Point".

Las credenciales de usuario mal protegidas, y el comportamiento negligente o accidental de los empleados, son las causas más comunes de los incidentes de seguridad y pérdida de datos. Así, usuarios descuidados o enojados, en combinación con datos en la nube y dispositivos móviles, convierten al problema, en un verdadero dolor de cabeza para las empresas que tienen las redes e infraestructura aparentemente más seguras.

La solución radica en observar la única constante: personas que interactúan con datos críticos. Por eso, la máxima vulnerabilidad no es el *malware*, es la naturaleza humana impredecible.

Una vez aplicado ese enfoque, se podrán conocer las razones que provocan los comportamientos intencionales, maliciosos o no, de los empleados, o causados por acciones totalmente accidentales. De esta manera, las organizaciones pueden entender qué tipo de usuario está provocando un problema, y tomar decisiones rápidas, informadas y efectivas para resolverlo.

Al contar con una estrategia de seguridad adecuada, se puede diseñar un sistema de alerta temprana para prevenir el comportamiento anormal de los empleados, y que puede terminar en un potencial ataque. También permitirá educar a los empleados sobre el riesgo que hay al usar dispositivos y datos empresariales de forma remota o en la nube.

Por último, además de mejorar la visibilidad de las amenazas, y administrar el riesgo, un enfoque de seguridad centrado en el ser humano, ayuda a cumplir con las regulaciones que cada vez son más estrictas en los diversos países.

Ahora es cuando debemos centrarnos en la seguridad desde dentro hacia afuera, para realmente reducir los riesgos y aprovechar al máximo las inversiones en seguridad.

Fuente: <http://www.gartner.com/newsroom/id/3638017>



***Ramón Salas**
Director Regional de Forcepoint
para México y Centroamérica.



Deseo suscribirme a la revista

Nombre Título
Empresa Cargo
Calle y Núm. Colonia
Ciudad Estado C.P
Tel. Fax.
Giro empresa e-mail

DATOS DE FACTURACIÓN

Favor de realizar su pago en CITIBANAMEX, Número de cuenta 9086795712, a nombre del Instituto Mexicano de Telemarketing, S.C. CLABE 002180028342307073

ANUALIDAD \$350.00

"Las mejores prácticas en Centros de Contacto y relaciones Empresa-Cliente"

- Centros de Contacto
- Servicio a Clientes
- Relaciones Empresa - Cliente
- Tecnología
- Telefonía IP
- Estudios

Informes: 5340-2290

STREAMMEXICO: CONECTANDO AUDIENCIAS



Estos son algunos de los principales beneficios para tu empresa, al utilizar el **STREAMING**:

- ▶ Reduce el costo de las capacitaciones, al transmitir en vivo a cualquier parte del país o del mundo.
- ▶ Hace llegar el contenido a los colaboradores a sus lugares de trabajo sin que tengan que trasladarse.
- ▶ Informa a los socios, clientes y proveedores, estrategias importantes sin tener que reunirlos en un solo sitio.
- ▶ Elimina complejos procesos administrativos de divulgación de información.
- ▶ Ofrece una oportuna difusión de mensajes en tiempo real.
- ▶ Acelera la comunicación entre áreas funcionales de la empresa.
- ▶ Potencializa el mensaje a todas las personas interesadas en tu sector.
- ▶ Produce gran impacto en el mercado meta (clientes actuales y potenciales).
- ▶ Conecta a los colaboradores mediante un streaming interno, sin conectarse a internet.

EL STREAMING, ESTÁ TOMANDO GRAN RELEVANCIA EN DIVERSOS SECTORES ECONÓMICOS DEL PAÍS COMO POTENCIALIZADOR DE CONTENIDOS Y ESTRATEGIAS COMERCIALES.

Ahora, los colaboradores y consumidores de las marcas, demandan la entrega eficiente de contenidos digitales.

El **STREAMING** está transformando la manera en la que interactuamos con el mundo, comunicarnos con familiares, amigos, mantenernos entretenidos, así como para adquirir nuevos conocimientos a distancia.

El **STREAMING** de video representa actualmente, más de la mitad de todo el tráfico en internet, y los expertos pronostican que ese número aumentará en un 75% en el año 2020.

"La modalidad de aprendizaje de educación en línea ha cobrado más importancia, y en esta evolución está siendo aceptada por instituciones educativas, empresas y la sociedad misma. La apuesta en el futuro a corto plazo, es convertirla en tendencia, al combinarla con la modalidad presencial, brindando a la sociedad un mayor acceso a la educación en todos los niveles", comenta Carlos Sánchez, Director de Planeación Estratégica de **STREAMMEXICO**.

A lo largo de 8 años, **STREAMMEXICO** ha colaborado con diversas instituciones educativas, empresas privadas, dependencias de gobierno, artistas y marcas comerciales como IPADE, Tec de Monterrey, Universidad de Monterrey, ICAMI, UVM, Escuela Bancaria Comercial, Universidad Autónoma de Chapingo, entre otras, difundiendo sus contenidos por medio de una plataforma propia, y un sistema de transmisión que permite distribuir audio y video a cualquier dispositivo conectado a internet, proveen soluciones exclusivas en términos de creatividad, identificando las necesidades, deseos y demandas de su mercado meta, logrando aplicar una correcta estrategia para generar un gran impacto.

¡STREAMMEXICO CUENTA CON LA EXPERIENCIA PARA HACER DE UN EVENTO ALGO TRASCENDENTAL Y EXITOSO!

Comunícate, hablemos sobre tu proyecto y conectemos con tu audiencia.

Oficina corporativa: (55) 6350 8608

✉ ventas@streammexico.com

🐦 [@Stream_Mexico](https://twitter.com/Stream_Mexico)

📘 [StreamMexico](https://www.facebook.com/StreamMexico)

VISIBILIDAD INTELIGENTE, CLAVE PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA ERA DIGITAL

Alejandra Galvan*

ACTUALMENTE, LAS APLICACIONES CORPORATIVAS SON UN COMPONENTE ESENCIAL DE CÓMO LAS ORGANIZACIONES INTERACTÚAN CON SUS CLIENTES.



A medida que las industrias se han vuelto más competitivas, brindar una experiencia interactiva, rápida, segura y consistente al usuario, se ha convertido en una de las formas más importantes para diferenciarse en el mercado. En este contexto, la evolución y la transición hacia entornos de nube híbridas y multinivel y las nuevas modalidades de desarrollo, están provocando que el entorno de entrega de aplicaciones sea más dinámico.

No obstante, estas tendencias han contribuido a que los líderes de TI requieran mayor visibilidad respecto al rendimiento y la seguridad de estas aplicaciones. Entonces, ¿qué tienen que considerar los departamentos de TI para mantener el control?

EN ESENCIA, EXISTEN TRES FACTORES CLAVE DE LA VISIBILIDAD PARA LOS ENTORNOS DE TI ACTUALES: RECOPIACIÓN DE DATOS, ANÁLISIS Y ACCIÓN.

► **RECOPIACIÓN DE DATOS:** Uno de los mayores desafíos es la gran cantidad de datos que generan las empresas. Aunque la fuente de estos datos sea Azure, AWS (Amazon Web Services) o sistemas *on-premises*, es necesario recopilarlos y llevarlos a una ubicación central antes de analizarlos.

► **ANALÍTICOS:** El análisis de datos se focaliza en obtener la información correcta para las personas adecuadas, en el momento preciso. Los datos corporativos esconden innumerables ideas que pueden arrojar luz sobre el comportamiento del usuario, las amenazas de seguridad, el rendimiento de las aplicaciones, la experiencia del cliente y más.

Es verdad que, debido a la gran cantidad de datos, la obtención de información procesable, suele ser una tarea desafiante. Por ello la inteligencia artificial y las técnicas de aprendizaje automático, pueden establecer líneas de base, encontrar patrones y destacar tendencias y anomalías importantes.

Los líderes de TI, podrán brindar información relevante a los equipos de seguridad, redes y operaciones en la nube.

► **ACCIÓN:** Una vez identificados los posibles retos u obstáculos, deben atenderse lo más rápido posible, antes de que escalen. La automatización será clave para cerrar el ciclo. Las políticas se podrán aplicar y modificar en tiempo real, sin la necesidad constante de la aprobación humana. Por ejemplo, si una cuenta de usuario se comporta de manera

extraña, las políticas de TI se pueden cambiar automáticamente, de modo que se impide inmediatamente al usuario acceder a los datos.

Por último, las infraestructuras actuales de entrega de aplicaciones, se enfrentan a una creciente serie de amenazas a la seguridad de TI. A medida que se mueve más *software* a la nube, la seguridad se convierte en algo más que simplemente proteger el perímetro del centro de datos. Por ello, es clave contar con soluciones que permitan identificar los posibles ataques a nivel de aplicaciones, en una variedad de entornos en la nube y en las instalaciones. Después de identificarlas se tienen que hacer visibles y tomar medidas para mitigarlas.

En conclusión, las aplicaciones deben entregar la experiencia que los clientes esperan. Para asegurarlo, los departamentos de TI deben recopilar datos sobre cómo se usan las aplicaciones, y analizarlos para poder innovar. Las soluciones proporcionan sistemas de puntuación que evalúan el rendimiento de las aplicaciones, permitiendo profundizar en los detalles. Esta visibilidad ofrece dos ventajas principales: rendimiento y seguridad, que afectan directamente a la experiencia final del cliente. 



Webinar gratuito

3 Prácticas que Maximizarán la Productividad de tu Departamento de Qa

12 de junio, 10:00 Hrs.

Si necesitas hacer más en menos tiempo y con los mismos recursos, recibir y crear reportes claros, pero sobre todo lograr resultados observables en la productividad de tu Centro de Contacto, asiste a este Webinar y descubre cómo hacen las grandes empresas para lograr los resultados esperados y disminuye el estrés en tu departamento de Qa

Dirigido a: Coordinadores, Gerentes y Directores de todas las áreas relacionados con Qa



capacitacion@imt.com.mx | Ext. 6000, 6010, 6030

www.imt.com.mx | Whats IMT 55-8468-0731 | Tel. 5340-2290



CONTACT DAY 2018

ABORDÓ LOS DESAFÍOS QUE PLANTEA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL



BAJO EL CONCEPTO "TRANSFORMANDO EL FUTURO" SE REALIZÓ EL 26 DE ABRIL, EN SANTIAGO DE CHILE, LA ÚLTIMA VERSIÓN DEL CONTACT DAY 2018, EVENTO ORGANIZADO POR LA EMPRESA TI SIXBELL, QUE DESDE HACE 12 AÑOS SE HA POSICIONADO COMO UN EVENTO "IMPERDIBLE" DE LA INDUSTRIA PARA CONOCER LAS TENDENCIAS Y SOLUCIONES TECNOLÓGICAS DE CLASE MUNDIAL.

En esta oportunidad, Pablo Pumarino, Gerente General Corporativo de Sixbell, señaló que la compañía está permanentemente analizando y proyectando las necesidades del mercado, razón por la cual trabaja en la incorporación de las tecnologías que se prevé determinarán el éxito empresarial del futuro como la inteligencia artificial, la omnicanalidad, *analytics*, *big data* y los servicios en la nube.

Sixbell, que está presente en México, Centroamérica, Colombia, Perú y Brasil espera este año un aumento del 10% en sus ingresos y 15% en utilidad, para lograr negocios del orden de los 50 millones de dólares al 2020, además de mantener su nivel de inversión en desarrollo que alcanza los 2 millones de dólares por año.

Como conferencista principal del *Contact Day 2018*, se presentó el tecnólogo y emprendedor argentino Santiago Bilinkis, autor del libro "Pasaje al futuro", quien mencionó que el reemplazo de computadores que realizarán tareas de humanos se verá claramente



Pablo Pumarín, Director General Corporativo.



Santiago Bilinkis

en los próximos 20 años; un plazo no tan largo para plantearnos cómo nos prepararemos para enfrentar esta realidad y qué nuevas labores tendremos que desempeñar.

En este sentido, recalcó que como lo único cierto es que no se sabe cómo serán los trabajos del futuro, el desafío actual es empezar a capacitar a las personas en habilidades horizontales.

Asimismo, los asistentes participaron de cinco interesantes *tracks*: *Customer Journey*; *Omnicanalidad Cognitiva*; *Sucursal Digital*; *Clouds Privados*, *Automatización y SND* y *El futuro de las Telcos*. Y para el cierre de este magnífico evento se contó con la participación de uno de los diez mejores magos del mundo, Jean Paul Olhaberry con su espacio denominado ¿Ilusión o Realidad?



CONTACT DAY 2018 TUVO LA PARTICIPACIÓN DE MÁS DE 500 PERSONAS DE 135 EMPRESAS DE DIVERSAS INDUSTRIAS, LÍDERES DE OPINIÓN, AUTORIDADES RELACIONADAS CON EL ÁMBITO TECNOLÓGICO Y ALTOS EJECUTIVOS DEL SECTOR.

Como en años anteriores, los *partners* de Sixbell expusieron en los *tracks* tecnológicos sus soluciones. Este año, *Contact Day* contó con la participación de: Genesys, Verint, Avaya, Alcatel-Lucent, Aruba, Plantronics, Metaswitch, Whitestack, Solem, Nuance y VHT.



PRESTIGIO, CONFIABILIDAD, SUSTENTABILIDAD Y CUMPLIMIENTO

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 Y ENFOQUE A RESULTADOS DE TODAS LAS ÁREAS DE INTERACCIÓN CON CLIENTE QUE ADOPTAN ESTE MODELO.



Durante la ceremonia del Premio Nacional Excelencia en su Décimo Tercera Edición, el pasado 13 de marzo, el IMT reconoció a aquellas organizaciones que acreditaron el cumplimiento de los requisitos que plantea el MGCIC y de manera muy especial a todas aquellas que además, incorporaron el cumplimiento a la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares a través del MGCIC 2.0 que en alianza con NYCE-SIGE es reconocido por el INAI como el esquema de autorregulación vinculante de nuestro sector.

Felicidades a las organizaciones que a través del Modelo Global CIC 2.0 son referente de nuestra industria.

Data Voice Call Center S.A. de C.V.

Nivel de Certificación: Desarrollo
Centro de Contacto Naucalpan



Izzi Telecom (Aryadeba)

Nivel de Certificación: Competitivo
Centros de contacto Tijuana,
Cuernavaca y Cuernavaca Leandro
Valle

Seguros Banamex
Dirección de Servicio a
Clientes
Operado por
Teleperformance

Nivel de Certificación:
Clase Mundial
 Centro de Contacto
 Naucalpan



CSI Centro de Soluciones en Informática

Nivel de Certificación: Competitivo
& Encargado de los datos para los
procesos de Mesa de Ayuda
 Centro de Contacto Churubusco

B-Connect Services

Nivel de certificación: Clase Mundial
& Encargado de los datos para
la campaña de AMEX
 Centros: Palacio de los Deportes,
 Añil, Gómez Palacio



ATENTO MÉXICO RECONOCIDA COMO UNA DE LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR

Atento fue reconocida como una de las mejores empresas para trabajar en México por noveno año consecutivo y suma doce reconocimientos Great Place to Work en su totalidad, por este motivo también fue incluida en el Hall of Fame en el país en la categoría de más de 5,000 empleados. Atento se situó este año en el Top 20 del Ranking del GPTW México 2018.

Rodrigo Llaguno, Director General de Atento México, comentó al respecto: "Es un gran orgullo recibir este reconocimiento, que refuerza nuestra cultura y nuestra apuesta por el capital humano como un integrante clave en nuestra oferta de valor a las empresas". Llaguno añadió, "Contamos con el mejor equipo de profesionales para garantizar la mejor experiencia de cliente del mercado. Quiero agradecer a los empleados de Atento por su compromiso para ofrecer siempre la mejor experiencia al cliente y por la forma en que viven nuestros valores de compromiso, pasión, integridad y confianza."



Atento en el Ranking del GPTW México 2018.



Atento reconocido en el Hall of fame GPTW.

El reconocimiento de GPTW es resultado de la apuesta estratégica que Atento realiza con sus colaboradores; la compañía emplea, capacita y proporciona oportunidades de desarrollo a miles de personas de diversos perfiles, desde recién egresados, hasta profesionales especializados en una variedad de disciplinas. En México, Atento cuenta con más de 16,000 colaboradores capacitados para ofrecer la mejor experiencia de cliente en un entorno cada vez más digitalizado.

"En Atento nos sentimos orgullosos de convertirnos en el primer empleo para miles de jóvenes cada año. Además de dotarlos con las herramientas y conocimientos necesarios para desempeñar sus funciones y prepararlos para integrarse al mundo laboral, desarrollamos sus capacidades; permitiendo su crecimiento futuro dentro y fuera de nuestra organización" comentó Llaguno.

A través de programas y actividades de motivación, capacitación y desarrollo se busca que los colaboradores se comprometan con la cultura Atento, viviendo los valores y principios de la compañía y que se desarrollen como profesionales haciendo crecer sus habilidades en Atento.

Great Place to Work es una empresa global de investigación, consultoría y entrenamiento, que ayuda a las empresas a identificar, crear y mantener unos excelentes ambientes de trabajo a través del desarrollo de una cultura de confianza. Cada año elabora y publica las listas de las Mejores Empresas para Trabajar en cada uno de los más de 50 países donde está presente.



CONSULTORÍA Estratégica en Transformación DIGITAL

imt4.0

¿Cuál es el objetivo de la Consultoría?

Contar con un análisis holístico de tu empresa para determinar su coeficiente digital actual y detectar las áreas de oportunidad y preparar a la organización para hacerla más competitiva en la era digital.

Entregables:

- Evaluación "Digital Máster"
- Documento de recomendaciones para elevar el coeficiente digital de tu empresa
- Plan de acción general para el proceso de transformación digital (Procesos, Experiencia del Cliente, Recursos Humanos y Tecnología)

Pilares de la transformación digital:

- ✓ Experiencia del cliente
- ✓ Procesos Operacionales
- ✓ Modelos de negocio

¿Conoces el coeficiente digital de tu organización?
¿Ya visualizaste el futuro digital de tu empresa?



Uso de la tecnología para mejorar el desempeño, aumentar el alcance y garantizar mejores resultados



Es un cambio estructural en las organizaciones



Mejora de la experiencia del cliente



Impacto en la sociedad y en los procesos de negocio



Transformación en productos y servicios

consultoria@imt.com.mx | www.imt.com.mx
+52 (55) 5340-2290 Ext. 5000 | Whats IMT (55) 8468-0731

 /imtcontactforum  @imt_  IMTContactForum  imtcontactforum

 Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)



Teleperformance

Transforming Passion into Excellence



Transformamos experiencias en resultados.

Somos el líder mundial en la industria del servicio al cliente. Trabajamos con personas apasionadas y las mejores herramientas para garantizar la excelencia. Ofrecemos soluciones multicanal que generan valor y resultados para tus clientes, proporcionando una experiencia excepcional en cada interacción.

Tenemos 16 Centros de Contacto de Clase Mundial Ubicados en :

Aguascalientes
Ciudad de México

Chihuahua
Durango

Guadalajara
Hermosillo

Monterrey
Puebla

Presencia Global

217,000
Empleados

163,000
Estaciones de
trabajo

74
Países en los que
operamos

160
Mercados que
servimos

39
Años de
experiencia

340
Centros de
Contacto

265
Idiomas y
dialectos

Mail: bizdev@tpmex.com
01 800 111 0202



@Teleperformance
@Tp_Mex



/teleperformanceglobal
/teleperformance.mx