

Importancia de los Call Center.

Introducción.

Siempre que se habla de un Call Center, nos referimos a centros de Atención de llamadas, compañías que disponen de una serie de personas que se dedican a atender llamadas o a realizar llamadas o incluso ambas tareas, el fin de estas llamadas puede ser con diversos objetivos como por ejemplo, departamentos de atención a clientes, atención a reclamaciones, asistencias y soportes técnicos, departamentos que hacen encuestas, empresas de telemarketing, etc.

Estas personas que hacen llamadas o atienden llamadas son los **Agentes** del Call Center.

Para estas empresas en concreto es muy importante conocer datos de la calidad y la cantidad de llamadas efectuadas o atendidas, la razón es muy sencilla, el principal negocio de estas empresas se centra en la realización y recepción de llamadas con lo cual el control de la información que hace referencia a las llamadas es de vital importancia para valorar el negocio y beneficio de estas compañías y así mejorar la atención de los clientes en cualquier servicio o producto.

Los antecedentes y evolución del call center

Los call center surgen a nivel mundial en los años 80 y en Latinoamérica en los años 90 y la línea de evolución de los call centers ha progresado tecnológicamente desde instalaciones primordiales de atención manual hasta las llamadas agentes universales, pasando por la automatización e respuestas rutinarias, integración de voz, datos y software especializado para aplicación de agentes y marcaciones predictivas

Los sectores en los cuales se usa actualmente call center son:

- ✓ Telecomunicaciones
- ✓ Servicio al Cliente
- ✓ Aeronáutica
- ✓ Tele mercadeo
- ✓ Turismo
- ✓ Hotelero
- ✓ Publicitario
- ✓ Financiero

- ✓ Salud

Objetivos:

Los principales objetivos de los centros de atención Call center se pueden dividir en 2 Grupos:

❖ **Reducción de costos**

- ✓ Marcacion Directa a Interno (DID)
- ✓ Costo de negocio
- ✓ Tiempo de llamada
- ✓ Tiempo de Espera
- ✓ Personal
- ✓ Transferencia
- ✓ Papel
- ✓ Complejidad
- ✓ Tiempo de aprendizaje

❖ **Incremento ganancias**

- ✓ Tiempo de aprendizaje
- ✓ Productividad de agentes
- ✓ Satisfacción de clientes
- ✓ Incrementar posibilidades de negocios
- ✓ Retención de clientes
- ✓ Funcionalidad
- ✓ Calidad
- ✓ Posición competitiva

Procesos

La implantación de un call center es necesario evaluar y rediseñar los procesos de la compañía buscando un mejoramiento integrado, que garantice el cumplimiento de sus objetivos y orientándolos de cara al cliente teniendo en cuenta:

- Las expectativas y necesidades de los clientes
- Los resultados y sus especificaciones de calidad enfocados a proveer mayor valor al cliente
- Los proveedores
- El flujo de trabajo, actividades y reglas del negocio, buscando mejorar la productividad.
- Los indicadores de control y desempeño
- Relaciones con los clientes y proveedores internos. Identificación de oportunidades de ventas cruzadas y referencia

Tipos

Un call center puede brindar varios servicios, dependiendo del tipo de llamadas que se realicen, estas pueden ser Inbound, Outbound o ambas.

❖ Inbound

- ✓ Servicio al cliente: Información, quejas reclamos, estudios de mercado, sondeos de opinión, calidad y satisfacción de clientes.
- ✓ Identificación de oportunidades de ventas cruzadas y referencia para nuevos negocios.
- ✓ Toma de pedidos
- ✓ Oferta de nuevos productos
- ✓ Realización de ventas telefónicas de servicio.
- ✓ Captura de información de los clientes para ser visitados
- ✓ Aclaración de dudas sobre la campaña existente

❖ Outbound

- ✓ Verificación de datos (actualización de base de datos)
- ✓ Tele mercadeo
- ✓ Encuestas (Investigación del mercado, toma de opiniones)
- ✓ Ventas de servicio
- ✓ Prestación de campañas
- ✓ Seguimiento a las ventas
- ✓ Divulgación de información
- ✓ Oferta de servicios complementarios o nuevos
- ✓ Recuperación de cartera vencida (gestión de cobranza).

❖ Call Blending (combinación de llamadas entrantes y salientes)

- ✓ Durante una campaña puede realizarse una combinación de llamadas entrantes o salientes en el call center. En ambos casos se mantienen los niveles de servicio y se maximiza la productividad de los agentes

Las Redes sociales en la industria de los call center

Los últimos años han supuesto la explosión de las redes sociales en todo el mundo, primero fue Myspace, y después Facebook, LinkedIn, Twitter y Tuenti en España entre otras muchas, que han revolucionado la forma en la que la gente se comunica

Los usuarios que se conectan a las redes sociales lo hacen porque les interesa la información que publica su lista de contactos. Al mismo tiempo se generan contenidos que siguen sus amigos, no olvidemos que las redes sociales se han convertido en una nueva plataforma que permite a la sociedad acceder a una información válida al margen de los medios tradicionales. Por ello, es fundamental para las empresas entender que la comunicación y la publicidad convencional no son eficientes en este entorno.

Por esta misma razón, las redes sociales suponen un espacio muy atractivo para las marcas, ya que los usuarios pasan una gran cantidad de tiempo prestando una mayor atención que cuando consumen otros medios como la televisión o la prensa. Los responsables de marketing pueden crear páginas, grupos, comunidades o aplicaciones para promocionar una marca o una empresa en las redes sociales. Estas acciones ayudan a interactuar con los usuarios, entablar conversaciones con ellos y construir valor para la marca. Contribuyen a los resultados globales de las empresas a largo plazo, pero, excepto en casos muy concretos, no tienen efecto inmediato sobre las cuentas de resultados.

Conclusión

Hoy en día una de las industrias que ha crecido de manera importante son el uso de los call center, para las empresas de cualquier ramo que se desempeñe, el call center es una herramienta que se diseña y se construye "a medida" atendiendo las necesidades que plantean las áreas comerciales. A los requerimientos y necesidades de esas áreas es necesario incorporar criterios de calidad los que se traducen en requerimientos de equipamiento y recurso humanos que definen o modelan el call center.

El proceso de asignar la persona adecuada al cliente concreto en el momento apropiado es de vital importancia para tener una relación exitosa con sus clientes, si se gestiona correctamente, los clientes están más satisfechos, las ventas cruzadas son mayores, y ciertos segmentos de clientes de alto valor pueden ser tratados individualmente de acuerdo a sus premisas de negocio.

Todo el trabajo en conjunto entre el call center y el cliente comercial logran cubrir sus expectativas y sus objetivos en cuestión de mejorar y/o ventas de productos por medio de esta industria.

Lo comentado se puede llevar a cabo con un sistema de tratamiento de llamadas adecuadas y técnicas de optimización de recursos, las soluciones de **Contact Center** permiten que las empresas ofrezcan mayores niveles de eficiencia al mismo tiempo que aumentan sus ingresos. Así, los agentes correctos atenderán mejor las llamadas y la productividad global del Call Center aumentará, reduciéndose los costes.

Por qué elegí el Tema?

Elegí el tema debido a que me desarrollé en esta industria de los call center ya durante 9 años y me han tocado varios cambios que he sufrido y a su vez la cantidad de clientes comerciales que se atienden por este medio ofreciendo sus productos o servicios que les generen ventas o solo atendiendo las solicitudes de sus usuarios finales para mejorar sus servicios.

Y dentro de esta industria lo que lo importante es la satisfacción del usuario final y comercial y se ha desarrollado y crecido en los últimos años.

De donde partí para escribir?

En esta ocasión para no profundizar tanto en el tema es plantear de lo básico de que es? Y después que se ofrece dentro de esta industria.