



DANIEL CESTAU LIZ
COUNTRY MANAGER DE INCONCERT

- POR JUAN LUIS BALBI -

Madurez e innovación

Las dos caras del líder en soluciones tecnológicas para Contact Centers y Marketing Digital.

¿Daniel, como los encuentra el 2018 y hacia dónde se dirige inConcert?

Nos encuentra celebrando 16 años de vida y, para comenzar a responder tu pregunta de hacia dónde vamos, creo que lo más importante en una industria tan cambiante y dinámica como la tecnológica –donde constantemente surgen jugado-

res nuevos y también se extinguen "dinosaurios"– es tener un norte claro y una visión tecnológica sólida y consistente.

En este sentido, el mejor vaticinador del futuro es el análisis de la historia. Ten en cuenta que cuando en el año 2000 las grandes marcas de la industria del Contact Center – algunas de las cuales hoy ya no existen –dudaban si arriesgar la in-

corporación de Tecnología IP en sus productos, e incluso defendían el statu quo debido a compromisos con paradigmas tecnológicos obsoletos, en inConcert invertíamos fuertemente en el desarrollo de tecnología Full-IP. ¿Era esto el riesgo de una start-up agresiva o el reflejo de una visión tecnológica avanzada? Veamos qué sucedió... Esta apuesta nos permitió lanzar al mercado una

“Ya más cerca en el tiempo, desde hace un año, nuestras soluciones incorporan Inteligencia Artificial y ya estamos desplegando soluciones de IoT aplicadas al Contact Center”

de las primeras plataformas de Contact Centers IP puras y adelantarnos a lo que vendría. Unos años más tarde, en 2008, decidimos nuevamente innovar en grande y rediseñamos completamente nuestra plataforma para hacerla viable en un entorno cloud y multitenant y, como resultado, nos convertimos en una de las primeras plataformas a nivel global para brindar servicios de Contact Center virtuales en la nube. Luego, llegó la Omnicanalidad y, nuevamente, en 2012, fuimos innovadores presentando al mercado una de las primeras plataformas realmente Omnicanal para Contact Centers.

Ya más cerca en el tiempo, desde hace un año, nuestras soluciones incorporan Inteligencia Artificial y ya estamos desplegando soluciones de IoT aplicadas al Contact Center. Entonces, para finalmente responder a tu pregunta, la "película" relata una historia consistente de visión tecnológica avanzada e inversión en investigación y desarrollo con el objetivo de brindar a nuestros clientes herramientas para que optimicen la performance de todas sus operaciones en las que interactúan con clientes.

¿Esto me lleva a preguntarte acerca de los premios que han recibido?

Entre otras premiaciones que obtuvimos, tanto en Europa como en las Américas, considero que lo más significativo –y en particular relacionado con el mercado mexicano– es que, por segundo año consecutivo, fuimos reconocidos con el “Best Practices Award” de Frost &



Sullivan en la categoría de Innovación Tecnológica para Contact Centers en América Latina. Tal como menciona el documento de Frost & Sullivan, uno de los factores que influyó en esta decisión es la consistente e importante inversión que realizamos en Investigación y Desarrollo que comentaba anteriormente. Adicionalmente, menciona la madurez tecnológica, la solidez financiera y corporativa, y la extensa experiencia de inConcert en los mercados que actúa que, trascienden México, dado que hoy operamos en veintiseis países en cuatro continentes.

¿Cuéntame algo en relación con el portafolio de productos de inConcert, dónde aplican la Tecnología que ustedes desarrollan?

Un tema previo y no menor, que de alguna forma tu pregunta me da pie para responder, es que inConcert no solamente desarrolla Tecno-

logía. También implementa soluciones con servicios profesionales provistos por un equipo de ingenieros propios, transfiere conocimiento a sus clientes mediante planes de capacitación comprensivos y provee soporte técnico. O sea, cubre toda la cadena de valor en forma directa y sin delegar responsabilidades en terceras empresas. Ahora, bien, volviendo a tu pregunta, el portafolio de productos inConcert se ha ido expandiendo, sin perder foco y lo hemos estructurado en tres suites principales integradas entre sí: Omnichannel Contact Center, Workforce Optimization y Marketing & Sales. Estas tres suites, o tres pilares del portafolio, a su vez, son atravesadas transversalmente por funcionalidades cognitivas –vale decir, por la aplicación de Inteligencia Artificial a la optimización de interacciones– y por Internet of Things.

¿Daniel, puedes explicarme como una empresa con foco en Contact Center se ha expandido al área de Marketing?

En realidad, es un movimiento natural. Tú sabes que una de las aplicaciones principales de las soluciones de Contact Center –además del Customer Service o Cobranzas– es la venta y adquisición de clientes.

No es una novedad que la transformación digital y las preferencias de los consumidores han cambiado el terreno de juego y cada vez más la captación de clientes y generación de ventas a través del Marketing digital toma mayor relevancia. Sin

embargo, no todo es e-commerce puro. De hecho, hay importantes estudios que dejan en evidencia que la respuesta inmediata a través de Contact Center, ante una registración en una página web, mejoran significativamente los ratios de cierre. Es en este contexto que entendemos que la unificación del proceso de generación de demanda con el funnel de Marketing y ventas, sumado a una trazabilidad indivisa del ciclo de vida del lead, es fundamental. Esto lo hemos plasmado en una suite especializada: inConcert Marketing & Sales.

¿En relación con Inteligencia Artificial que están haciendo?

A comienzos del año pasado establecimos una alianza con Microsoft mediante la cual integramos servicios cognitivos de Azure a nuestra tecnología. De esta forma, podemos ofrecer soluciones de Contact Center y Marketing Digital innovadoras con prestaciones cognitivas embebidas –como, por ejemplo, chatbots inteligentes, enriquecimiento de leads y análisis de interacciones– en entornos de Atención Omnicanal. Así, ayudamos a que nuestros clientes optimicen sus operaciones y generen fuertes ahorros de costos, preservando la calidad en la experiencia de sus clientes.

¿Dime algo mas respecto al Chatbot, que suena interesante?

Como en toda disrupción tecnoló-



gica, en las etapas iniciales la desinformación y medias verdades, pueden confundir a los consumidores en relación a los reales alcances de la tecnología y la correcta comparación entre ellas. El punto de partida es dejar en claro que no todos los chatbots son iguales. Nuestro producto ofrece un conjunto completo de funcionalidades dirigidas a la gestión e integración eficiente de la operación del chat de las empresas. En particular, existen cuatro elementos clave que la diferencian de otras aplicaciones. En primer lugar, la tecnología cognitiva embebida en la solución aplica la Inteligencia Artificial al análisis de las expresiones, lo que permite que el bot entienda, con un alto grado de precisión, la intención del usuario y obtenga los datos que encierra cada frase. Como segundo punto, incorpora herramientas para diseñar procesos de Servicio al Cliente que permite integrar el bot con los sistemas, datos y procesos de negocio. En tercer lugar, permite configurar el comportamiento exacto del

robot en diferentes situaciones de Servicio al Cliente; y finalmente, el bot está integrado omnicanalmente con todos los demás canales de contacto existentes que una empresa ofrece a sus clientes.

¿Daniel, cómo te gustaría cerrar esta entrevista?

Preferiría que el cierre lo haga un tercero calificado y no yo, que no puedo abstraerme a una carga subjetiva importante:

“Más de 15 años de compromiso constante con la innovación tecnológica en todo su portafolio de productos y la incorporación de capacidades de última generación en las soluciones, prueban la innovación visionaria sin igual de inConcert en la industria de sistemas de Centros de Contacto de América Latina. Frost & Sullivan cree que el rendimiento financiero positivo de inConcert, la sólida lealtad que tiene su marca y su continuo potencial de crecimiento se deben en gran parte a su propia tecnología madura y la extensa experiencia en el mercado que tiene la empresa. La comprensión de las necesidades de sus clientes, así como el reconocimiento de las principales tendencias y las dinámicas que afectan a la industria de los Centros de Contacto en América Latina han mantenido como líder de la industria a esta empresa. Con su fuerte rendimiento general, inConcert ha ganado el premio 2017 a la innovación tecnológica otorgado por Frost & Sullivan.”