

Pandemia incrementa servicios de Call Centers



By [GabyGarcia](#) on Mar, 01/06/2021 - 16:55



Durante la pandemia, lejos de reportar pérdidas, el negocio de los Call Centers ha crecido en el orden del 30%, estimó Daniel Cestau, country manager de InConcert para México, EUA y Centroamérica, empresa especializada en la fabricación de tecnología para Contact Center.



Imagen de Monkey Business Images para Shutterstock

NEO
El marketing de los negocios

261

NUEVO LIDERAZGO EN AUGUSTO ELÍAS: CONSOLIDA SU LEGADO

ANA PAULA ELÍAS
DIRECTORA GENERAL EN
AUGUSTO ELÍAS

OMNICALIDAD,
SIN MARCHA ATRÁS

EMPRESAS
PRIORIZAN
TRANSFORMACIÓN
DIGITAL

Descarga gratuita

**DAILY
HOUSE
RADIO**

Classic rock
classic hits
and vinyls

El directivo explicó que la pandemia de Covid 19 vino a potenciar la necesidad que tuvo el cliente final de comprar en línea, lo cual disparó los servicios de Call Centers, pues al estar trabajando desde casa, la gente llama cada vez más para resolver problemas con sus diferentes servicios cómo cable, telefonía, servicios de banca o velocidad a Internet, entre muchos otro.

Algunas compañías del sector ya contaban con la tecnología necesaria para tener a su gente trabajando desde casa. “Te podría decir que cerca del 90 por ciento de las compañías del sector se reinventaron a fin de lograr la misma productividad que tenían antes de la pandemia”, dijo.

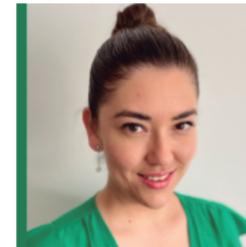
“En el caso de **InConcert**, cuenta con 60 000 posiciones operando en México, lo cual significa cerca de 120 000 agentes trabajando, pues existen dos turnos por cada posición. Lo anterior, significó un reto importante pues se tuvieron que mover más de 10 000 personas a su casa”, explicó el directivo.

En México **InConcert** tiene más de 160 clientes. Algunos de sus clientes son **Atención Telefónica, Especialistas en Contacto Directo, Toyota, Coppel, 4NDM, Atento, Banco del Bajío, Bancoppel, Inova**, entre otros; y a nivel global atiende a más de 500 empresas.

InConcert brinda a sus clientes software que cubre todas las necesidades funcionales de un centro de contacto multimedia de alta demanda, soluciones multicanal y omnicanal 360° para procesar las interacciones sin problemas a través de diversos canales como chat, correo electrónico, SMS y redes sociales.

Para que un negocio de Call Center operé óptimamente debes tener infraestructura, recursos humanos y toda la tecnología para que todo lo anterior funcione.

De acuerdo con cifras del **Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)**, en México, la industria de Call Centers emplea a 700 000 personas, de las cuales 65% está actualmente trabajando en su casa, 25% ha vuelto a la oficina y el 10% restante nunca se fue.



Tendencias

Kerry: expertos en sabor

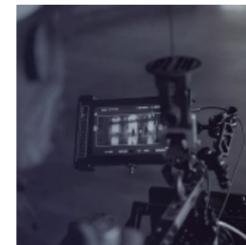
By Mayra.Daniel on Mar, 15/06/2021 - 18:04



Producción

TNT y Modelo Pura Malta presentan el reality show "Maestro Cervecerero: El Reto"

By GabyGarcia on Mar, 15/06/2021 - 17:19



Producción

La AMFI presenta su plataforma para la firma de contratos digitales

By GabyGarcia on Mar, 15/06/2021 - 16:47

Las empresas que necesitan comunicarse con los clientes tiene dos opciones: tener su propio centro de contactos o bien subcontratar a una empresa que da servicio a varias compañías. Lo anterior, depende de la estrategia y el fin que tengan dichas empresas, puede ser ventas o dar atención al cliente, refirió Daniel Cestau.

Si bien se pudiera pensar que la industria ha perdido en manos de la inteligencia artificial durante el confinamiento, la gente estuvo dentro de sus casas, lo que representó un crecimiento al centro del contacto, explicó.

“Las herramientas de inteligencia artificial potencian las interacciones con los clientes; la tendencia mundial es que el agente telefónico humano participe en menor medida. Sin embargo, éstos generan mayor valor agregado, pues brindan un servicio más personalizado y puntual, por lo cual su participación continuará ocupando un lugar clave”, agregó.

InConcert es una empresa de origen uruguayo que opera en 26 países al rededor del mundo, entre los que destacan Barcelona, Madrid, Paris, Emiratos Árabes, Marruecos, Miami, San José de Costa Rica, Montevideo, Lima, Bogotá y México, entre otros.

TAGS:  HAZ MARKETING  CALL CENTER  MARKETING  INCONCERT