



Pandemia aumenta 30 por ciento servicios de Call Centers

Negocios

Tecnología



30 de mayo de 2021, 06:00pm



Redacción



2 min



Durante la pandemia, lejos de reportar pérdidas, el negocio de los Call Centers ha crecido en el orden del 30 por ciento, estimó Daniel Cestau Liz, Country Manager de InConcert para México, Estados Unidos y Centroamérica, empresa especializada en la fabricación de tecnología para Contact Center.

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. Fue un gran desafío migrar las operaciones de teletrabajo en poco tiempo", dijo Cestau Liz.



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

A nivel global, la empresa atiende a más de 500 empresas, en México InConcert suma más de 160 clientes, dentro de los que destacan Atención Telefónica, Especialistas en Contacto Directo, Toyota, Coppel, 4NDM, Atento, Banco del Bajío, Inova y Bancoppel, entre otros.

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

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

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.

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, afirmó Cestau Liz.

“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.

Desde hace 20 años inConcert desarrolla avanzada tecnología de contact center con el objetivo reducir costos, mejorar procesos de atención y brindar una excelente experiencia al usuario. Opera en 27 países y tiene oficinas propias en México, Madrid, Barcelona, Bogotá, Lima, Costa Rica y Montevideo.

inConcert desarrolla avanzada tecnología omnicanal, potenciada con inteligencia artificial, con el objetivo de lograr clientes felices y empresas rentables. Desde 2001 entrega soluciones llave en mano de contact center, marketing, ventas y servicio al cliente especializadas en reducir costos, mejorar procesos de atención y brindar una excelente experiencia al usuario.