

Servicios Antigua filial de Telefónica

Los «call center» atienden a la llamada de la revolución digital

▶ Atento profundiza en su transformación tecnológica y avanza desde la simple ejecución a la asesoría de sus clientes

BELÉN RODRIGO

Desde hace un par de años Atento está inmerso en un plan de transformación para situarse a la vanguardia del sector. Esta compañía de servicios de relación con clientes y externalización de procesos de negocio es uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial en base a la facturación (1.818 millones el año pasado). Hace dos años lanzaron Atento Digital, «como resultado del nuevo consumidor, cada vez más digital, un servicio que incluye la atención por redes sociales y por mensajería instantánea», explica a ABC Empresa José María Pérez Melber, director general de Atento España y EMEA. «Y lanzamos igualmente todo el tema de automatización», añade. Ofrecen servicios de consultoría de procesos, herramientas de marketing digital, automatización de procesos de front y back-office de gestión de clientes y cuentan con una plataforma omnicanal para generar eficiencias y resultados en la adquisición, gestión y retención de clientes.

En esta nueva realidad digital Atento está llevando a cabo para sus clientes la transformación de operaciones. «Hemos pasado de disponibilizar agentes, meros ejecutores, con la tecnología en manos del cliente, a un nuevo escenario en el que nos piden ayuda para tener una tecnología moderna con dos tendencias, la digital y la experiencia del cliente que ha cobrado una gran importancia. El cliente ahora tiene mucho poder», afirma el responsable de la compañía.

A pesar de toda esta digitalización, José María Pérez Melber defiende una atención humana como algo diferencial en las compañías. En este sector «hay los llamados momentos de la verdad y cuando esto ocurre debes tener



José María Pérez Melber es el director general de Atento España y EMEA GUILLERMO NAVARRO

A pesar de la digitalización, la atención humana es un elemento diferencial

un ser humano detrás. En esos momentos te están jugando tu relación con el cliente. La parte emocional no se puede sustituir y no es conveniente». Por ese motivo desde Atento buscan perfiles que tengan un componente emocional y comercial.

Nuevo modelo de negocio

En los últimos dos años Atento ha puesto en marcha una estrategia basada en asociaciones con sus clientes. «Tenemos desde grandes integradoras y consultoras hasta start up de nicho con soluciones diferenciales», indica el director general. Ya tienen más de 20 socios que les ofrecen soluciones tecnológicas. «Explicamos a nues-

tros clientes las opciones que tiene, como comunicar por WhatsApp o por realidad aumentada», añade.

Han creado además una oficina técnica para ofrecer a los clientes la automatización de una parte importante de los procesos. Y están preparando a sus agentes para que sepan configurar a los robots. «Nuestro negocio seguirá siendo el call center pero alguien tiene que programar a los robots», afirma el responsable. Reconoce que todavía muchas empresas no están preparadas para este cambio «pero aunque sigan optando por el servicio del call center tradicional quieren estar al lado de una empresa capaz de realizar en un futuro esa transformación».

El nuevo perfil de los operadores

Entre los operadores de los «call center» cada vez hay más consultores y tecnólogos. «Entra gente bastante joven. A nivel de agentes un 70 % son mujeres y en nuestra dirección el 64% son mujeres», apunta el responsable. Destaca el aprendizaje «desde cero» de gran parte de la plantilla y muchos de los directores «comenzamos cogiendo el teléfono». Antes se buscaba por separado al agente comercial y al agente de atención al cliente, «y hoy no se entiende una llamada sin un acto comercial asociado. El cliente muchas veces pide asesoramiento comercial».

Como dato curioso el director general de Atento España destaca el trabajo que realizan los operadores de Marruecos. «Hablan por ejemplo un catalán perfecto y generan mucha simpatía con la persona. Además, tienen la venta en el ADN y se entiende muy bien con el cliente».

Atento nació como una empresa del grupo Telefónica en 1999 y en 2011 se vendió a un fondo de inversión de origen norteamericana. «Pasamos de ser una empresa española a ser una empresa cotizada en Nueva York y nuestro corporativo está entre México, Brasil y España». De hecho Brasil representa el 50% del negocio y en España tiene el 10% de la cuota de mercado de los «call center». Facturan 100 millones de dólares en el llamado multisector. Siguen trabajando para Telefónica aunque la operadora cuenta con distintos operadores. «Es un cliente importante para nosotros pero tenemos más de 40 fuera de Telefónica», puntualiza José María Pérez Melber.

El mayor volumen de negocios lo generan los servicios financieros. En España trabajan mucho con la administración pública y las «utilities». Ya tienen casi 12.000 trabajadores que se ocupan de los clientes españoles, distribuidos en los 17 centros en nuestro país, 2 en Marruecos y 2 en Colombia.

DEBOD PUBLICIDAD

Agencia de Publicidad

35 años de experiencia a su servicio

Ventura Rodríguez, 13. 28008 MADRID
Tfno: 91 542 33 92 * publicidad@debod.com

CONSÚLTENOS, SIN COMPROMISO
(PRENSA y ON-LINE)

- OFERTAS DE EMPLEO
- ANUNCIOS FINANCIEROS
- CAMPAÑAS COMERCIALES
- ESQUELAS