

El 79% de las empresas asegura que mantendrá el modelo de teletrabajo después de la crisis

- Atento, empresa líder de servicios de relación con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO), ha realizado una encuesta entre sus clientes para conocer cómo ha afectado el Covid-19 a sus modelos de negocio
- La mitad de los encuestados consideran que el mayor riesgo al que se enfrentan las compañías tras la crisis es la pérdida de clientes y la bajada del consumo de su producto o servicio, concretamente un 47% de las empresas
- El 78% de los encuestados asegura que ha modificado el uso de sus canales durante la crisis. Cabe destacar el aumento de consultas a través del contact center en un 24%

Madrid 23 de junio de 2020 - Atento, empresa líder de servicios de relación con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) en Latinoamérica y uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial, ha realizado una encuesta a sus clientes, entre los que se encuentran reconocidas empresas de los sectores de retail, banca, seguros y telecomunicaciones, para conocer cómo ha afectado la crisis del Covid-19 a sus modelos de negocio.

El primer dato revelador de la encuesta es que el 79% empresas que se vieron obligadas a extender el teletrabajo debido a la pandemia, apuestan por seguir con este modelo una vez acabada la situación de confinamiento. No obstante, éstas consideran que el porcentaje óptimo del tiempo dedicado en modelo homeoffice sería del 50%.

Por otra parte, la mitad de los encuestados consideran que el mayor riesgo al que se enfrentan las compañías tras la crisis es la pérdida de clientes y la bajada del consumo de su producto o servicio, concretamente un 47%.

El contact center, el canal más empleado por los clientes

La situación de confinamiento impuesta por el Covid-19 no solo se han cambiado las rutinas y hábitos de los usuarios, también su comportamiento en internet y la forma en la que se relacionan con las marcas. Según la encuesta realizada por Atento, el contact center ha sido el canal más empleados por los clientes, seguidos de las aplicaciones webs y apps móvil, con un aumento del 24%, 21% y 17% respectivamente.

Además, 8 de cada 10 encuestados asegura que la situación de confinamiento impuesta por el Covid-19 ha modificado el uso de canales. Tanto en el servicio de ventas (28%), como de consultas e incidencias (31%), el contact center sigue siendo el canal elegido por los clientes, por encima de la mensajería instantánea, el correo electrónico o las propias aplicaciones móviles. Asimismo, las empresas encuestadas prevén invertir más en aplicaciones móviles (27%), aplicaciones web (23%) y soluciones de contact center (21%) en los próximos meses.

Cambios en los modelos de negocio

Si algo ha dejado patente esta crisis, con el aumento del trabajo en remoto, es que habrá un cambio de modelo en los distintos negocios. Las empresas deben actuar y buscar nuevas vías. En este sentido, 6 de cada 10 empresas encuestadas confiesan que han tenido que modificar la estrategia digital debido a la crisis Covid-19. Según revela Atento, las áreas más implicadas en la agenda digital a causa de la pandemia han sido sistemas/IT, operaciones y Marketing. Los objetivos son muy diversos, mientras el 25% ha cambiado la estrategia para obtener resultados a corto plazo, otro 25% lo hace para agilizar los proyectos y otros 25% por alinear los proyectos a las necesidades de negocio.



De acuerdo con los resultados, el 65% de las empresas ha cambiado la manera de ejecutar los proyectos. La gestión de los mismos requiere el uso de una serie de habilidades técnicas, conceptuales e interpersonales que ayudan a clarificar las situaciones y actuar de la forma adecuada. En este contexto, el principal apoyo que necesitan los encuestados, a la hora de ejecutar proyectos digitales, es el conocimiento técnico.

“Nos resulta bastante revelador que, tras la crisis, los clientes tengan tan claro que el teletrabajo ha venido para quedarse, y que incluso puedan plantearse que la mitad de la actividad de sus centros de relación con clientes se realice con agentes teletrabajando. Sin duda, vemos una gran oportunidad en la implantación a largo plazo del modelo de homeoffice para nuestra industria. Los resultados están demostrando que se pueden mantener los mismos estándares de calidad y eficiencia con empleados más motivados, aplicando herramientas de seguimiento adaptadas a la nueva situación”, señala José María Pérez Melber, Director General de Atento en la región EMEA.

Sobre Atento

Atento es la mayor empresa de servicios de gestión de las relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) en Latinoamérica y uno de los tres mayores proveedores mundiales en base a facturación. Atento es también un proveedor líder de servicios CRM/BPO nearshoring para compañías que desarrollan su actividad en Estados Unidos. Desde 1999, la sociedad ha desarrollado su modelo de negocio en 13 países y cuenta con una plantilla de 150.000 empleados. Atento cuenta con más de 400 clientes a los que presta una amplia gama de servicios CRM/BPO a través de múltiples canales. Sus clientes son empresas multinacionales líderes en sectores como las telecomunicaciones, la banca y las finanzas, la asistencia sanitaria, el consumo y la administración pública, entre otros. Las acciones de Atento cotizan bajo el símbolo ATTO en la Bolsa de Nueva York (New York Stock Exchange). En 2019, Atento fue reconocida por Great Place to Work® como una de las 25 Mejores Multinacionales para Trabajar en el Mundo y como una de las 25 Mejores Multinacionales para trabajar en Latinoamérica. Para más información www.atento.com

Relación con medios

press@atento.com

Para más información, por favor contacte con:

Weber Shandwick

Jorge Aguado – jaguado@webershandwick.com

+34 648 953 247