

Las soluciones CX de Atento respaldan el aumento del 30% en el comercio electrónico durante la temporada navideña

Nueva York, 22 Diciembre 2020. No es de extrañar que este año haya sido beneficioso para el comercio electrónico. Dado que la situación sanitaria requiere que muchos de nosotros permanezcamos en casa durante períodos prolongados de tiempo, y que la perspectiva de visitar las tiendas físicas para nuestras compras navideñas está desaconsejada, la vía electrónica se ha convertido en una alternativa conveniente a los puntos de vista tradicionales para los consumidores. Además, ha contribuido a [mejorar las medidas de distanciamiento social](#) que se han impuesto con la nueva normalidad.

El comercio electrónico se ha acelerado y ha traspasado sus límites con la pandemia, dando acceso a un mayor número de consumidores a una gama más amplia de productos que incluyen retail, con tan sólo hacer clic en un botón, desde la comodidad y seguridad de sus hogares. De hecho, una [encuesta global](#) reciente realizada por McKinsey en 45 países reveló que entre el 30% y el 60% de los consumidores planeaban recurrir al comercio electrónico para sus necesidades de compra durante la temporada navideña.

Sin embargo, el desafío para el sector retail que vende online durante el período festivo radica en garantizar que su infraestructura esté preparada y sea lo suficientemente sólida en este entorno cambiante. Uno de los factores cruciales es la capacidad de mantener una excelente Experiencia del Cliente (CX). Esto requiere saber cómo piensan los consumidores.

Atento ha observado a lo largo del tiempo que cuando se trata de ventas, los clientes prefieren usar aplicaciones web, mientras que para consultas y otras incidencias prefieren tener acceso directo a un contact center. Y en algún lugar entre los dos, se encuentran una gran cantidad de opciones de redes sociales que dependen según el tamaño y el alcance del mercado geográfico. El quid de la cuestión es que para que las empresas tengan éxito en el ámbito de CX, deberán garantizar una experiencia fluida y libre de estrés en todos los ámbitos.

Por un lado, una buena CX ofrece al sector retail que opera online la opción de diferenciarse de sus competidores, pero esto supone desarrollar sus métodos de CX y comunicarse a través de nuevos medios, llevando la CX a dimensiones disruptivas mediante el uso de herramientas como la Inteligencia Artificial (IA) y los *chatbots*.

Solo las empresas con experiencia y agilidad para adaptarse rápidamente a este entorno cambiante tendrán éxito en su búsqueda por satisfacer la demanda de los clientes. Atento está ayudando a sus clientes en este momento desafiante con un conjunto completo de soluciones integradas de consultoría de procesos de CX, back office automatizado y multicanalidad, para optimizar y proporcionar más valor al negocio de sus clientes. Es así como aquellos enfocados al negocio al comercio electrónico pueden aumentar los ingresos, reducir los costes, mejorar la lealtad a la marca y obtener una mayor participación de mercado.

Para aquellos que tienen éxito en su objetivo, las estadísticas hablan por sí solas. Uno de los clientes de Atento en Estados Unidos, una empresa Born Digital dedicada al negocio de la alimentación, creció más de un 300% en cuatro meses durante la pandemia de Covid-19; sumó 300,000 compradores y aumentó de 3.500 a 16.000 los agentes de servicio al cliente.

Pablo Sánchez, CMO Global de Atento, explica, “La pandemia significó que muchos de nuestros clientes de comercio electrónico tuvieron que ampliar sus capacidades de CX prácticamente de la



noche a la mañana, ya que fueron testigos de un crecimiento exponencial en la cantidad de usuarios en línea. Esta puede ser una tarea bastante abrumadora en el mejor de los casos, pero especialmente ahora y durante las próximas semanas durante la temporada navideña, que es la época más activa del año en el comercio minorista en línea. Gracias a nuestra amplia gama de soluciones CX, aquí en Atento estamos seguros de que podemos apoyar a nuestros clientes y ayudarles a conseguir los máximos resultados".

Sobre Atento

Atento es uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial de servicios de gestión de las relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) y líder en Latinoamérica. 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 presencia en España y 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 la tecnología, las nuevas empresas digitales, las telecomunicaciones, 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

Contacto para medios

press@atento.com