

Tecnología impulsa productividad en Experiencia al Cliente

- *Implementar soluciones de automatización en un modelo omnicanal ha resuelto 70% más de interacciones con ahorros de 30% en costos operativos, según análisis de Atento.*
- *Tras tres meses de habilitar un bot en WhatsApp, éste atendió hasta 5 veces más interacciones en comparación con canales tradicionales, como email.*

Ciudad de México a 22 de marzo de 2021.- De acuerdo con un análisis elaborado por Atento – empresa líder en Experiencia al Cliente (CX)- la implementación de soluciones de automatización en estrategias de CX les permite a las marcas una reducción en tiempos operativos de -20%, en promedio y un ahorro en costos operativos, que van desde 15% hasta 90%. En ambos indicadores se pueden alcanzar porcentajes mayores los niveles base dependiendo de la complejidad del proceso.

Entre las soluciones más populares se encuentra RPA —Automatización Robótica de Procesos— que se utiliza en procesos que requieren dar una atención rápida, permitiendo búsquedas o cambios en los sistemas de forma más ágil, ayudando a los agentes a disminuir los tiempos operativos y aumentando el tiempo de conversación con el usuario final.

Otras soluciones disponibles son Agentes digitales de voz y Chatbots, que, mediante procesos automáticos de atención telefónica o medios digitales escritos, pueden dar atención a los clientes sin intervención humana en el proceso. Cabe destacar que la capacidad y calidad operativa del equipo aumentan, puesto que los colaboradores humanos pueden enfocarse en tareas o actividades estratégicas de alto valor para el negocio.

Asimismo, existen herramientas de automatización para hacer más ágil la captura de datos, como conexión a servicios web en segundo plano para validar información en trámites, por ejemplo, en solicitud de créditos; OCR, para convertir extensos documentos físicos a archivos electrónicos; OMR, que permite leer códigos de barras; e ICR, un sistema que aprende diferentes fuentes y estilos de escritura a mano.

Omnicanalidad.

Para obtener mejores resultados al implementar soluciones de automatización, éstas deben estar disponibles en todas las vías de comunicación de una marca. A este modelo de presencia en todos los canales posibles se le conoce como Omnicanalidad. Las compañías pueden llevar a cabo la transición de sus operaciones del modelo tradicional en tan sólo 5 semanas, en promedio.

En un caso de éxito del sector salud, al incrementar 70% el número de interacciones totales, tanto vía telefónica como en medios digitales, una marca habilitó un bot en todos sus canales. Como resultado, se pudo resolver el aumento de solicitudes, con un ahorro de 30% del costo operativo en comparación con soluciones tradicionales.

Otro caso con resultados destacados se dio en el sector automotriz. Una marca atendía solicitudes a través de dos canales: webchat y correo electrónico. Tan sólo un mes después de sumar atención a través de WhatsApp, éste completó 50% más interacciones que webchat y el doble que en email. Al tercer mes la diferencia ya era de 400% y 500%, respectivamente.

Al implementar soluciones de automatización en un modelo omnicanal se obtienen mejoras en indicadores de desempeño, como la tasa de abandono, la cual prácticamente desaparece puesto que los bots son capaces de completar interacciones 24/7, además de promediar entre 3 minutos por interacción y 2 segundos en tiempos de respuesta.

Automatización y modelos de atención omnicanal son soluciones en CX que, compañías como Atento, buscan impulsar entre las empresas, con el objetivo de incrementar su competitividad en el mercado, a través de estrategias de atención personalizada y más eficiente.

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