

¿Alguna vez te has preguntado **qué información** esconden tus grabaciones?



Analyticals

¿Sabías que...?

El absentismo laboral se sitúa por encima del 11% en el sector del Contact Center

El servicio de Atención al Cliente sigue siendo el más demandado, con un peso del 48%. En segundo lugar, se encuentra la Venta, con un 22% y a gran distancia se sitúan el Soporte Técnico y Back Office, ambos con un 8% y Retención, con un porcentaje del 7%

Las empresas invierten más de 2 millones de horas anuales en formación, repartidas en: formación inicial, formación de producto y formación continua (engloba programas específicos de campañas, de productos y formación en skills)

La inversión en tecnología se incrementa en casi un 20% anualmente por las principales empresas del sector del Contact Center

Es el momento de no quedarse atrás

LA INDUSTRIA DEL CONTACT CENTER EN ESPAÑA

+90.000 puestos de trabajo

+100 plataformas Contact Center

Volumen de negocio: casi 2.000 Mill. €

NUEVOS TIEMPOS NUEVAS OPORTUNIDADES

Speech Analytics o el valor de conocer a tu cliente

La llegada de la pandemia ha acelerado el cambio en la relación entre clientes y empresas, ahora ha surgido un fuerte sentimiento de inmediatez y de urgencia. La escucha activa, el análisis y la proactividad son acciones cada vez más solicitadas para diferenciarse de la competencia.

Así vimos como durante las primeras semanas nos encontramos con una situación donde aparecieron limitaciones físicas como espacios cerrados y movilidad restringida.

Y, aunque las cifras indican que el sector del *contact center* es uno de los que ha podido mejorar sus números durante este 2020, el entorno de los centros de atención lo tuvieron muy difícil para continuar operando con garantías, estando a media transición entre el formato presencial y el teletrabajo.

Esta deslocalización de la actividad profesional ha complicado el control de los equipos de trabajo, sus tiempos y el coste repercutido para cada centro de llamadas.

Por lo tanto, el apoyo en herramientas tecnológicas se ha hecho cada vez más imprescindible para evitar la pérdida de información valiosa.

“El entorno de los centros de atención lo tuvieron muy difícil para continuar operando...el apoyo en herramientas tecnológicas se ha hecho cada vez más imprescindible”

El speech analytics genera muchos beneficios si se implementa de la manera adecuada.

¿Pero cómo se está utilizando speech analytics y cuáles son las mejoras empresariales que puedes esperar?

10 FORMAS

QUE EL SPEECH ANALYTICS APORTA VALOR

MEJORAS EN INGRESOS

MEJORAS EN ANÁLISIS



Mejoro conversiones de ventas un **41%** e ingresos de colecciones por **20%** a través de identificar las practicas que diferencian a los mejores agentes.



Determino que el **57%** de las llamadas se podrían gestionar a través de un portal web de autoservicio, pero los clientes no conocían la posibilidad de hacerlo online.



Incrementó las ventas un **30%** a través de identificar oportunidades mediante el feedback de los clientes, conociendo mejor las necesidades por segmento.



Identificó tipos de llamadas según su complejidad, de baja a alta, que podrían gestionarse de manera más económica mediante canales de autoservicio.

PLANTILLA DE DE PERSONAL Y DOTACION



Redujo número de QA de 40 agentes a menos de 10 mediante la automatización del 100% de las llamadas.

Descubrió que solo 2% de las llamadas nocturnas era críticas, reduciendo el número de empleados del turno de noche



MEJORAS DE PROCESOS



Redujo volumen de llamadas un **2%** mediante la identificación y la resolución de problemas de proceso de restauración de contraseñas

Una asegurador mejoro su FCR un **6%** gracias a modificar la manera en la que los agentes responden a problemas específicos



Identifico tipos de llamadas con Handle Time larga debido a verificación de clientes fallidas, y redujo (AHT) un promedio de 36 segundos, ahorrando 55 millones por año.

Detecto 5 dudas clave de clientes y desarrollo preguntas frecuentes, reduciendo considerablemente AHT en estas llamadas.



¿QUÉ PODEMOS HACER POR TI?

ANALYTICALLS es un producto SaaS. Basado en Inteligencia Artificial y sin coste de licencia, con el objetivo de automatizar el proceso de análisis del 100% de las llamadas de voz.

Ten los datos del 100% de las llamadas

¿QUÉ OFRECEMOS PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO DE TU CONTACT CENTER?

- 1. Auditoría de llamadas:** análisis de audio y texto.
- 2. Categorización de las llamadas** y poder cruzar la información con filtros como: por agente, horas, fechas, etc.
- 3.** Conocer el **grado de satisfacción** de las interacciones en cada llamada y de forma agrupada.
- 4. Número de transferencias** en cada llamada, con el objetivo de mejorar la FCR.
- 5. Mejora en el argumentario** y formación del agente, a través del análisis palabras clave y cluster
- 6.** Descubrimiento de **tiempos medios de conversación** (TMO), cruce de conversación (CTT) y tiempos sin conversación (NTT) para buscar ineficiencias operativas



COMO SE UTILIZA SPEECH ANALYTICS

APLICACIONES DE SPEECH ANALYTICS POR SECTOR

	Banco y finanzas	Inmobiliario	Seguros	Offshoring	Sector público	Retail y distribución	Tecnología /prensa/ telecom	Transporte /turismo
Compliance	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gestion de excepciones	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mejoras omnicanales y interdepartamentales	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mejora proceso de QA/QM		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Optimización de customers journey		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mejoras de performance del call center		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Business Intelligence competitivo	✓		✓	✓		✓	✓	✓
Optimización de agente		✓	✓		✓	✓	✓	✓
Intencion de cliente			✓	✓		✓	✓	✓
Analytics particulares	✓			✓				
Satisfiacion de cliente			✓	✓		✓	✓	✓

¿Y EL ROI?

La recuperación de una inversión siempre se mide a través del tiempo y del análisis.

Existen 3 campos de mejora demostrados para garantizar el éxito en la justificación de una herramienta de análisis de voz:

- 1. Reducción de costes** operacionales de medición de calidad mediante la auditoría automatizada
- 2. Reducción de churn** de clientes a través de la mejora de métricas clave como FCR y AHT
- 3. Aumento de ventas** mediante el análisis del discurso de ventas y su consecuente mejora

Cada industria maneja sus propios insights para alcanzar objetivos. Nuestro propósito, es alcanzarlos juntos.

MEDIR PARA CONOCER MEDIR PARA MEJORAR



Capacidad de respuesta

Qué tan preparado está tu Contact Center para entrar en acción, y en contrapartida, cuán lento es tu servicio. Tu cliente tiene cosas más importantes que quedarse en espera por que estás poco preparado.



Calidad de la atención

La empatía que encuentre el cliente del otro lado. Que sea bien recibido, escuchado y que reciba colaboración e información, para que tenga ganas de volver a vivir la experiencia del servicio.



Comunicación

Estar disponible cuando el cliente lo necesita. ¿Cuánto tiempo tiene que esperar tu cliente hasta que lo atiendan? ¿Cuántos clientes no lograron comunicarse en el momento que lo necesitaron?



Accesibilidad

No hay nada peor que esperar durante mucho tiempo para que alguien nos comunique que llamamos al lugar equivocado. Se debe establecer claramente que estás entendiendo al cliente y que también tú estás haciendo entender.



Amabilidad

El cliente es tu razón de ser, por tal, nunca debería ser percibido y/o tratado como una molestia. Está comprobado que un cliente tiene más probabilidades de aceptar un servicio si la atención que recibe lo hace sentir cómodo



Capacidad de resolución en la primera llamada

Este es uno de los indicadores que más impacta en la percepción de calidad del cliente y también en los casos operativos. Consiste en el porcentaje de llamadas que logran satisfacer los requerimientos del cliente en un solo contacto, sin necesidad de que el cliente vuelva a llamar o que se le dé algún tipo de seguimiento por parte de la empresa

Sin medición ni métricas, no hay margen de mejora

CONCLUSIONES

Analyticals presenta una solución de análisis de voz fácilmente escalable y al alcance de todas las empresas independientemente del número de agentes. Aprovechamos el potencial de la inteligencia artificial para convertir toda la información que guardan tus grabaciones en métricas para mejorar tu relación con el cliente.

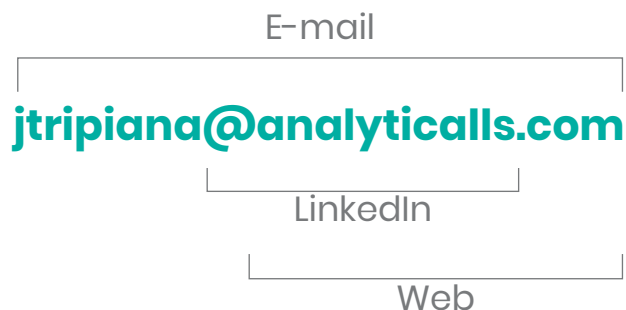
Si, para nosotros, conocer vuestras necesidades es un valor, sabemos que, para vosotros, entender mejor a vuestros usuarios y determinar su grado de satisfacción resulta vital.

- Detectar, de un golpe de vista, todas las incidencias que se generan en el 100% de las llamadas que realiza y recibe una empresa
- Filtrar búsquedas y automatizar procesos
- Disponer de informes actualizados
- Ahorrar costes en aspectos tan necesarios como: formación continua del agente, información no sesgada para el coordinador y reportes de calidad para la empresa.

Ayudan, sin duda, a agilizar la toma de decisiones y mostrar un papel proactivo con el usuario.

En estos tiempos tan inestables, se hace cada vez más importante tener presente la voz del cliente.

¿HABLAMOS?



Analyticals