

Bienvenidos alumnos al video de la unidad dos. ¿sí? Vamos a estar avanzando en esta unidad con básicamente, un área crucial para lo que es atención al cliente y soporte del usuario, como lo son contact center o call center. Bien, empacamos nuestra presentación. Vamos a hacer un recorrido para conocer qué es y cómo funcionan estas dos áreas, para comprender la naturaleza de sus principales desafíos. ¿sí? Veremos una introducción al contact center y call center, tipos de contact center y sus funciones y herramientas de software, que faciliten las actividades de estas áreas.

Call center y contact center son operaciones basadas en el capital humano, como lo vimos en la unidad anterior, se van a basar pura y exclusivamente en lo que es la atención al cliente en la relación y experiencia que se le brinda al usuario. ¿sí?

Su rentabilidad y costos están directamente relacionados al rendimiento de los agentes, los operadores del call center y contact center, básicamente van a ser, sus resultados, se van a ver fuertemente impactado en la cantidad de clientes satisfechos, ¿sí?, a través del trato con las personas, o sea, con nuestros empleados o agentes. La rentabilidad de esta empresa, de este tipo de empresas, ¿sí?, porque hay empresas afines, algunas organizaciones, empresas o personas optan por tercerizar estos servicios, en otras y lanzarlos en otras empresas, o por formar su propio equipo.

A través de la optimización de sus costos directos con la ayuda de gestión de "Workforce Management", básicamente lo que es la gestión de la fuerza de trabajo, ¿sí? Estas áreas, por lo general, trabajan mucho lo que son procesos de trabajo para aumentar los índices de eficiencia de las acciones que toman sus agentes, o sea, los empleados de la misma. El "inbound", llamadas entrantes que establecen los promedios y duración de promedios de llamadas, horarios de operaciones y distribución de horas, de los horarios, pedón, de las llamadas y objetivos de atención que puedan ser medidos. Estos tres puntos son claves a la hora de pensar en el manejo de la fuerza de trabajo, ¿sí? La duración de las llamadas, ¿sí? Va a ser qué tipo de llamado va a ser, los horarios de las operaciones, o sea, en qué horario vamos a tener disponible lo que es la atención telefónica. La distribución de las llamadas y los objetivos que puedan tener fijado los agentes a la hora de responder en ellas, ¿sí?, y de qué manera, obviamente, vamos a poder medir el alcance de estos objetivos.

Outbound, llamadas salientes, las llamadas que van a hacer los operadores, ¿sí? Porque el sistema hablando de las llamadas atendidas, ahora vamos a hablar de las llamadas que salen, las llamadas que hacen los operadores.

Esquema y objetivos de negocio, básicamente, de qué manera voy a transar. ¿sí?, cuál es el propósito de esta llamada, cuál es el negocio que estoy trabajando. La planificación de los resultados, ¿sí?, de cuáles son los resultados que deseo alcanzar y qué estrategias puedo utilizar para alcanzarlos. La planificación en base a los recursos tecnológicos disponibles, ¿sí? Con qué tecnología cuento para poder realizar los llamados. ¿Cuento con algún CRM o herramienta de registro? Quédate tranquilo que esto lo vamos a definir más adelante, ¿sí? Pero son herramientas que nos permite llevar una trazabilidad de la comunicación realizada por los operadores.

Y la planificación y calidad de la base de datos. ¿Qué es la base de datos? Podríamos traducirlo, de una manera muy sencilla, a lo que es la agenda de contactos que tienen la organización. Ahora bien, dependiendo del nivel de especificidad que tengan los datos de