B2Chat

Beneficios de un Contact Center

Contenido

¿Qué es Contact center? 3

¿Cómo funciona un centro de contacto? 5

Beneficios de un centro de contacto 8

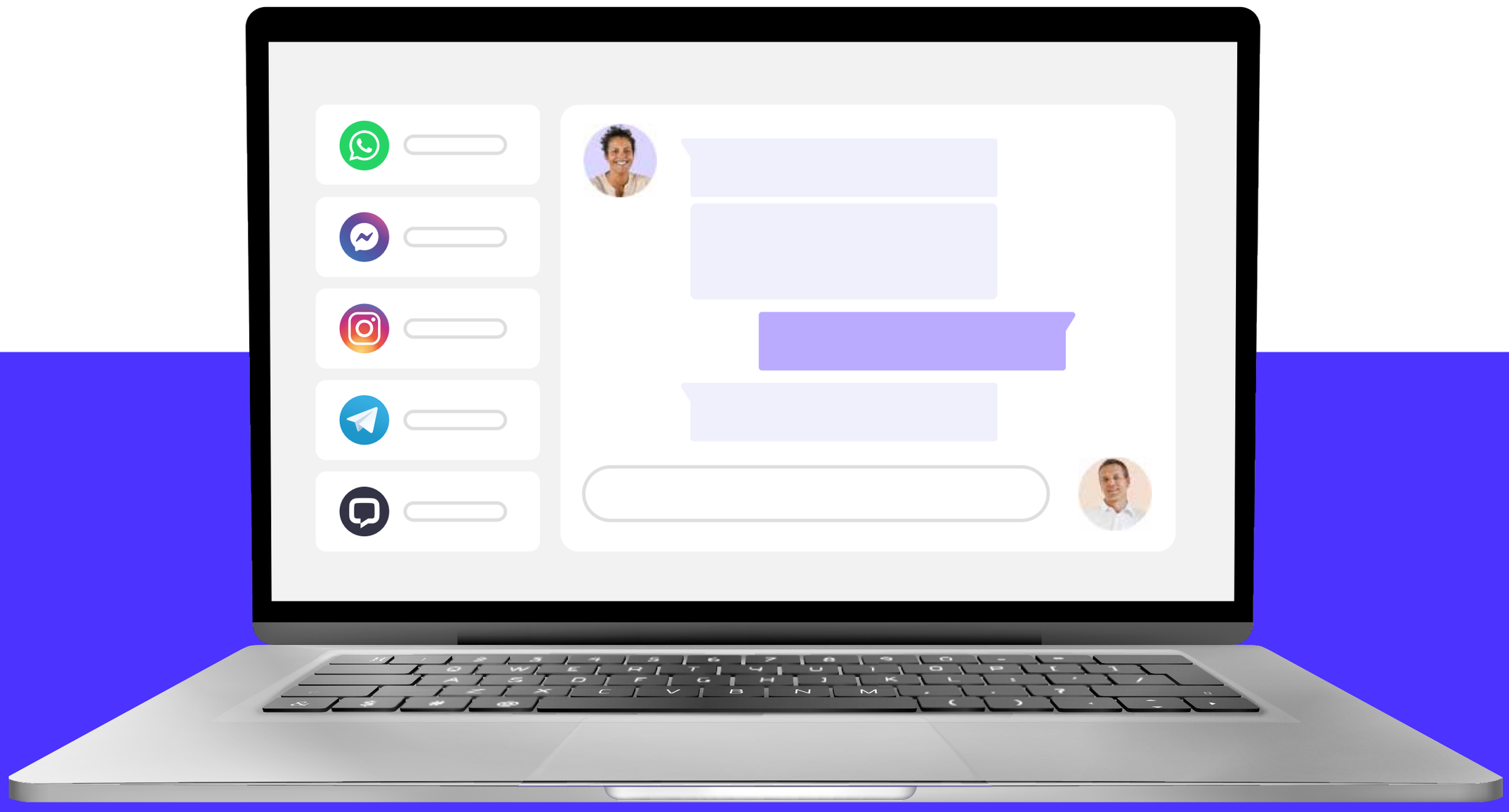
Tecnologías para un centro de contacto 11

¿Qué es un Contact center?

Los **Contact Centers** o centro de contacto son empresas que ayudan a otras empresas a comunicarse con sus clientes a través de múltiples canales; aplicando una estrategia de comunicación que **va más allá del sistema tradicional de llamadas.**

Sin embargo, un centro de contacto es mucho más que lo anterior. Este se define como uno de los puntos más importantes de las empresas; esto debido a que es un espacio donde coinciden perfiles diversos encargados de dar soporte y gestionar la comunicación con los clientes.

Además, la terminología de centro de contacto refleja la existencia de múltiples formas en que una empresa puede comunicarse con su cliente; obviando, por supuesto, la tradicionalidad del teléfono.



Hoy en día todas las empresas son influenciadas por la innovación digital y las demandas de sus clientes.

Por eso, es cada vez más importante contar con distintos canales de comunicación que permitan conexiones más rápidas y soluciones más eficientes.

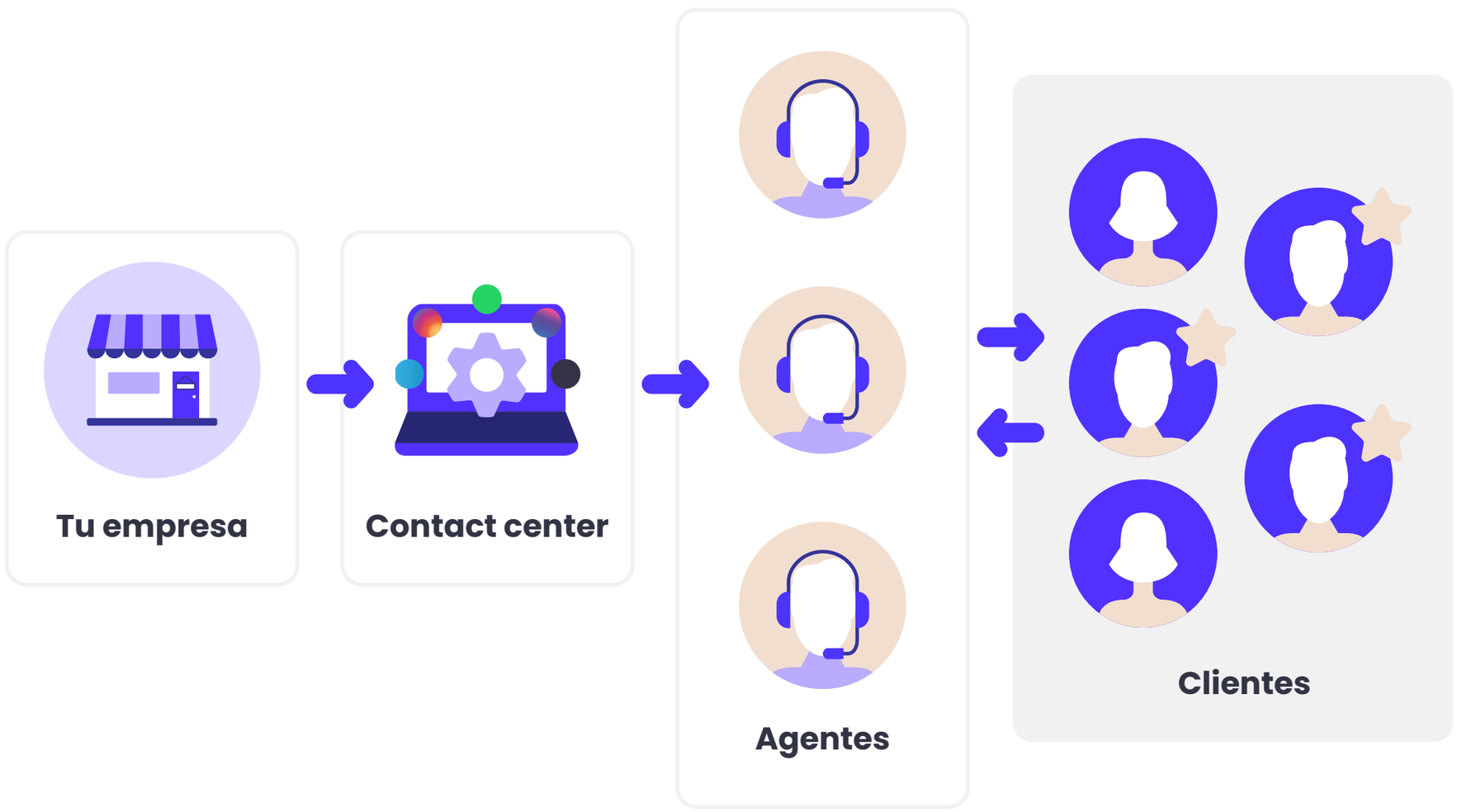
Los clientes quieren más formas de llegar a las empresas, y las empresas quieren nuevas formas de mejorar la experiencia del cliente. Aquí es donde el centro de contacto adquiere toda su importancia.

¿Cómo funciona un centro de contacto?

Los centros de contacto usan diversos métodos para facilitar los negocios y comunicarse con los clientes, además, hacen uso de diferentes tipos de sistemas para lograr su cometido. En ocasiones, se apoyan de softwares generalmente usados en Call centers.

Un ejemplo de ello es que un centro de contacto usa un sistema de softwares que le permiten recrear un centro de llamadas virtual. Al hacer esto, agentes remotos pueden administrar las llamadas telefónicas necesarias para la empresa.

Eventualmente, los usuarios que estén interesados en un producto o servicio, que tengan un evento o una consulta; tienen la opción de ponerse en contacto con la empresa por cualquiera de los medios que le indicamos.



Para complementar la idea de cómo funciona un centro de contacto, a continuación, te enlistamos una serie de sistemas que son de gran utilidad para que estos centros puedan cumplir con sus objetivos y los de tu empresa.

Sistema de distribución automática de llamadas (ACD)

Este sistema efectúa un proceso de análisis de las llamadas entrantes y las distribuyen en función de múltiples factores.

Sistema de gestión de respuesta por correo electrónico

Este sistema se encarga de recopilar y analizar las peticiones que los clientes han enviado vía e-mail; posteriormente trasladan las consultas al especialista correspondiente.

Sistema respuesta de voz interactiva (IVR)

Este sistema posee el proceso telefónico que permite a los clientes usar el teclado de su smartphone o comandos de voz para proporcionar información sin la ayuda de un agente humano. Cuando se recopila toda la información, el propio sistema se encarga de hacer match con el agente idóneo.

Comunicaciones TTY/TDD

Este sistema les permite a las personas sordas, hipoacúsicas o con discapacidad del habla utilizar el teléfono para comunicarse. Lo hace efectivo ya que permite que se escriban mensajes entre sí, en lugar de hablarse y escucharse.

Actualmente, son muchos los centros de contacto que recurren a los **sistemas ACD e IVR** para llevar a cabo sus operaciones.

La razón de ello es que con ambos sistemas logran una efectividad sustancial para sus clientes; el algoritmo que emplean les permite seleccionar de forma automática el mejor experto para atender la llamada entrante de un cliente potencial.

Beneficios de un centro de contacto

Los centros de contacto benefician de grandes formas a las empresas que los adoptan en sus operaciones. Dentro de los beneficios más destacables están los siguientes:

Ahorro de tiempo y costos

Los centros de contacto permiten a los clientes administrar y resolver problemas por su cuenta a través de palabras clave, mensajes de texto o mensajes instantáneos para la comunicación con chatbots.

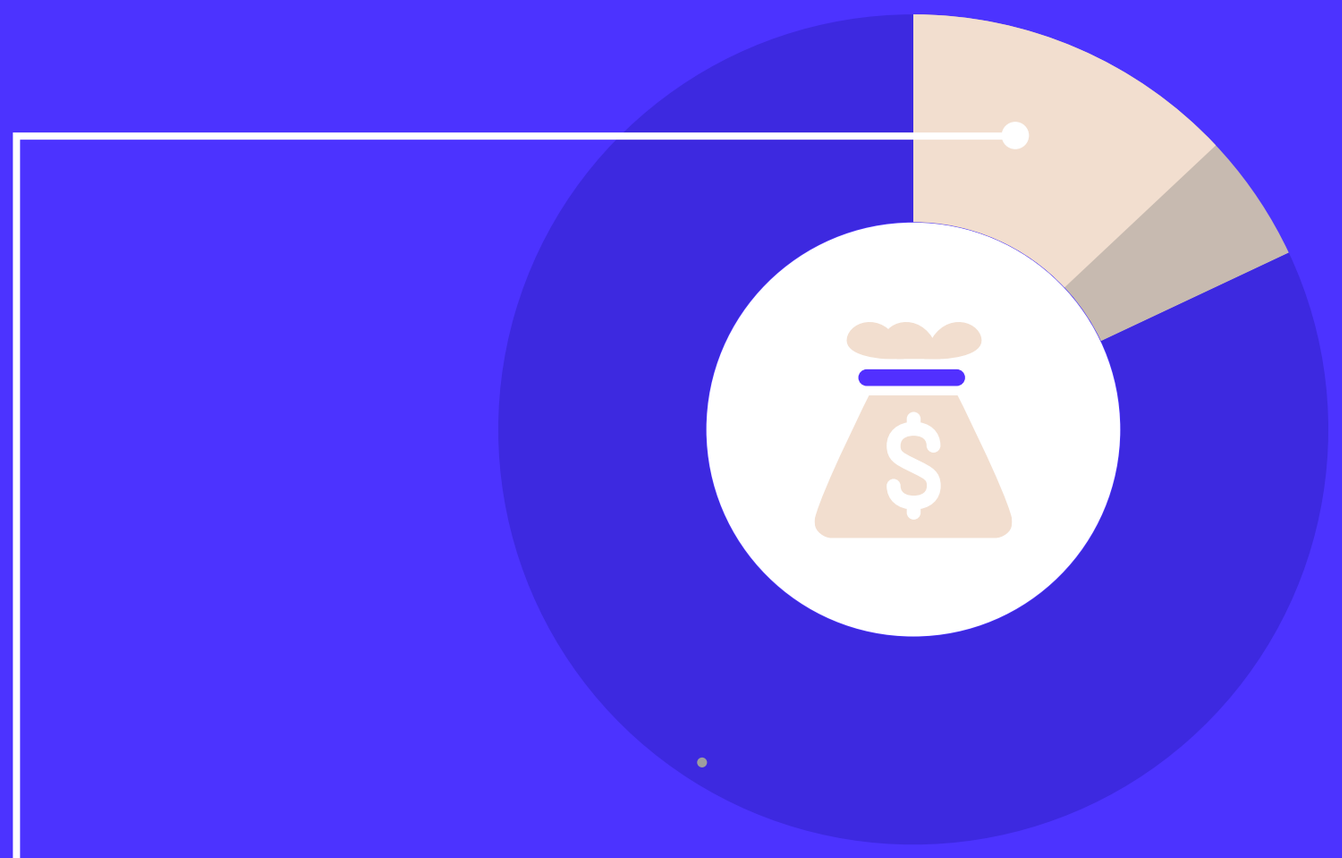
Esto ayuda a los agentes de autoservicio a reducir el tiempo que pasan al teléfono, así como el tiempo de espera y los gastos generales de los clientes.

Gestión de contactos

Los centros de contacto pueden ayudar a mejorar los perfiles de los clientes. Es decir, cuando un cliente se comunica con un centro de llamadas, se comparte información sobre sus preferencias y personalidad. La misma que los agentes pueden recopilar y utilizar para mejorar la experiencia del usuario en futuras relaciones.

Mejor experiencia de usuario

Un dato importante a tener en cuenta es que **alrededor del 80% de los clientes están dispuestos a pagar más** por un producto o servicio si obtienen una mejor experiencia de cliente.



De hecho, entre un **13% y un 18% está dispuesto a pagar más en tanto se sientan felices y conformes con quienes se comunican.**

En respuesta a ello, muchas empresas han comenzado a contratar centros de contacto para priorizar la experiencia del cliente.

Muchas organizaciones integran los centros de contacto con sus estrategias de atención al cliente, marketing o gestión de relaciones con los clientes (CRM). Algunos otros beneficios que puedes adquirir para tu empresa son los siguientes:

- Brindar soporte técnico a través de chat o video en la aplicación.
- Enviar actualizaciones del estado de los pedidos por SMS.
- Promocionar eventos como notificaciones push.
- Implementar encuestas en Facebook Messenger.
- Enviar directamente a un agente las consultas de ventas recibidas por correo electrónico.

Tecnologías para un centro de contacto

Los centros de contacto están demostrando ser un espacio de gran acogimiento tecnológico gracias a la facilidad de crear experiencias de servicio al cliente altamente satisfactorias. Manteniendo con mayor facilidad las relaciones a largo plazo con los clientes.

En consecuencia, el uso de tecnología de alta calidad en los centros de contacto aumenta drásticamente la retención de clientes, y a su vez, **las empresas que hacen un uso adecuado de las plataformas de servicio al cliente omnicanal de alta calidad obtienen hasta un 91% más de clientes mes con mes.**

Para todo lo anterior, existe B2Chat. La plataforma multiagente y multicanal con la que podrás unificar tus canales de Instagram, Facebook, Telegram, LiveChat y WhatsApp en una sola bandeja de entrada.

Por supuesto, contarás con la presencia de múltiples agentes conectados en simultáneo para atender todos los mensajes en masa que recibes de tus clientes. Los tiempos de espera y los clientes aburridos por dejarlos en visto van a quedar atrás.

Con B2Chat, las empresas también podrán acceder a una serie de **funcionalidades que harán el proceso de venta y atención a los usuarios mucho más rápido y fácil.**

Algunos de los beneficios de adquirir un paquete con B2Chat son los siguientes:

Chatbots de preguntas frecuentes (FAQs) y encuestas de satisfacción.

Mensajes rápidos para configurar saludos o despedidas predeterminadas.

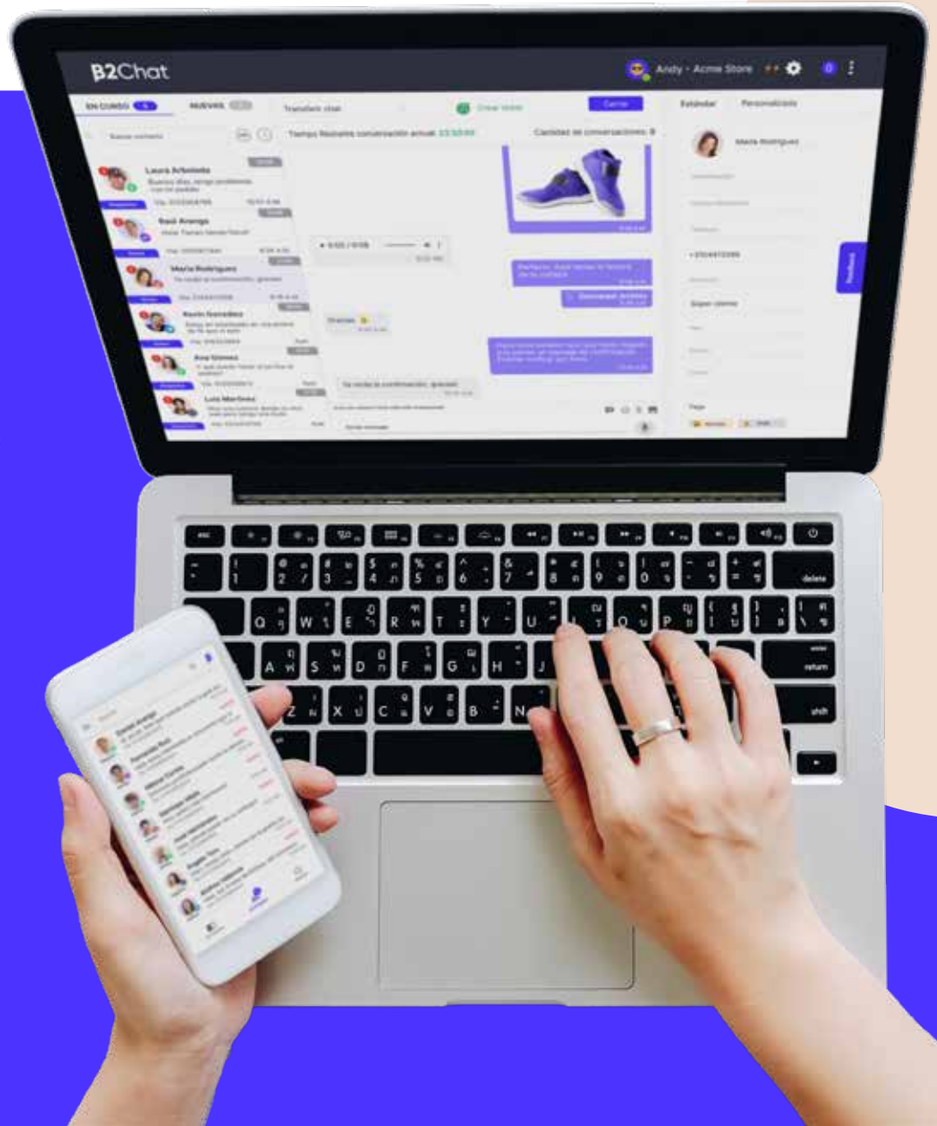
Envío de mensajes masivos con WhatsApp API.

Etiquetas o Tags para clasificar chats.

Botón de LiveChat o widget de WhatsApp para sitios web.

Reportes personalizados y descargables.

Todas las anteriores funcionalidades están disponibles en nuestra versión de escritorio y móvil. B2Chat es en definitiva un aliado estratégico para tu empresa y tus objetivos de crecimiento.



Da un paso al siguiente nivel

Controla la mensajería interna de los clientes y refuerza el porcentaje de consumidores satisfechos con tu producto o servicio. Todo desde la estrategia de centro de contacto y con las herramientas adecuadas que te ofrece B2Chat. [Agenda una demo gratis aquí.]

b2chat.io

Sigamos conectados