



eBook

Tendencias de Contact Center para 2022

Las principales tendencias y retos de la Customer Experience
y de la Atención al Cliente para el año 2022

Índice

01 | Introducción

03 | Tendencias de Contact Center para 2022

08 | Conclusión

Introducción

Estos dos últimos años, los cambios en el sector de la Customer Experience y del Contact Center han sido cada vez más rápidos, más grandes y más innovadores. Existen muchas palabras para definir el Contact Center de hoy: Tecnológico, Innovador, Desafiante..., pero la palabra que mejor define el Contact Center en 2022 es: **Importante**.

Importante debido a su crecimiento, que ahora se ha convertido en una de las principales áreas en una empresa. importante porque es donde nace la relación con el cliente, donde se cultiva, donde se mantiene. La cara de la empresa, la voz, aquella que tiene la primera y la última palabra con el cliente.

Debido a la importancia que tiene el Contact Center, se vuelve necesario saber qué aspectos han cambiado en el último año y definir dónde se deben enfocar los esfuerzos para el 2022, y así no quedarse atrás y ganar cada vez más fidelización y credibilidad con el cliente.

Principales tendencias para 2022



Inteligencia Artificial: Ya no hay vuelta atrás

Una de las cosas positivas que la pandemia nos ha traído al sector ha sido el aumento del papel de la Inteligencia Artificial en el Contact Center. Las aplicaciones de software asistidas por Inteligencia Artificial han ayudado a reducir la necesidad de programar el enrutamiento manual de las llamadas, al poder encaminar las conversaciones para el agente más adecuado. Este enrutamiento intuitivo también reduce los tiempos de espera de las llamadas. De hecho, Accenture predice que la IA aumentará la productividad empresarial más de un 35% antes del 2040 solo en los Estados Unidos.

La Inteligencia Artificial también proporciona respuestas predictivas a los agentes en el flujo de la conversación, por lo que el agente tiene respuestas para elegir, y esto ayuda a resolver necesidades del cliente de forma más rápida y efectiva. Al ser capaz de dar una respuesta “hiper personalizada”, abre las puertas al nuevo “marketing conversacional” más allá de los

bots convencionales, el Procesamiento de Lenguaje Natural permite que la experiencia de interacción con el asistente virtual sea natural y próxima al de un agente humano.

“Accenture predice que la IA
**aumentará la productividad
empresarial más de un 35%**
antes del 2040 solo
en los Estados Unidos.”

Inteligencia Artificial: Ya no hay vuelta atrás

También permite el soporte omnicanal completo, porque la Inteligencia Artificial compila y analiza la información del cliente a través de todos los canales, lo que da a los colaboradores del Contact Center una visión más fuerte y unificada del cliente.

Como señala Juniper Research, la Inteligencia Artificial se está convirtiendo en algo tan popular, que es esperado que reduzca los gastos comerciales en 8 mil millones de dólares anuales en 2022.

“La Inteligencia Artificial se está convirtiendo en algo tan popular, que es esperado que **reduzca los gastos comerciales en 8 mil millones de dólares anuales en 2022.**”

Business Intelligence en el Contact Center

El análisis de datos en 2021 ha sido muy importante para los Contact Centers, y en 2022 tiene que ser aún más utilizado y aprovechado para sacar el máximo provecho posible. Los datos en cualquier empresa y en cualquier área son uno de los activos más importantes que se puede tener. Por un lado, ayuda a mejorar el trabajo de los agentes y de los supervisores, con dashboards personalizados y datos en tiempo real que permiten mejorar las filas de atención, disminuir las de espera y tener una atención más efectiva.

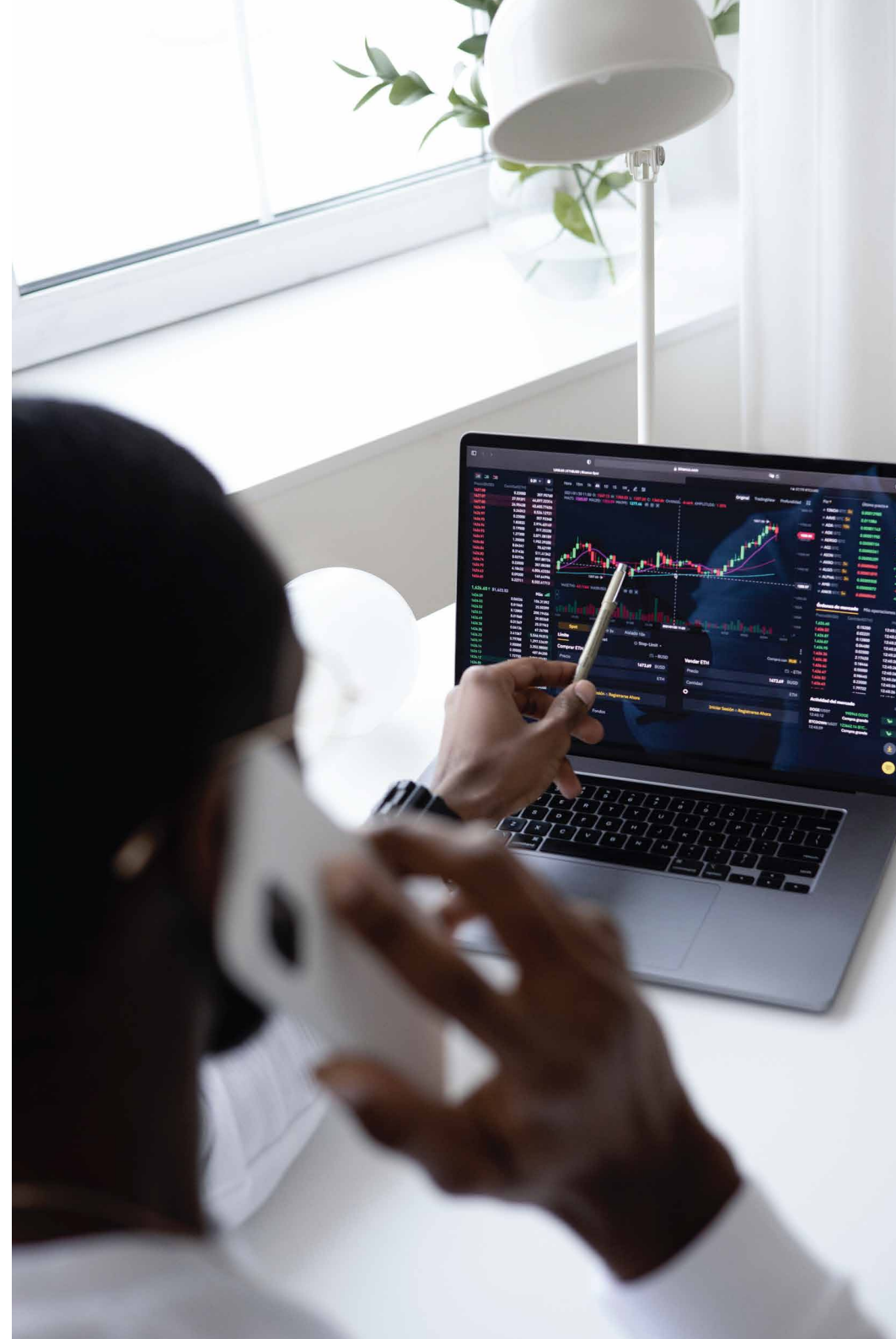
Por otro lado, el análisis de datos junto con la Inteligencia Artificial ha abierto una puerta muy interesante al sector. Un análisis profundo de datos permite prever comportamientos y requisitos de los clientes, lo que ayuda a mejorar el servicio y la satisfacción del cliente. Por ejemplo, utilizar la tecnología de "voz de cliente" para registrar y analizar palabras y frases clave, identificar automáticamente el sentimiento de un cliente en una interacción, o juntar la

información de varios canales en una misma pantalla, es sin duda un avance positivo para agentes, supervisores y clientes.

AutoServicio y Chatbots

El servicio con opciones de autoayuda, sean FAQs (preguntas frecuentes), tutoriales de vídeo o asistentes virtuales y chatbots continúan siendo las opciones más utilizadas por los clientes, que quieren sentirse autónomos y resolver sus cuestiones de forma más rápida. Por eso, las empresas deben mejorar las herramientas que tengan de autoservicio online. Lo ideal es saber qué dudas o preguntas más frecuentes tienen los clientes para realizar vídeos tutoriales, así como páginas específicas que expliquen este tipo de situaciones.

Los chatbots bien desarrollados y diseñados pueden registrar detalles antes de que ocurra una llamada o una petición del cliente. Ayuda a simplificar el proceso al agente porque responde a preguntas simples con la misma precisión que un humano, y a mejorar la experiencia del cliente porque recibe respuestas a preguntas o al realizar una compra.



Experiencia del trabajador

Cada vez escuchamos más hablar del ROX, o retorno sobre la experiencia, que básicamente se centra en el retorno que tiene el Contact Center cuando la satisfacción del trabajador es alta. Por muchas tecnologías y automatizaciones que existan en el mercado, un buen servicio al cliente pasa por la actitud y experiencia que ofrece el agente. Por eso, es importante dar cada vez más atención al empleado que trabaja en la empresa, la formación que se le da, su nivel de compromiso con el servicio y con la marca, y su bienestar.

“Es importante dar cada vez más atención al empleado que trabaja en la empresa, la formación que se le da, su nivel de compromiso con el servicio y con la marca, y su bienestar”

Conclusión

Dicho esto, las tendencias para el 2022 son básicamente mejoras de las que teníamos en los últimos años desde el inicio de la pandemia. La comunicación omnicanal, los automatismos, los IVRs, los chatbots, el análisis de datos...

No es nada nuevo, pero se encuentra en constante evolución, y si alguien quiere estar un paso en frente en el sector de los Contact Centers, no puede quedarse atrás en ninguno de los puntos referidos. Escuchar al cliente, analizar bien su intención, liberar agentes, hacer de los procesos algo simple y eficaz, y tener empleados felices y comprometidos será sin duda, el éxito para la Customer Experience este año.





gocontact.com