

El papel del Call Center en la Experiencia de Cliente



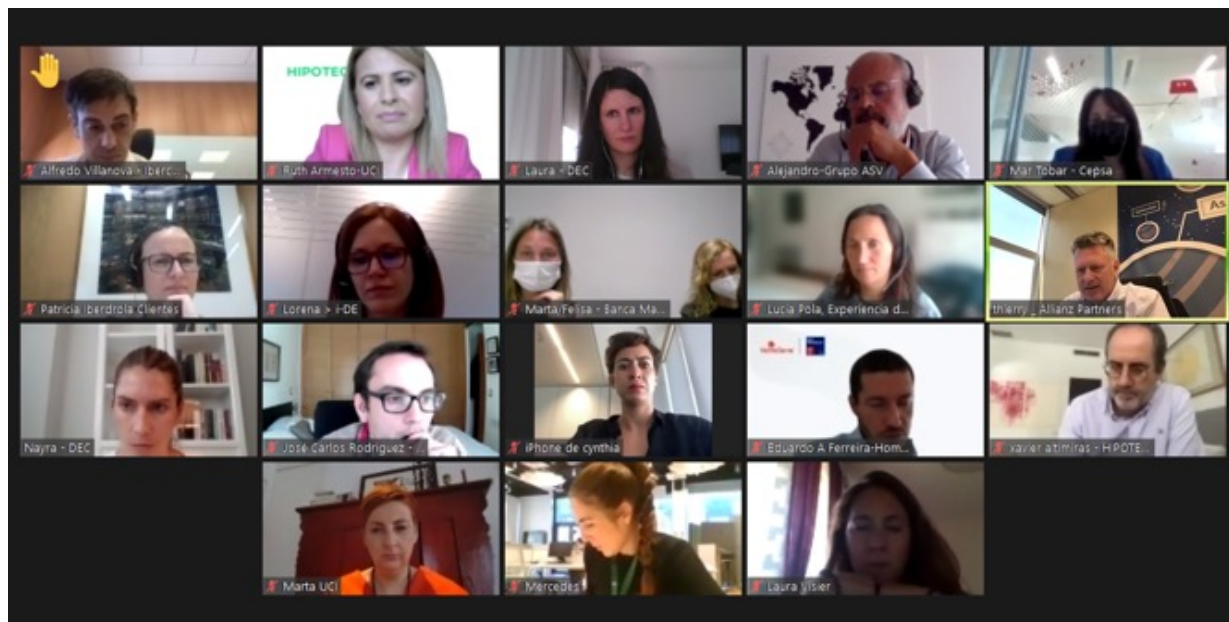
DEC ha celebrado un nuevo DEC Solving, el octavo desde el lanzamiento de este servicio en 2016 que permite a las empresas socias intercambiar opiniones y experiencias sobre temas concretos relacionados con la Experiencia de Cliente. De esta forma, un grupo reducido de profesionales de distintas compañías comparten sus mejores prácticas con el objetivo de aprender unos de otros y seguir desarrollando y mejorando sus estrategias de Experiencia de Cliente.

Objetivo:

En este nuevo DEC Solving, propuesto por UCI (Únion de Créditos Inmobiliarios) e Hipotecas.com y organizado en colaboración con DEC, el tema a tratar ha sido **“El papel del Call Center en la Experiencia de Cliente”**. El pasado año 2020, como consecuencia de la pandemia, se ha incrementado la exigencia digital y de servicio por parte de todos como clientes, independientemente del sector. Esto obliga a las empresas a replantearse cómo adaptar sus Call Centers y servicios de atención para mantener los niveles de satisfacción de antes de las crisis y ver fórmulas que les permitan redimensionar las plataformas en momentos puntuales, eliminando los techos de cristal marcados por los costes. Al mismo tiempo, durante la reunión, trataremos de entender cómo acompañar al cliente a lo largo de todo el journey y definir qué funcionalidades debe tener cada equipo.

Dónde y Cuándo:

La sesión tuvo lugar el 6 de mayo de 2021 en formato online, a través de la plataforma zoom, participando como anfitrión DEC.



¿Cómo se estructura en la compañía el Call Center (interno, externo, mixto)? ¿Qué dimensionamiento, capacidad de atención y efectividad tienen?

Comienza Alejandro Ginerés, Director de Asistencia y Contact Center de **Grupo ASV**, explicando que en su compañía han implantado un modelo mixto. Todos los temas de ventas los tienen externalizados, mientras que la gestión de siniestros la mantienen en el Call Center interno. El desarrollo del argumentario y la formación la hacen también internamente.

El personal del Call Center interno está especializado y la capacidad de atención es elevada. El porcentaje de llamadas atendidas está en torno al 94-95%.

Sólo tienen en cuenta los abandonos a partir de 60 segundos, ya que comprobaron que el coste de personal al reducir esos abandonos no impactaba a penas en la satisfacción, por lo que el retorno de la inversión era negativo.

Continúa Lorena Fernández, Responsable de Experiencia de Cliente de **I-DE Redes Eléctricas**, empresa distribuidora de electricidad del Grupo Iberdrola. En su compañía, cuentan con 11 millones de clientes y en el Call Center recibe alrededor de 1,3 millones de llamadas al año, lo cual no resulta una cifra demasiado elevada. En RRSS tienen pocas interacciones, sin embargo, tratan muchas operaciones a través de sus otros canales digitales.

El principal motivo de contacto telefónico de los clientes es información sobre incidencias (averías de red) o cortes programados. Otros motivos suelen ser información sobre expedientes de nuevos suministros, cuestiones relacionadas con el contador o reclamaciones. Su centro de relación con clientes está externalizado y cuenta con 150 posiciones, unas 100 posiciones en simultáneo. Sólo resuelven algún servicio muy puntual con equipo interno, como las anomalías en los contadores o el uso fraudulento de los mismos.

Lucía, Responsable de Experiencia de Cliente de **EDP Residencial by Total**, afirma que su Call Center venía siendo interno de forma histórica y que hace unos años comenzó el proceso de externalización. Hoy en día está 100% externalizado y están muy contentos con el funcionamiento del mismo.

Trabajan con distintos proveedores, lo cual les ofrece la ventaja de poder comparar los niveles de servicio o productividad entre unos y otros, buscar sinergias, testar nuevos procesos (lo prueban primero en uno de los proveedores y si funciona bien lo implementan en el resto).

Colaboradores:

UCI.

HIPOTECAS.COM

Para poder ver la ficha completa sobre *“El papel del Call Center en la Experiencia de Cliente”* es necesario estar asociado. Para más información puedes ponerte en contacto con nosotros en dec@asociaciondec.org o en el teléfono 660 38 46 60, estaremos encantados de informarte.

DEC