

# Las 10 Principales Razones por las que usted necesita SPEECH ANALYTICS

## Capítulo I

*Speech Analytics* se está revelando una necesidad para empresas de todo el mundo, ya que el conocimiento del comportamiento de los clientes y de los agentes que aporta es de vital importancia. Con esta tecnología puede analizar de forma automática el contenido de todas las llamadas de su call center, extraer la inmensa información de negocio que contienen y utilizarla para ganar clientes, ahorrar costes y mejorar sus procesos.

Imagine que puede escuchar todas las llamadas de sus clientes y apuntar lo que encuentre de interesante en cada una: para qué llama el cliente, si ha quedado satisfecho o frustrado -o incluso enfadado-, si ya había llamado antes para lo mismo, si habla de un competidor que le ha hecho una oferta mejor, si el agente le ha atendido correctamente, con qué argumentos se ha logrado la venta, etc. Imagine ahora que no sólo usted, sino todas las personas de su organización pueden oír todas las llamadas y anotar cada uno lo que le interese, según su función. ¿No sería increíble? ¡Qué conocimiento de los clientes! ¡Qué gran ventaja para tomar decisiones!

### **Razón 10: Sepa para qué llaman (tanto) sus clientes**

Esta es la primera pregunta que ha de hacerse; si no sabe para qué le llaman, no sabe en qué se gasta el dinero, ni cómo puede reducirlo, ni, en el fondo, cómo atenderlos mejor. Las soluciones de *Speech Analytics* de Fonetec categorizan de forma continua las llamadas por su contenido, dándole una visión perfecta de la razón (o razones) de cada una.

Las tipificaciones efectuadas por los agentes en sistemas transaccionales o de CRM no son prácticas ni fiables, pues se basan en categorías demasiado amplias y se hacen a toda prisa. El tiempo de los operadores es precioso, por lo que no queremos que lo dediquen a rellenar formularios. Por otro lado, hacer escuchas para recabar esta información es muy costoso, pues el número de llamadas a revisar para alcanzar relevancia estadística es muy alto. *Speech Analytics* es la solución perfecta.

Categorizar las llamadas por su razón es la base de casi cualquier análisis posterior. Por ejemplo: la simple observación de que la duración media de un cierto tipo de llamadas se dispara es una pista clara de posibles problemas. O, multiplicando el % de llamadas de cada tipo por su duración media, sabremos en qué nos gastamos los recursos del call center, y qué deberíamos automatizar, por ejemplo. Podemos también detectar los tipos de llamadas problemáticas (en cualquier sector, los problemas se concentran en unos pocos tipos de llamadas) cruzando llamadas insatisfactorias por tipo de llamadas, y entonces tendremos claves precisas para formar a los agentes en cómo tratar esas llamadas.

## Las soluciones de **Speech Analytics de Fonetic** le dan de forma automática, continua y fiable toda la información que necesita sobre sus agentes

### Razón 9: Repare sus procesos operativos

Los procesos operativos mal diseñados, o mal ejecutados, no sólo destruyen la relación con el cliente, sino que cuestan mucho dinero. Pedidos retrasados por un enfoque logístico equivocado, una nueva factura que sus clientes no entienden, problemas de calidad con un producto... le causan multitud de quejas, reclamaciones, acciones correctoras, facturas sin cobrar... Muchos clientes defraudados y muchos gastos imprevistos. ¿Qué porcentaje de las llamadas que recibe son debidas a su ineficiencia? ¿Cuántas llamadas sencillamente no deberían ocurrir?

Speech Analytics le da la posibilidad de detectar muy pronto estos problemas, pues el call center es donde primero saltan, donde primero se evidencian, cuando aún son pequeños y se pueden evitar males mayores. Para esto basta con registrar día a día la razón de las llamadas y vigilar las tendencias; las variaciones le dirán, entre otras muchas cosas, dónde dirigir su atención. Otra cosa que debería hacer es estar alerta al porcentaje de llamadas con insatisfacción en cada tipo: si empieza a haber un número desproporcionado de enfados con clientes que llaman para hacer un seguimiento de sus pedidos, ahí hay problemas. Escuchando esas llamadas verá rápidamente qué está ocurriendo.

Speech Analytics le ayuda también a evaluar el efecto negativo de cada proceso que falla, de forma que pueda priorizar sus actuaciones. Para ello fíjese en cuál genera más llamadas (le dará una medida de a cuántos clientes afecta), en cuál da lugar a más enfados u otras muestras de insatisfacción (esto le dirá la importancia que los clientes dan al hecho) y, obviamente, cuál es causa de más abandonos o cancelaciones.

### Razón 8: Monitorice la actuación de sus agentes

Todos estamos de acuerdo: en última instancia, la calidad de la experiencia de nuestros clientes depende de cómo le atienda el agente correspondiente. Como responsables de la atención que reciben nuestros clientes, ¿cómo podemos garantizar el trato que dispensa cada agente? Esta es una cuestión más importante cada día, debido a la distancia (primero el outsourcing, más tarde el offshoring). Speech Analytics cambia radicalmente el escenario, que hasta ahora pasaba por asumir un alto coste de auditoría o vivir a ciegas.

Las soluciones de Speech Analytics de Fonetic le dan de forma automática, continua y fiable toda la información que desee sobre sus agentes: el tiempo medio de atención, el tiempo muerto en sus llamadas, el grado en que resuelven en la primera llamada, etc. Todo ello comparado con la media de todos los agentes, de los de su grupo, etc.

Un aspecto de gran interés es el grado en que las muestras de insatisfacción o enfado de clientes ocurren con cada agente. Puede, si lo desea, ser avisado cada vez que un hecho puntual ocurre, enviándole la llamada o llamadas que lo han causado. Algo que también le puede interesar medir es en qué medida venden sus agentes, o siquiera lo intentan. Quién ofrece y quién no, qué ratio de éxito tiene cada uno, qué argumentos emplea... Piense en todas las posibilidades a la hora de diseñar y hacer formación o coaching.

*Continuará... (para conocer más sobre Speech Analytics visite [www.fonetic.es](http://www.fonetic.es))*



Juan Manuel Soto  
Consejero Delegado