



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

## Capítulo III

En nuestros dos artículos anteriores exploramos algunas de las poderosas razones por las que *Speech Analytics* se ha convertido en una necesidad para empresas de todo el mundo, ya que el conocimiento que aporta del comportamiento de los clientes y de los agentes 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 más clientes, ahorrar costes y mejorar sus procesos.

En esta última entrega vamos a examinar cómo Speech Analytics le permite entender el comportamiento de sus clientes y lo que de verdad les satisface o les frustra, proporcionando un concepto de calidad más centrado en el cliente, y la mejor arma para reducir el abandono.

### **Razón 4: Entienda el comportamiento de sus Clientes y Anticipe sus Necesidades**

Si conocer el comportamiento de sus clientes es siempre importante, hay situaciones en las que se vuelve crítico, pues sus decisiones en esos momentos especiales tienen enorme trascendencia para el negocio. Pensemos en el momento de la contratación de un servicio, de su renovación, su cancelación...

Speech Analytics le permite identificar con todo detalle los momentos de la verdad presentes en las llamadas, analizándolos para proporcionarle información precisa de cómo se comportan sus clientes en esas situaciones tan señaladas. Esta información le permite estar perfectamente al día, con datos y no sólo con intuiciones, la mejor forma de ir siempre por delante de los demás. No tiene que mirar lo que hace su competencia, tiene que fijarse en lo que quieren sus clientes.

Por ejemplo, sus llamadas de venta pueden ser, además de un canal comercial muy rentable, las mejores encuestas sobre lo que el mercado valora y compra. Hallando correlaciones entre el perfil de cada cliente (conocido si ya era cliente, obtenido mediante unas pocas preguntas en caso contrario) y su comportamiento real de compra, conseguirá un conocimiento detallado de qué aprecia cada tipo de cliente y qué oferta es la más adecuada para él. Y cómo van variando estas preferencias con el tiempo.

### **Razón 3: Conozca los impulsores de la Insatisfacción y el Abandono**

La fidelización de los clientes paga enormes dividendos económicos: crecimiento, estabilidad y rentabilidad. Sin embargo, las tasas de abandono no paran de

"Las soluciones de Fonetic le permiten identificar clientes en riesgo de abandono, y actuar antes de que sea demasiado tarde"

crecer en prácticamente todos los sectores, llegando a ser el más serio reto al que se enfrentan algunos de ellos. Una de las causas incontestables de abandono es la insatisfacción en el trato con la empresa: productos o servicios defectuosos, promesas incumplidas, falta de respuesta en situaciones que el cliente vive como urgentes... Todos estos problemas, y la reacción de sus clientes ante ellos, tienen su reflejo en el call center. Sus clientes le dicen a diario qué cosas no están dispuestos a tolerar y ante qué hechos deciden marcharse de la compañía.

Las soluciones de Speech Analytics de Fonetic le permiten identificar clientes en riesgo de abandono, y actuar con ellos antes de que sea demasiado tarde. Le posibilitan también analizar en qué situaciones se detectan estas señales de peligro, para que intente eliminarlas de raíz, o al menos reducir las.

Si realiza llamadas de retención (dirigidas a clientes que ya han expresado su deseo de dejarle), además de lograr que muchos de ellos no lo hagan finalmente, puede analizarlas con Speech Analytics para saber por qué razón ha tomado esa decisión cada uno: problemas de servicio, oferta de un competidor, cambio en sus circunstancias personales... Con esta información podrá enfocar mucho mejor sus políticas de fidelización.

## Razón 2: Gestione la Experiencia de sus Clientes

Speech Analytics le permite evaluar el tono de cada llamada y de cada interacción con sus clientes de forma automática, pudiendo analizar las que han ido mal y por qué ha sido así, de forma que pueda saber en todo momento dónde está y qué ha de hacer para mejorar.

Aún más, le permite integrar la información más valiosa sobre la Experiencia de sus clientes: lo que ellos mismos piensan. Esta opinión directa no se puede sustituir por nada, y se consigue mediante encuestas realizadas al azar a ciertos usuarios poco después de su interacción con el call center.

Speech Analytics le permite relacionar una a una cada encuesta con la llamada que la originó, cerrando así el círculo del control de calidad y conociendo con exactitud qué tipo de llamadas y situaciones atiende su empresa adecuadamente y cuáles no, qué agentes o proveedores dan satisfacción a los clientes y quiénes no, si las auditorías de calidad reflejan la opinión de los clientes, etc.

## Razón 1: Asegúrese de cumplir los requerimientos legales

Sea por leyes como la LOPD o de Defensa del Consumidor, sea por buenas prácticas comerciales, cada vez tenemos más necesidad de asegurarnos de que nuestros agentes, en las circunstancias apropiadas, leen ciertas informaciones a los clientes de forma precisa. Esto nos evitará incidencias, reclamaciones, incluso denuncias.

Speech Analytics le permite detectar con enorme precisión si una locución dada (una frase o un conjunto de frases) ha sido dicha en una llamada. A partir de ahí puede detectar cuándo debería haberse leído y no se ha hecho, qué agentes incumplen esta norma regularmente, etc.

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



Juan Manuel Soto  
Consejero Delegado