

RESOLVE

Mejora del Rendimiento del Call Center basado en el Cliente

Nuevo producto de Fonetic que incrementa la eficiencia operativa del Call Center y la calidad de la atención usando la Voz del Cliente como guía y la tecnología de Speech Analytics como medio.

Los Retos del Call Center

Existe un acuerdo general sobre los retos fundamentales a los que se enfrenta todo Call Center: contención de los costes y satisfacción de los clientes. En particular hoy en día, dada la coyuntura económica que vivimos, el ahorro de costes cobra una importancia primordial.

Estos objetivos son vistos a menudo como incompatibles: si quieres reducir costes has de sacrificar cierta satisfacción. Pero, en realidad, no tiene por qué ser así. De hecho, Fonetic ha encontrado que existe un factor clave para mejorar en los dos frentes al mismo tiempo: **la resolución**.

Resolver más llamadas a la primera es una fuente de grandes ahorros en el Call Center, pues entre el 25 y el 30% de las llamadas recibidas se deben a la falta de resolución en llamadas anteriores. Además, la resolución de su problema o consulta es, de lejos, lo que más interesa al cliente, y lo que más influye en su grado de satisfacción. (Como dato relevante, las llamadas motivadas por una falta de resolución anterior concentran cerca de un 80% de todas las llamadas problemáticas en cualquier Call Center.)

Cómo la Voz del Cliente le guía en la mejora

¿Cómo podemos saber si hemos resuelto una llamada? Preguntádoselo al cliente que llamó. Cualquier otra forma de medirlo contiene un importante sesgo, pues más que si hemos resuelto, estamos midiendo si se han cumplido los estándares de la casa. Y no es lo mismo. Una cosa es lo que nosotros consideramos que es resolver una llamada y otra, a veces muy distinta, es lo que el cliente considera. Surge así un “gap de resolución”, gap que según el tipo de llamadas puede ser muy grande.

Por eso RESOLVE combina la tecnología de Speech Analytics (que analiza automáticamente todas las llamadas) con los resultados de encuestas a clientes sobre dichas llamadas. Estas encuestas pueden ser inbound (al final de la llamada del cliente) o outbound (llamándole nosotros un rato después

de su llamada). En cualquier caso, la encuesta ha de preguntar claramente si el cliente ha resuelto lo que quería o no, además de otras preguntas sobre la atención o el grado de satisfacción con la llamada.

Preguntar a los clientes es siempre muy sano y revelador, su voz nunca es cuestionable. Sin embargo, los resultados de las encuestas no siempre dan guías claras de mejora por sí mismos, pues proporcionan datos estadísticos aglomerados, cuyas causas no son tan fáciles de esclarecer, y por tanto tampoco las soluciones. Para que la información que los clientes nos dan sobre la resolución, la satisfacción, etc., sea la guía de nuestra mejora, es imprescindible relacionar esta información con las propias llamadas, una a una. Unir cada llamada con su encuesta representa cerrar el círculo, y conocer exactamente qué piensan los clientes de nuestra actuación.

Qué le proporciona RESOLVE

RESOLVE aporta resultados precisos en dos ámbitos: el Operativo y el de la Calidad.

En el **plano Operativo**, la métrica clave es el IRBC (Índice de Resolución Basado en el Cliente). De forma automática, RESOLVE nos da este dato de forma continua, desglosando perfectamente qué tipo de llamadas son las que no resolvemos y por qué.

Las causas de no resolución son varias. Las más comunes son debidas a nosotros: procedimientos que dictan soluciones que no convencen a los clientes, actuación deficiente de los agentes (por falta de conocimiento, de interés, etc.), incidencias en los sistemas informáticos, etc. Otras, las menos, son debidas a que el cliente no puede aportar alguna información imprescindible, o a que pide algo directamente imposible. RESOLVE le dice, en cada llamada no resuelta, qué ha pasado.

También, al relacionar la no resolución con el grado de satisfacción, podemos determinar en qué situaciones la no resolución lleva a una gran insatisfacción, es decir, qué temas o situaciones tienen mayor importancia para el cliente. Todo de forma automática.

Otra gran fuente de ahorro es la reducción de la duración de las llamadas, con énfasis especial en la disminución del tiempo muerto dentro de las llamadas, todas esas puestas en espera que tanto molestan a los clientes y tanto dinero nos cuestan. El Speech Analytics de Fonetic analiza al detalle los tiempos muertos, tanto acumulados (% de la llamada) como consecutivos (tiempo de espera sin retomar). Una métrica importante que aporta RESOLVE es el **Porcentaje Medio de Tiempo Muerto** considerando todas las llamadas. Proporciona además información detallada del tipo de llamadas en el que es mayor, los agentes que más lo utilizan, etc.

En el **ámbito de la Calidad**, con RESOLVE puede evaluar perfectamente a sus agentes según su amabilidad, su resolución y el grado de satisfacción que proporcionan. Dicho por el propio cliente, el único con derecho a decir en qué medida ha quedado satisfecho. Como apoyo al área de formación y coaching, RESOLVE aporta una enorme ayuda, pues le señala en qué tipo de llamadas falla cada agente, y qué es lo que hace mal.

Beneficios muy tangibles

Fonetic ha conseguido con RESOLVE incrementos del **Índice de Resolución** de hasta 20 puntos (del 60 al 80%), lo que se traduce en una reducción en el número de llamadas recibidas de como mínimo un 10%. Un gran ahorro de costes, junto a un incremento notable en la satisfacción de los clientes.

De igual forma, hemos logrado reducciones el tiempo muerto de hasta un 50%, que suponen ahorrar entre un 5 y un 10% del tiempo total de las llamadas.

El acceso a estos indicadores y al importante ahorro que representa su uso es únicamente posible gracias a RESOLVE, una solución de Fonetic basada en Speech Analytics, que nos permite mejorar la resolución y la eficiencia de la atención en aquellos aspectos que más preocupan al cliente.