



Calidad 2024

Descifrando Secretos: maximiza el potencial de **Speech Analytics** para transformar tu negocio

Speakers



Jorge Villaseñor,
Director de consultoría
y calidad, IMT

Marco Serrano,
Consultor, IMT



Agenda

- **Dolores de la industria**
 - La base para comprender lo que debemos mejorar.
- **Las claves del éxito**
 - En la misma Voz del Cliente está la solución.
- **VOC Analytics**
 - Cómo la tecnología ayuda a generar empatía y mejora en el CX.
- **Demo de solución**



Principales motivos de fuga de clientes:



- **Insatisfacción con el servicio o producto**

Clientes abandonan por insatisfacción, problemas recurrentes o incumplimiento de expectativas en calidad de servicio o producto.



- **Competencia y mejores ofertas**

Competencia con mejores ofertas puede provocar la pérdida de clientes, tentándolos a cambiar de proveedor.



- **Problemas de comunicación**

Falta de comunicación genera frustración y desconfianza, contribuyendo a la pérdida de clientes.



- **Experiencia del cliente deficiente**

Mala experiencia del cliente, desde la interacción inicial hasta postventa, por falta de personalización o servicio ineficiente, contribuye a la fuga.



Costo de Adquisición de Clientes vs. Retención:

Adquirir un nuevo cliente puede costar **hasta 5 veces** más que retener a uno existente.

(Fuente: Harvard Business Review)

Impacto del Servicio al Cliente en Compras Futuras:

El **86% de los clientes** están dispuestos a pagar más por una mejor experiencia del cliente.

(Fuente: Zendesk)

Relación entre Experiencia del Cliente y Lealtad:

Un aumento del **5%** en la retención de clientes puede aumentar las ganancias **entre un 25% y un 95%**

(Fuente: Bain & Company)

Clientes Insatisfechos Comparten sus Experiencias:

Un cliente insatisfecho compartirá su experiencia negativa con al menos **15 personas**.

(Fuente: American Express)

Importancia del Tiempo de Respuesta:

El **75% de los clientes** considera que el tiempo de respuesta es un factor clave para evaluar la satisfacción del cliente.

(Fuente: Forrester Research)

Impacto de la Experiencia en Redes Sociales:

El **70% de los consumidores** que tienen una buena experiencia en redes sociales con una marca son más propensos a recomendarla a otros.

(Fuente: Ambassador)

Percepción de Problemas no Resueltos:

El **82% de los clientes** dejan de hacer negocios con una empresa después de una experiencia negativa que no fue resuelta de manera satisfactoria.

(Fuente: Lee Resources).

Importancia del Soporte Omnicanal:

El 87% de los clientes piensa que las marcas necesitan poner más esfuerzo en proporcionar una experiencia de cliente coherente en todos los canales.

(Fuente: Zendesk)

Desafíos desde la operación...

Toma de
decisiones
basada en datos
y análisis
objetivos en
lugar de
intuición

Decisiones
Informadas

Mayor precisión

Detección de
problemas y
riesgos

Personalización y
experiencia del
cliente

Evolución en
la forma de
analizar
información
explotando el
Big Data
desde la
vereda
tecnológica

Cuáles son las claves
del éxito...

	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
6680.97	7183.4	7968.17	9091.9	8755.07	7738.2	
633.57	655.54	679.87	908.98	637.36	628.39	
1087.45	1078	1362.88	1275.98	1430.29	1487.34	
325.12	367.01	378.84	368.04	320.36	360.8	
3391.33	3466.38	4727.09	4784.65	6114.04	5455.03	
959.57	1006.7	1244.59	1567.69	1651.05	1314.03	
388.43	450.14	509.1	562.9	559.19	556.9	
209.55	311.04	359.04	378.18	370.82	299.97	
83	181.53	273.31	238.78	302.77	232.73	257.71
12	47.32	22.88	123.76	71.24	40.04	30.16
4.25	11.68	0	7.03	17.68	1.65	0.95
0.34	3.25	8.39	1.7	5.82	1.12	0.70
3.25	4.8	3	8.05	10.25	14.38	35.25
25.6	12.59	17.98	15.26	129.85	74.42	77.74
6.96	3.96	6.6	1	0	11.2	22.31
4	4	4	0.5	11	6.5	2.5
0	0.37	0	0	0	11.5	30.02
2.36	0.3	1.22	2.47	22.06	2.24	0.63
11069.5	13945.79	14851.18	17625.93	19138.99	20234.06	18296.67
540.91	453.65	229.93	59.97	139.96	299.93	281.17

	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov
12964.89	12961.21	12625.01	13686.73	14213.05	12941.58	1120
1046.6	1152.52	1210.19	2186.86	2100	1938.01	12
3445.21	3400	2956.12	3779.39	3825.52	3083.2	26
491.75	442.9	443.92	903	774.59	696.84	1
7228.76	5744.81	4654.11	6468.39	6983.6	6088.4	4
1878.12	1914.77	1820.55	2888.69	3165.45	2480.94	2
27	853.35	979.59	847.94	1067.62	1163.01	1107.32
1601	511.83	515.79	558.06	645.75	549	589.69
10.96	396.62	403.78	402.73	329.75	367.56	313.65
80.6	42.64	87.88	35.36	74.88	85.28	6
0.99	8.58	17.86	1.88	0.37	1.3	0
0.75	0	0.25	3.70	2.5	0	0
313.82	378.14	517.6	594.34	710.8	153.71	119.5
308.48	122.03	191.87	172.88	20.7	0.19	119.5
4.02	14.44	0	30.25	28.35	4	4
38.9	16.55	23.4	29.29	18.99	228.59	44.9
29.42	16.4	15.92	1.72	35.5	34470.64	
3.79	1.26	0.62	26419.05	32059.87		
31878.36	29446.17	28310.77				

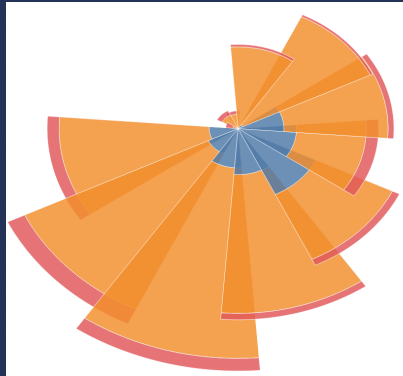
“Generar **soluciones** esenciales para potenciar la **atención al cliente**, optimizar los procesos de atención, así como aumentar la **eficiencia**, la **productividad** y la **empatía** en todos los canales. Utilizar tecnologías avanzadas para detectar la **voz del cliente** y ofrecer una consultoría de mejora continua basada en hallazgos y conclusiones relevantes enfocadas en la organización y el negocio”

El Impacto de la analítica en la historia

Florence Nightingale
(1820-1910)
Enfermera



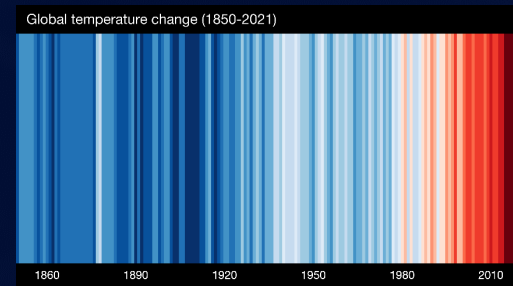
Revolucionó la atención médica en la Guerra de Crimea con el gráfico "Coxcomb". Mejoró las condiciones de hospitales y dejó un legado en la salud moderna.



Ed Hawkins
(1977)
Climatólogo



“Rayas de calentamiento”: muestra la temperatura global desde 1850. Es icónico y actualiza anualmente el calentamiento climático, como lo muestra la franja roja del 2022.



El Impacto de la analítica en la actualidad

Entretenimiento



Ahorra \$1B anual gracias a data science y el 80% del contenido es consumido por el sistema de recomendaciones.

Hotelería



Creció 43.000% en 5 años con data science y análisis de comentarios.

Salud



Usó datos en tiempo real para rastrear la expansión del Covid-19 y elegir lugares de prueba de vacunas.

Red Social



Recopila datos diarios de sus usuarios y usa algoritmos de aprendizaje automático para eliminar cuentas falsas y abusivas.

Deportes



Optimiza deporte y fans con Big Data y tecnología, mejorando los indicadores de sus atletas y la experiencia del público.



L'ORÉAL



cabify



ZARA





De la comprensión a la acción...
La importancia del análisis de la Voz del Cliente

¿Qué es VoC Analytics? de Buró de Calidad?





Soluciones de Voz

VoC Analytics, es una solución que utiliza la tecnología de Speech Analytics para transcribir las conversaciones de los clientes, analizar y descubrir lo que dicen en cada punto de contacto y detectar mejoras en la atención. Beneficios que se maximizan con una consultoría integral de mejora continua comprobada en diversas áreas de negocio.



Soluciones Medios Escritos

Esta solución innovadora une el análisis y el entendimiento de los medios de atención escritos, mediante el procesamiento del lenguaje natural de las conversaciones, examina el texto para detectar dificultades y entregar recomendaciones para el negocio. Además, te permite visualizar y medir a través de una consultoría integral como aplicar accionables, asegurando los beneficios de forma constante.



Soluciones Data Estratégica

Nuestra solución integral simplifica la interpretación de indicadores clave, identifica oportunidades eficientemente y facilita la gestión de datos a través de sistemas especializados en BI y Ciencias de Datos, permitiendo una mejora constante basada en el conocimiento de indicadores. Mejora tus servicios, productos y flujos de llamadas con nuestra solución.



Beneficios de VOC



Mejora decisiones con información de clientes para impulsar eficiencia e indicadores.

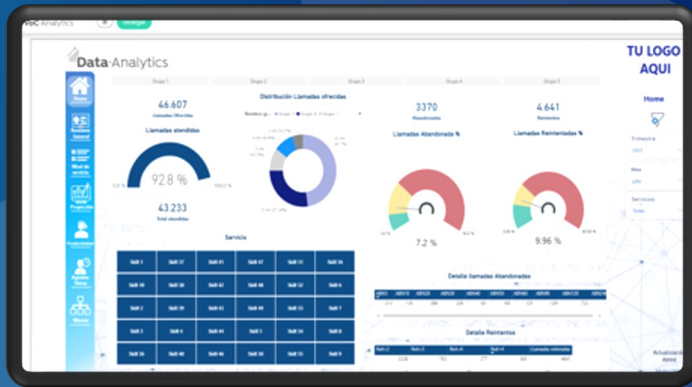


Automatiza la evaluación de calidad sin prejuicios y gestiona grandes volúmenes de datos de manera eficaz.



Mejora la eficiencia y alcanza tus objetivos optimizando tus procesos de ventas y cobranza.

Beneficios de VOC



Unificación de data estratégica para CC (CRM / ERP / Sucursales).



Obtén proyecciones y anticipa mejoras en el tiempo de silencio y tiempo de atención de manera precisa y eficaz.



Haz visible el “Journey” de tu cliente y toma decisiones informadas basadas en datos.

Banca

¿Cómo evaluar a todos mis agentes y mejorar el CX?

- Escuchas manuales a un bajo % agentes.
- Baja contactabilidad encuestas post atención.
- Motivos de las llamadas.

17%
Derivación
a EPA → **70%**
Derivación
a EPA

- Con VOC solucionamos a través del objetivo de CX y Calidad Automatizada la problemática del cliente.
- (IMEC / Pautas de Calidad / Dashboard).

Telco

¿Cómo puedo ser más eficiente en la atención de clientes?

- Poca resolutividad.
- Aumento en silencio, TMO e indicadores de negocio.
- Mala calidad de atención.

57%
Silencio → **24%**
Silencio

- A través de nuestro análisis de indicadores y extrapolación de comportamiento analítico se presenta una mejora en el silencio, TMO y FCR del cliente.

Finanzas

¿Cómo puedo mejorar mi cobranza?

- Motivos de no pago.
- Bajo cumplimiento de KPI's.
- Trazabilidad de sus BBDD.
- Aperturas de compromiso.

6%
Compromiso de
pago → **13%**
Compromiso de
pago

- Con VOC a través de nuestra metodología de cascada de cobranza logramos aumentar los KPI del cliente, entregando visualización del proceso general de su cobranza.

¡GRACIAS!

Jorge Villaseñor

Director de Consultoría y Calidad
j.villasenor@imt.com.mx



[/imtcontactforum](https://www.facebook.com/imtcontactforum)



Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)



[IMTContactForum](https://www.youtube.com/IMTContactForum)



[@imt_cx](https://www.instagram.com/imt_cx)



[@imt_](https://twitter.com/imt_)



(55) 8532 8713 | Tel. +52 (55) 5340-2290 Ext. 7000 | www.imt.com.mx | calidad@imt.com.mx