

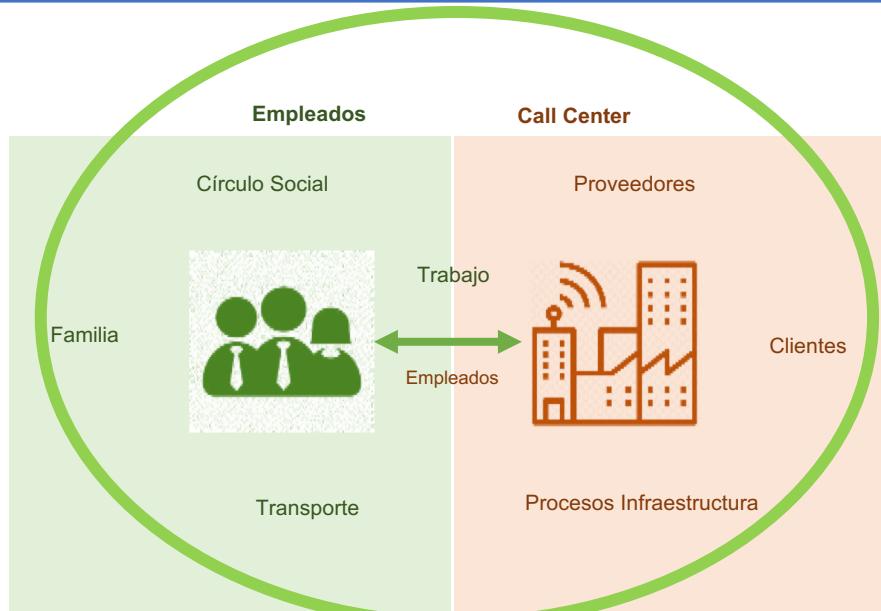
Protección de 360° para Contact Centers ante la crisis del COVID-19 Segunda Parte



¿Por qué un enfoque de 360° en la Gestión de Riesgos?

Premisa General:

“Durante la Contingencia derivada de la Pandemia de COVID-19, el objetivo de cualquier Contact Center debe ser “Continuar con sus Operaciones de forma Reducida”; al mismo tiempo, “Proteger y Cuidar a sus Empleados para que no se Enfermen.”



El Mayor Reto:
CONCIENTIZAR A LAS PERSONAS



Protección de 360° para Contact Centers ante la Crisis de Covid 19

Sección III. Protección de las Operaciones del Negocio.

1. ¿Qué Riesgos están impactando directamente a los Contact Centers?
2. Reflexión: ¿Qué tan preparada está mi empresa ante la Pandemia?
3. Gestión de la Crisis desde el Centro de Control de Mando.
4. Análisis de Impacto al Negocio para Plan de Continuidad.
5. Alternativas de Líneas de Acción
6. Oportunidades de Cambio.



1. ¿Qué Riesgos están impactando directamente a los Contact Centers?



- Contact Centers = Focos de Infección.

Working environment at call centers could raise risk of droplet infection: Experts



**arirang
NEWS**
Moscow 16:03

VULNERABLE CALL CENTERS

Working environment at call centers may raise risk of droplet infection: Experts

arirang
NEWS

0:22 / 2:08

▶ ▶ 🔍

▼

≡ ⚙️ ✎

A video thumbnail from Arirang News Moscow at 16:03. The video shows a blurred view of a call center office with several cubicles and workers. The title 'VULNERABLE CALL CENTERS' is displayed in large bold letters, along with the subtitle 'Working environment at call centers may raise risk of droplet infection: Experts'. The video player interface includes a play button, a progress bar showing 0:22 / 2:08, and various control icons.

1. ¿Qué Riesgos están impactando directamente a los Contact Centers?

- Crisis en Corea del Sur hace tres semanas por Infección múltiple.



1. ¿Qué Riesgos están impactando directamente a los Contact Centers?

- Desalojo de Personal por Autoridades de Perú en Centros de Contacto.



1. ¿Qué Riesgos están impactando directamente a los Contact Centers?



- Noticias negativas en México por Alto Riesgo de Infección y malas prácticas en Centros de Contacto.



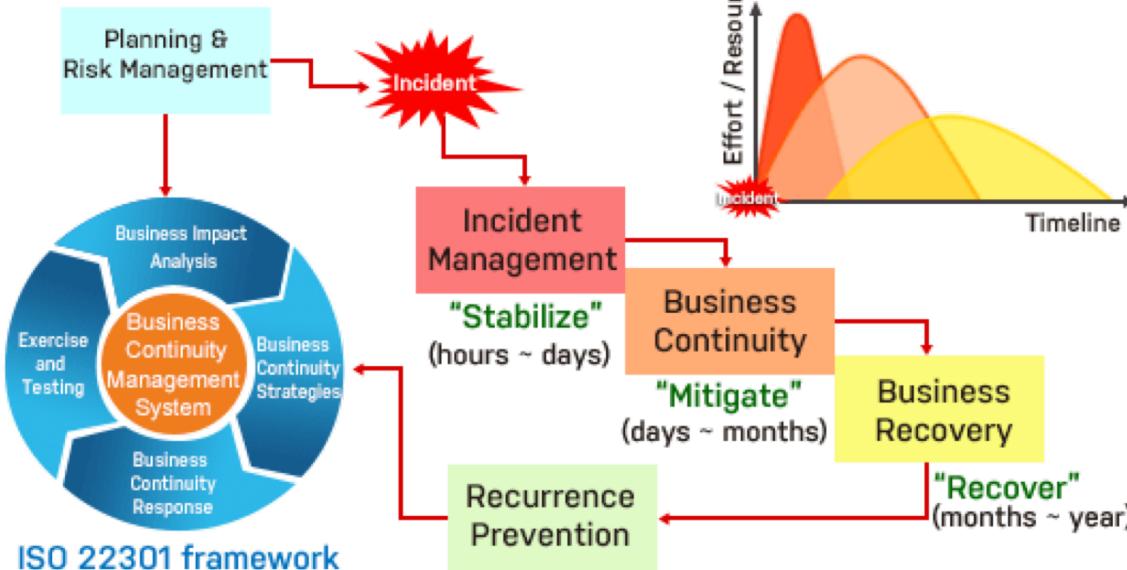
2. Reflexión: ¿Qué tan preparada está mi empresa ante la Pandemia?



1. ¿Tu empresa está preparada para enfrentar una **Crisis Global** a consecuencia del Coronavirus, que interrumpa parcial o totalmente sus operaciones durante un período significativo?
2. ¿Has **identificado los campañas críticas y procesos sensibles** de la empresa que estén más expuestos a una a dichos riesgos?
3. ¿Cuáles son **los Impactos como Negocio** que está enfrentando tu empresa ante la pandemia de Coronavirus?
4. ¿Cuáles son las **Acciones** que estás llevando a cabo para **Disminuir los Impactos** de tu empresa?
5. ¿Qué tan **Efectivas** son las acciones que estás llevando a cabo? ¿Cómo se mide la **Efectividad**?
6. ¿Has visualizado los posibles **Escenarios de Riesgo**, como consecuencia de esta crisis global, que podría enfrentar tu empresa en el **corto, mediano y largo plazo**?



3. Gestión de la Crisis desde el Centro de Control de Mando



Primera Etapa. Gestión de Incidente.

Estabilizar el efecto del incidente o desastre conforme al **Plan de Respuesta de la Emergencia**.

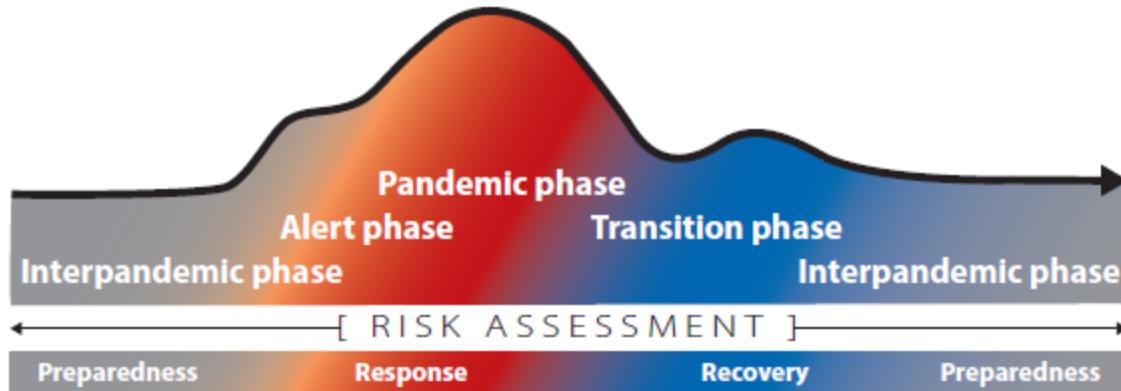
Segunda Etapa. Continuidad de Negocio.

Alcanzar el mínimo de las metas de operación bajo el **RTO** (Tiempo Objetivo de Recuperación - recover time objective), conforme al Plan de Continuidad de Negocio.

Tercera Etapa. Recuperación del Negocio.

Recuperación del daño hasta la capacidad de producción original dentro del máximo tiempo de interrupción tolerable. Conforme al Plan de Recuperación del Negocio.

3. Gestión de la Crisis desde el Centro de Control de Mando



* This continuum is according to a "global average" of cases, over time, based on continued risk assessment and consistent with the broader emergency risk management continuum.

Adaptar lo
que existe



3. Gestión de la Crisis desde el Centro de Control de Mando



Respuesta - El liderazgo en la respuesta y resistencia durante una crisis requiere, por parte de la empresa, una gran capacidad de adaptación y agilidad en las acciones definidas, así como la confianza en sus protocolos y estructura organizacional previamente probados.

Monitoreo - La capacidad para gestionar una crisis depende, sobre todo, de la habilidad para identificar riesgos y adaptar nuestras soluciones y acciones a cada contexto. El monitoreo nos permite crear una estructura organizacional adecuada, diseñada para permitir a las empresas liderar con coherencia y responsabilidad todo el ciclo de vida de una crisis.

Comunicación - Contar con una estrategia de comunicación bien definida e integrada en la organización permite liderar el discurso y controlar la posición de la empresa en las distintas fases del proceso.

Recuperación - Superar una crisis no significa haber sellado la organización de posibles nuevas dificultades. El reto es identificar amenazas, minimizar debilidades, investigar oportunidades y probar e implementar mejoras. Sólo de esta forma, podremos evolucionar como empresa y estar mejor preparados para otro episodio de crisis.

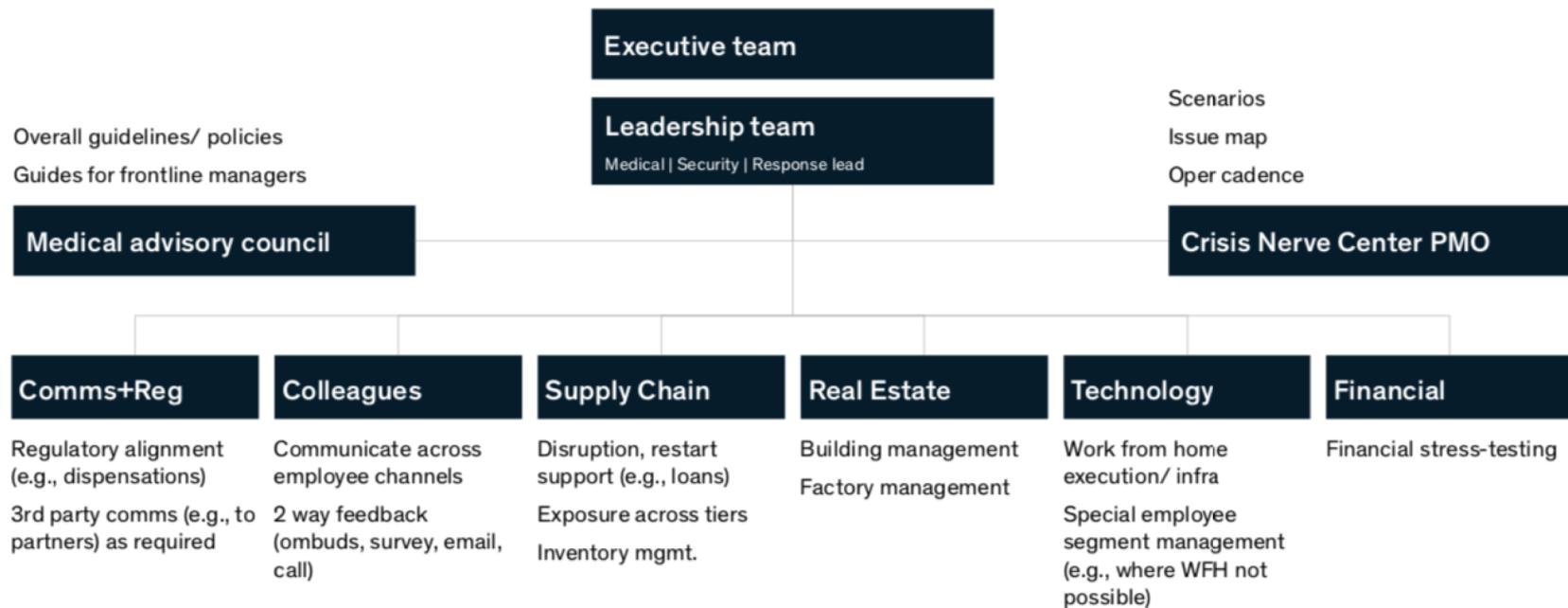
Identificación de amenazas - Conocer los riesgos a los que nos enfrentamos es la diferencia entre poder anticipar y gestionar una crisis o estar expuesto a las consecuencias de no comprender su importancia y alcance. En este sentido, la categorización de responsabilidades, la definición de roles y la planificación de procedimientos de gestión resulta clave en el proceso.



Estructura del Grupo de Control de Mando

Example Nerve center for a pandemic response

<Real sanitized example>



4. Análisis de Impacto al Negocio para Plan de Continuidad



Business Impact Analysis People Premises Processes...

				
People	Premises	Processes	Providers	Profile
Key Staff: Text Here	Building: Text Here	IT: Text Here	Reciprocal Arrangements: Text Here	Reputations: Text Here
Skills / Expertise / Training: Text Here	Facilities: Text Here	Documentation: Text Here	Contractors / External Providers: Text Here	Legal Considerations: Text Here
Minimum Staffing Levels: Text Here	Equipment / Resources: Text Here	Systems & Communications: Text Here	Suppliers: Text Here	Vulnerable Groups: Text Here

4. Análisis de Impacto al Negocio para Plan de Continuidad



Business Impact Analysis

Critical Business Process	Dependency	Recovery Time	Customer Impact	Financial Impact
Financial Analysis	<ul style="list-style-type: none">NetworkFile Server	2 weeks	None	>150k
Payroll	Add text here	Immediate	High	>2 million
Add text here	Add text here	Add text here	Add text here	Add text here
Add text here	Add text here	Add text here	Add text here	Add text here



4. Análisis de Impacto al Negocio para Plan de Continuidad

¿Cómo establecer prioridades en una Crisis?

Matriz de Gestión de Urgencias

		Impacto		
		Alto	Medio	Bajo
Urgencia	Alto	1	2	3
	Medio	2	3	4
	Bajo	3	4	5

**Posibles Situaciones de Urgencia o
Tipo de Incidentes:**

- Empleados
- Operación
- Finanzas
- Proveedores

Posibles Criterios: Empleados – Ausencias

- Alto - 20% de los empleados
- Medio - 10% de los empleados
- Bajo - 1% de los empleados

All sectors are impacted, with several seeing more severe consequences through Q2 2020 through the rest of the year

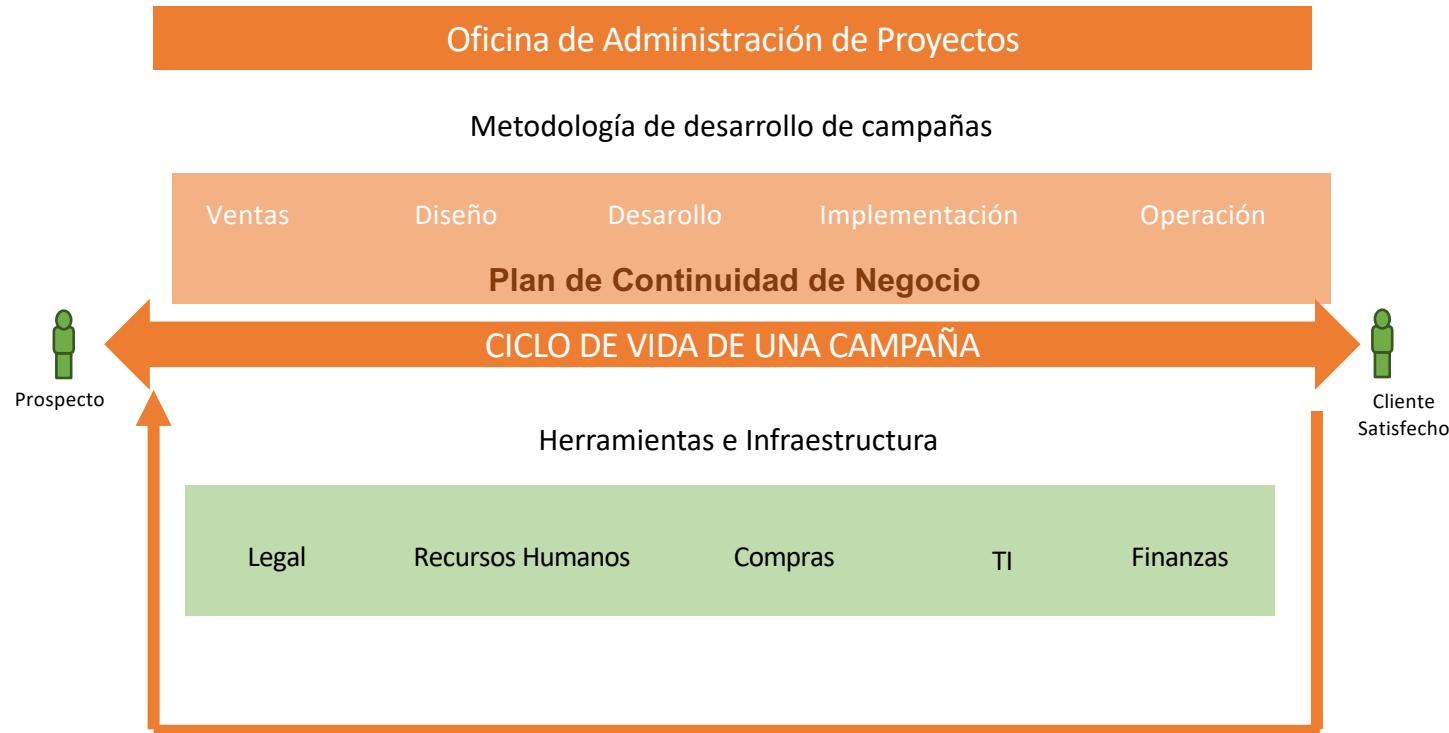
Preliminary views based on base case – Subject to change as the COVID-19 outbreak evolves

Estimated degree of impact, in terms of duration	Tourism and hospitality	Aviation / airlines	Automotive	Oil and gas	Consumer products	Consumer electronics and semi-conductors
Estimated global restart	Longest	Late Q3 / early Q4	Q3	Q3	Q2	Q2
Key insights	<p>Travel slowdown to and from major Asian travel hubs (20%+ YoY decrease) and select European destinations (e.g., France), coupled with decrease in Chinese tourism spend (\$277Bn, 16% of international tourism spend in 2019), likely to reduce demand globally (up to 40% decline 2020 output) until disease is “under control” across transmission complexes, likely far into Q4</p> <p>Several EU and APAC countries are highly dependent on tourism (7-20% of national GDP)</p> <p>Hospitality sector could proactively protect and prepare its people, anticipate near-term fall in demand, prepare to manage reputational risk and review annual planning in anticipation of long-term impacts</p>	<p>Emergence of new sites of community transmission (e.g., Iran, South Korea) likely to compound existing losses incurred by Asia-Pacific carriers. Travel restrictions, drop in consumer confidence, corporate policies to limit mass gatherings and non-essential travel are acutely impacted industry</p> <p>Impact across airlines to vary, with smaller airlines with low margins and smaller cash reserves more at risk, but larger global network at risk is suggesting much broader, prolonged slowdown</p> <p>As with tourism, expected recovery to be faster for domestic travel (~2 quarters), longer for international (~3-4 quarters), if not longer based on disease evolution</p>	<p>Signs of ongoing disease expansion in Europe (2nd largest global automotive producer, 6.1% of total EU employment) to amplify impact, despite ongoing Chinese economic restart. Likely to compound existing market vulnerabilities (e.g., trade tensions, declining sales)</p> <p>Headwinds faced likely to persist into Q3 given tight inventories (fewer than 6 weeks) and complex supply chains (and thereby minimal ability to shift supply chains)</p> <p>Hubei province accounts for 9% of total Chinese auto production (incl. global automakers and component parts), disrupting global supply chains until activity fully resumes</p>	<p>Uncertainty and reduced industry activities (~20% decline in Chinese demand), compounded with travel restrictions and recent spread to Middle East, have led to a drop in prices, where up to 50% is attributed to global slowdown</p> <p>Whereas impact during SARS was short lived, industry restart will be highly dependent on improved markets and Chinese demand, as the world's 2nd largest oil consumer and largest importer of liquefied natural gas (Chinese imports have decreased 10% YoY)</p> <p>Lower short-term prices could lead to sharp increases in prices as demand rebounds and supply lags – companies could prepare contingency plans, incl. employee protection</p>	<p>Global slowdown in demand to improve and consumer confidence to recover when disease is perceived “under control” – seeing sustained demand in China (e.g., express delivery, food delivery, though hampered by labor shortage)</p> <p>Retailers with thin margins in affected areas likely to face severe drops in demand and, in parallel, liquidity and working capital constraints, forcing companies at risk (especially smaller and medium-sized enterprises) to lay off workers or dock salaries</p> <p>Governments may step in with stimulus strategy (e.g., postponing employee benefit payments)</p> <p>Risk mitigation by pursuing online / omnichannel strategies given accelerated trend in consumer behavior</p>	<p>Existing market structure already in middle of shifting (e.g., given recent trade tensions, moves to diversify supply chain), and likely to be exacerbated into Q2</p> <p>Wuhan – a hub for semiconductors and fiber-optics is critical in supply chain worldwide – and shutdowns are impacting sites downstream</p> <p>28% of South Korea exports are electronics, leading to further supply chain disruptions if increases in-country transmission, despite a China restart</p> <p>Recovery will differ by sub-segment, depending on labor intensity and availability of dwindling inventory (e.g., 2-6 weeks estimates for semiconductors)</p>

4. Análisis de Impacto al Negocio para Plan de Continuidad



- **Usar un Enfoque de Ciclo de Vida de Campañas bajo la Perspectiva de un Plan de Continuidad de Negocio**





Recomendaciones Generales

Bajar la Ansiedad – Dado que la Pandemia ha impactado a todos los sectores económicos de todos los países, los Clientes Sufren de Ansiedad. Al mismo, los **Empleados sufren igual**. Es necesario orientar las Decisiones y Acciones pensando en cómo Reducir la Ansiedad de los Empleados y Orientar las Operaciones para Bajar la Ansiedad de los Clientes durante la crisis.

Atender el Crecimiento de Llamadas – El Crecimiento de las llamadas a los Call Centers crece para compensar la falta de puntos de atención directa a clientes. Los Tiempos de atención en aerolíneas son muy altos para cambiar o cancelar itinerarios; incluso Google Store se disculpa de antemano por los retrasos en la atención de las solicitudes de los clientes. La Automatización de Procesos y el Trabajo Remoto de los Agentes son los caminos que las empresas están tomando para lidiar con el riesgo de contagio de las personas y mantener el negocio en marcha.

Promover Conectividad Omnipresente e Inteligencia Artificial – Proveer de conectividad omnipresente, así como el uso de IVR y Chatbots inteligentes es la respuesta que los Contact Centers están dando ante la crisis en Estados Unidos y otros Países. El Servicio Automatizado a Clientes puede rescatar a los Clientes y a los Agentes Telefónicos al mismo tiempo; así como el buscar la Solución para los Clientes desde el primer contacto.

Enfrentar la Baja de Productividad – El Ausentismo por miedo a la enfermedad o por enfermedad, la Elevada Rotación del Sector, así como los elevados tiempos de On-boarding de los Agentes nuevos impactan en una considerable baja de productividad ante la crisis. Como consecuencia, se incrementa también la probabilidad de atender incorrectamente a los Clientes o ni siquiera poder atenderlos.





Recomendaciones Generales

Simplificar – Antes de decidir el realizar cambios sofisticados que tomen mucho tiempo y recursos, es mejor simplificar. Tan sólo elaborar y usar scripts sencillos para abrir las llamadas con los Clientes para empezar a bajar su ansiedad en medio de la crisis es una opción de simplificar las operaciones durante la contingencia. Mostrar apoyo, honestidad sobre los altos tiempos de respuesta durante la crisis y sobre todo, mostrar disposición para tratar de ayudar a los Clientes, les brindará tranquilidad a los mismos.

Bajar el Estrés del Personal de IT – Los Técnicos e Ingenieros de IT siempre trabajan sobre presión y durante la Pandemia la presión se está multiplicando. Hay que apoyarlos con Logística, con Personal de Desarrollo o Proyectos que los pueda ayudar durante la crisis, con conseguirles comida, transporte especial y descanso. Hay que bajarles presión y entender que no pueden atender el 100% de las necesidades, así que el Grupo del Centro de Control de Mando debe apoyarlos para priorizar y decidir el orden de la atención de todas las urgencias durante la crisis.

El Toque Humano en la Experiencia del Cliente – Debe aprovecharse la conjunción del Customer Experience con el Toque Humano en la Atención de un Miembro de una Comunidad Global. Una Persona Sensible atendiendo a otra Persona con el factor en común que pertenecen a la misma comunidad y están sufriendo de la misma manera la Pandemia. Mostrar Empatía al Cliente durante la Crisis y una Actitud Servicial van a terminar creando un Vínculo Agradecimiento y de Lealtad de parte del Cliente.



5. Alternativas de Líneas de Acción



Capacidad de Conexiones remotas y de ancho de banda son claves para asegurar Continuidad de Operaciones en forma remota

Devices, network, and connectivity	
Hardware	
<input type="checkbox"/>	Company issued computers <p>Ensure contact center procures enough computers and chargers for all agents who will be working remotely.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Laptop computers are ideal, but if you don't have enough laptops, consider dusting off some of those old PC's in your contact center's storage. While they have a large footprint and not the ideal solution, remind agents this will only be for temporary period. - Ensure you have a mechanism to label and track the computers prior to distribution for asset control.
<input type="checkbox"/>	Agent personal devices <p>If your contact center does not have the ability to procure enough company-provided computers, identify if your agents' personal machines are a viable option for remote work.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Check with your Trust and Legal teams to ensure there are no customer data privacy concerns. - Check with your HR department to ensure this abides by local workforce policies and procedures. - The NICE inContact CXone platform can be accessed from computers that meet platform requirements and have a browser to access the appropriate URL with a valid username and password. However, check that other systems that your agents need to access as part of their work can also be accessed from a non-company machine.
Network	
<input type="checkbox"/>	VPN/Network access <p>If agents require the ability to access other systems and tools accessed through your company's internal network, ensure that all computers have the ability to connect.</p>
Desktop Support	
<input type="checkbox"/>	Logins <p>Ensure your agents know their username and password to log into CXone and other systems.</p> <p>While agents use these tools every day agents may have forgotten their username and password, especially if your contact center usually uses Single Sign On (SSO). avoid any hiccups on day-one at home, have all your agents reset their passwords if they have any doubts.</p>

<input type="checkbox"/>	Internet support <p>Ensure that all agents have high enough internet speed at their homes to support the use of systems needed to support your business needs. Ask agents to run a speed test using whatever machine they will be using at home prior to full-time remote work.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hotspots: If your agents' internet speed is not sufficient, consider procuring hotspots they can use. - Pay to increase their speed: If your agents' internet speed is not sufficient, consider reimbursing them for the difference in cost to increase their speed through their internet provider. - Browsers: Ensure that all machines that agents will be using have the appropriate browsers downloaded. NICE inContact CXone is supported via various Internet Browsers, but the integrated softphone is only formally supported via Chrome. Note: <i>The unified interface with CXone WFO Pro is only formally supported in Chrome.</i>
<input type="checkbox"/>	Antivirus & recovery <p>Ensure both company and employee-provided computers have up-to-date antivirus software installed and processes in place to protect equipment from virus-related impact, as well as protect against malicious hijacking of information via malware.</p> <ul style="list-style-type: none"> - There is additional remote for organizations which enable remote users to use personal computer.
<input type="checkbox"/>	Desktop virtualization <p>Companies wanting to maintain control remote employee applications may deploy applications using VDI.</p> <ul style="list-style-type: none"> - From a general DR/BCP plan, it is wise to consider how remote users will impact existing use of VDI. - NOTE: NICE inContact recognizes this as a common practice, however we don't formally support VDI environments, nor is our Technical Support team able to diagnose, troubleshoot, or assist customers in enabling VDI for their remote users.
<input type="checkbox"/>	Ability to re-image <p>Inquire if your organization has the ability to image/re-image company provided machines for remote agents. Ability to image/re-image can facilitate the rapid deployment of computer systems and helping to support remote workers.</p>
Voice Interaction Handling Train agents on different mechanisms to route voice calls.	
<input type="checkbox"/>	CXone softphone <ul style="list-style-type: none"> - If your contact center does not typically use the CXone softphone but will now be utilizing the free work-from-home module, ensure all your agents are trained before they start working remotely. It is very intuitive and easy to use, but best they practice handling a couple interactions while still on site.
<input type="checkbox"/>	Alternative B-leg <ul style="list-style-type: none"> - Ensure agents know how to use any 7-digit DID to act as their B-leg for handling voice interactions as back-up. Ideally agents will be using the CXone softphone but having a PSTN home connection or personal cell phone are good options if required. - If agents are required to use their personal phones for whatever reason, identify it and by what mechanism your agents should track that for company reimbursement at a later date.
<input type="checkbox"/>	Headsets <p>Ensure that all agents have functional headsets compatible for whatever company-provided or personal machine they will be using while working remotely. Have them test it with a peer to ensure they can be heard clearly and with good quality before they begin interacting with customers.</p>



NICE • inContact

Login Support Chat 1.866.965.7227 Contact Us 

Small Business Enterprise Products Solutions Services Partners Company Resources Blog

COVID-19 (Coronavirus) Business Continuity Planning and Resources









Keep Employees Safe

Shift Work Across Locations

Move Fast to Support Customers

Ensure Service Reliability

NICE • inContact

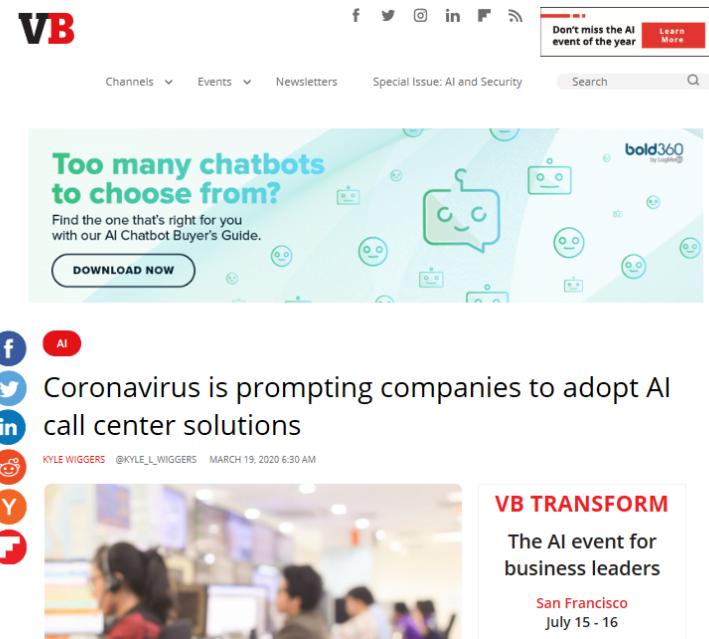
Checklist: Managing Work-from-Home Contact Center Agents



6. Oportunidades de Cambio

Acelerar o Expandir el Uso de Inteligencia Artificial.

- Ante la presión de mover a sus Agentes telefónicos a operar desde casa en Manila, USA o India, algunas compañías están llenando los “gaps” de servicio con IA.
- Las soluciones no son perfectas, siempre necesitarán del apoyo de equipos humanos, aún con chatbots funcionando, pero la Pandemia de COVID-19 ha acelerado significativamente el salto a esta tecnología.
- Proveedores como Tecnología como LivePerson (e-commerce y AI) ha observado un incremento significativo en el uso de su plataforma. En promedio, un 20% en sus más de 18,000 clientes; entre los que destacan Sky, IBM, Vodafone y Virgin Atlantic.
- El Incremento en su uso para Aerolíneas es de 96% y en Hotelería de 130%



The screenshot shows the VentureBeat website. At the top right, there's a red banner with the text "Don't miss the AI event of the year" and a "Learn More" button. Below the banner, there are social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and others, along with a search bar. The main content area features a large image of various chatbot icons with the headline "Too many chatbots to choose from?". Below the headline, it says "Find the one that's right for you with our AI Chatbot Buyer's Guide." and a "DOWNLOAD NOW" button. To the right of this section, there's a logo for "bold360 by cogniglobe". On the left side of the main content, there are social sharing icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, Reddit, YouTube, and Flipboard. The main article headline is "Coronavirus is prompting companies to adopt AI call center solutions" by Kyle Wiggers (@KYLE_L_WIGGERS) on March 19, 2020, at 6:30 AM. The sidebar on the right is titled "VB TRANSFORM" and describes it as "The AI event for business leaders" in San Francisco from July 15 - 16.

6. Oportunidades de Cambio



workhom

QUIÉNES SOMOS VENTAJAS ¿CÓMO TRABAJAMOS? BLOG CONTACTO

EU 73 966 6022 MX 81 4170 3737

Solicita un DEMO

CONTACT CENTER EN:
MODALIDAD DE
HOME OFFICE



workhom

QUIÉNES SOMOS VENTAJAS ¿CÓMO TRABAJAMOS? BLOG CONTACTO

Solicita un DEMO



CÓMO TRABAJAMOS

- Nos adaptamos a las necesidades de nuestros clientes a través de nuestras herramientas en la nube, las cuales nos brindan controles operativos a distancia para llevar las operaciones de trabajo en casa.
- Podemos conectarnos a los aplicativos de nuestros clientes en modalidades seguras con el objetivo de resguardar la información, encriptarla y la información.
- Podemos con nuestras herramientas proporcionar de 100% de visibilidad a través de la entrega de reportes e información clave.

[Ver más](#)



PARTNERS



humanQuality
be the best



GENESYS
moments connected



amazon
webservices



CISCO



Nuxiba



wepow
an Omnitel for Company



6. Oportunidades de Cambio



Algo positivo... Oportunidad en una Crisis



Covid-19

March 27, 2020

Jager McConnell,
CEO of Crunchbase

Home
Diversity
Entrepreneurs

Crunchbase Resources to Help Your Business During COVID-19

This post was last updated on April 3, 2020 with the addition of Crunchbase's support for [Direct Relief](#), a humanitarian aid organization that is coordinating with public health authorities, nonprofit organizations, and businesses globally to provide personal protective equipment (PPE) and essential medical items to health workers responding to COVID-19.



DROPBOX,
2007



WORDSTREAM,
2007



ZENDESK,
2007



GROUPON,
2008



CLOUDERA,
2008



WHATSAPP,
2009



UBER,
2009



VENMO,
2009



SLACK,
2009



SQUARE,
2009



INSTAGRAM,
2010



PINTEREST,
2010



LARRY KIM | MOBILEMONKEY.COM



¡Gracias!

consultoria@imt.com.mx

5553402290 Ext. 5030

WhatsApp 558050-9244

