

# Contact Centers Summit

4° Edición



## GOLD SPONSORS



## SILVER SPONSORS



## MEDIA SPONSOR



## AUSPICIA



## ORGANIZA





**Caso de Estudio**  
**CALIDAD DE SERVICIO EN EL**  
**CONTACT CENTER,**  
**¿ENTENDEMOS TODOS LO MISMO**  
**POR ESTE CONCEPTO?**

Rodrigo Navarro  
OTS Consulting



## **PERSPECTIVAS**

**Por favor tome un lápiz y un papel y evalúe la calidad de la siguiente interacción, con nota de 1 a 7.**

**Considere las siguientes perspectivas:**

- 1. Usted es el Monitor de Mejoramiento de Calidad (¿un monitor de mejoramiento de calidad evalúa los diálogos de los menús de opciones?)**
- 2. Usted es el Gerente del Call Center**
- 3. Usted es el Gerente General**
- 4. Usted es el Cliente**



**Interacción N 1 (automatizada)  
Favor Sres. de Sonido, poner PLAY al audio N 1**

**Apreciaré que usted escuche atentamente.**

**Cualquier parecido con la realidad es deliberado.**



## Definición de **Calidad**, según RAE

Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten **juzgar su valor**.

Condición o requisito que se pone en un contrato.

## Definición de **Servicio**, según RAE

Organización y personal destinados a **cuidar intereses o satisfacer necesidades** del público o de alguna entidad.



## **Definición de Calidad, según COPC**

Es hacer las cosas con precisión, en el primer intento.

## **Definición de Servicio, según COPC**

Es la velocidad con que se hacen las cosas, desde la perspectiva del Cliente.

## **COPC (Customer Operations Performance Center)**

Norma de aplicación para empresas de servicios centradas en el cliente que establece un sistema de gestión basado en el desempeño.





## **Definición de Calidad, según ISO 9001**

Calidad: Grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.

## **Requisito, según ISO 9001:**

Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

## **ISO 9001:2008**

Norma internacionalmente reconocida que especifica los requisitos de un Sistema de Gestión de la Calidad.



## Servicio al Cliente, según OTS

**“Un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas”** que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los Clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa.



## Nuestro Producto y el Ciclo de la Experiencia

¿NUESTRO  
PRODUCTO O  
SERVICIO ES  
DE BUENA  
CALIDAD?

¿Quién define la CALIDAD  
DE NUESTRO PRODUCTO O  
SERVICIO?

1. PROPIA EMPRESA,
2. ORGANISMO EXTERNO,
3. EL CLIENTE

EMPRESA OFRECE  
PRODUCTO O  
SERVICIO  
CONCRETO

## Ciclo de la Experiencia (Tener en mente la Calidad de Servicio)

**NUESTRO CLIENTE O USUARIO LLAMA A NUESTRA EMPRESA**

1. Quiere COMPRAR
2. Quiere SERVICIO
3. Quiere PAGAR
4. Quiere SOPORTE ESPECIALIZADO
5. Quiere algo que no sabemos

**MENU DE OPCIONES  
(INTERACCION AUTOMATIZADA)**

1. Para COMPRAR, marque 1
2. Para SERVICIO, marque 2
3. Para PAGAR, marque 3
4. Para SOPORTE ESPECIALIZADO, marque 4
5. Quiere algo que no sabemos (NO EXISTE OPCION)

**Indicadores de  
ACD**

Tasa de  
Abandono

Nivel de  
Servicio

**¿Aplicamos un modelo de  
Mejoramiento o Control  
de Calidad?**

**EJECUTIVA TELEFONICA ATIENDE  
(INTERACCION HUMANA)**  
**FONDO:** CONTENIDO / ASPECTOS  
TECNICOS DEL NEGOCIO  
**FORMA:** TRATO AL CLIENTE / USO  
DEL LENGUAJE



## Ciclo de la Experiencia (Tener en mente la Calidad de Servicio)

**NUESTRO CLIENTE O USUARIO LLAMA A NUESTRA EMPRESA**

1. Quiere COMPRAR
2. Quiere SERVICIO
3. Quiere PAGAR
4. Quiere SOPORTE ESPECIALIZADO
5. Quiere algo que no sabemos

**MENU DE OPCIONES (INTERACCION AUTOMATIZADA)**

1. Para COMPRAR, marque 1
2. Para SERVICIO, marque 2
3. Para PAGAR, marque 3
4. Para SOPORTE ESPECIALIZADO, marque 4
5. Quiere algo que no sabemos (NO EXISTE OPCION)

Indicadores de ACD

Tasa de Abandono

Nivel de Servicio

**EJECUTIVA TELEFONICA ATIENDE (INTERACCION HUMANA)**

**FONDO:** CONTENIDO / ASPECTOS TECNICOS DEL NEGOCIO  
**FORMA:** TRATO AL CLIENTE / USO DEL LENGUAJE

¿Aplicamos un modelo de Mejoramiento o Control de Calidad?

**SERVICIO DE CLIENTE INCOGNITO**

Empresa se hace pasar por un cliente para realizar:

1. Estudio de Tiempos de Espera
2. Estudio de menús de opciones
3. Análisis de Interacciones (Fondo y Forma)

**Estudio de Satisfacción/Fidelización de Clientes**

Empresa encuesta a los Clientes para preguntar por la satisfacción/lealtad de los Clientes

**Calidad de Vida Laboral**

Estudio de Clima y Cultura



## **PERSPECTIVAS**

**Por favor tome un lápiz y un papel y evalúe la calidad de la siguiente interacción, con nota de 1 a 7.**

**Considere las siguientes perspectivas:**

- 1. Usted es el Monitor de Mejoramiento de Calidad**
- 2. Usted es el Gerente del Call Center**
- 3. Usted es el Gerente General**
- 4. Usted es el Cliente**



## **Interacción N 2 (humana)**

**Favor Sres. de Sonido, poner PLAY al audio N 2**

- ¿Cuándo fue la última vez que llamó usted mismo a su Call Center Interno y/o Externo y escuchó cómo sus Ejecutivos de Call Center atienden?**
- ¿Cuándo fue la última vez que escuchó algunas grabaciones de llamadas de su Call Center atendiendo Clientes?**



## Conclusiones

Existen diversas perspectivas para entender la CALIDAD del Producto y Servicio y luego para determinar la CALIDAD DE SERVICIO en las interacciones con nuestros clientes.

Jan Carlzon, ex Presidente de SAS y reconocido experto internacional en CALIDAD DE SERVICIO, nos dice en su libro “EL MOMENTO DE LA VERDAD” que la mejor aproximación para generar, de manera consistente momentos de la verdad de alta CALIDAD radica en la **construcción de una empresa enfocada en el cliente.**

Esto requiere el desafío de atrevernos honestamente a ESCUCHAR lo que nuestros clientes nos dicen. ¿Estamos dispuestos?





**MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCION**

Rodrigo Navarro

Director

OTS Consulting

[rodrigo.navarro@ots-ots.com](mailto:rodrigo.navarro@ots-ots.com)

# Contact Centers Summit

4° Edición



## GOLD SPONSORS



## SILVER SPONSORS



## MEDIA SPONSOR



## AUSPICIA



## ORGANIZA

