

I. CAPÍTULO UNO

INFORMACIÓN GENERAL DE LOS CALL CENTER.

A. CALL CENTER

1. Generalidades

Un “Call Center” o centro de llamadas, es una oficina en donde se reciben llamadas o se hacen las llamadas de una compañía. Los call center son cada vez más populares en la sociedad de hoy, donde muchas compañías han centralizado funciones de servicio y de ayuda al cliente. Estos emplean mucho personal en servicio al cliente, ventas y funciones de ayuda. Son a menudo oficinas grandes provistas de coordinadores y jefaturas donde cada uno tiene una función específica; dependiendo del tamaño del Call Center, una sola oficina podía tener desde una docena a centenares de personas trabajando y dependiendo de las necesidades o rubros de la compañía. Solamente se reciben, se hacen llamadas o ambas.

Para recibir llamadas o llamadas de entrada; como en el caso de un banco, que da un número gratis para los clientes que necesitan ayuda, o también una empresa de telefonía celular que da soporte a los clientes en cuanto a problemas o dudas de su línea, como estados de cuenta, minutos consumidos, meses de contrato pendientes, etc. Para hacer llamadas o llamadas de salida, como una compañía de estudios de mercado en ese caso, los empleados del Call Center hacen llamadas para pedir a la gente que conteste las preguntas de la encuesta. También una empresa de tarjetas de crédito para ofrecer promociones o servicios adicionales y ventajas que tiene su tarjeta, también para tele-cobranza. Los Call Center proporcionan un número de ventajas a las compañías.

Los call center se pueden localizar casi dondequiera, permitiendo que las compañías se aprovechen de horarios y de tarifas de trabajo más baratas en diversos países. También centralizan las necesidades tecnológicas de las

compañías, permitiendo que las disposiciones de telecomunicación sean instaladas en un lugar relativamente pequeño en vez de un número de oficinas más pequeñas, haciendo la supervisión y la capacitación del personal más fácil. Muchos Call Center utilizan diversas tecnologías; por ejemplo, un número para ayudar a mejorar el funcionamiento y la experiencia con el cliente, como se da en los Call Center de llamada entrantes que utilizan a menudo la distribución de llamada automática, en la cual las llamadas entrantes se asignan a los empleados en el orden en que se reciben. Otros utilizan un método de distribución de llamada por rubro, que dependiendo de la necesidad del cliente, así es transferida al empleado especializado en esa área, asegurándose que al cliente se le resolverá su necesidad de la mejor manera posible. La tecnología de los Call Center se desarrolla constantemente, ayudando al personal a asistir a clientes más eficientemente y con eficacia.

2. Definición

La definición de Call Center, por lo general, está dirigida al ámbito tecnológico; es decir, estructura, diseño de hardware y software así como la funcionalidad que se brinda a través de los sistemas. Precisar qué es un Call Center va más allá de un sistema informático o tecnología de vanguardia; que si bien es cierto, es importante para facilitar el trabajo humano, no es preponderante. El ser humano es el elemento importante en la definición que proponemos.¹

Un Call Center puede ser definido como una unidad funcional dentro de una empresa o en si misma, diseñada para manejar grandes volúmenes de llamadas telefónicas entrantes o salientes, desde y hacia sus clientes, con el propósito de entregar soporte a la mayoría de las operaciones cotidianas de una firma.

A continuación se detallan otras definiciones a partir de experiencias vividas por empresas que utilizan este vital servicio:

¹ Call Center [en línea]. Disponible <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/61/callcenter.htm> (consulta 2007, enero)

Para la Cia. Serintel de Chile “el Call Center es una herramienta que se diseña y construye, "a medida", atendiendo las necesidades que plantean las áreas comerciales. A los requerimientos y necesidades de esas áreas es necesario incorporar criterios de calidad, los que se traducen en requerimientos de equipamiento y recursos humanos, que definen o modelan el Call Center.”

Para la consultora de Call Center One to One define el término como un “Centro de Llamadas que es un sistema integrado de telefonía y computación orientado a potenciar las 3 labores más importantes de una empresa por medio de una comunicación telefónica: adquisición de clientes, atención de clientes y cobranzas”.

Para la Cia Sistecol “el Call Center actúa como intermediario entre el cliente y la compañía. La primera instancia entre la empresa y el cliente es el Call center. “Es una herramienta estratégica para retener y desarrollar relaciones más rentables y leales con los clientes”

Para la Compañía Soluziona el Call Center “se diseña como soporte parcial o integral de la relación con el cliente. El centro de atención telefónica surge con el fin de satisfacer determinados aspectos de la relación con el cliente de forma aislada: promociones, información y consulta, reclamo, cobro, recepción de incidencias, entre otros. El objetivo es la propia capacidad de prestar el servicio de atención al cliente a través del teléfono con unos niveles de calidad óptimo”

Como grupo se estableció la siguiente definición de Call Center.

Un Call Center es un centro de llamadas con agentes especializados para solventar una necesidad del cliente para la empresa a la cual están contratados. Por lo que el cliente requiere o espera un servicio cordial y respetuoso, solucionándole de manera inmediata o a corto plazo.

Un elemento importante, como se señaló en un inicio, es el ser humano. Las personas que contestan las llamadas que un Call Center reciben el nombre de operador(a) o agente de Telemarketing, ya que se encargan, no sólo de contestar las llamadas, sino también de asesorar y atender cualquier inquietud de los usuarios. Operador(a) es el término usado para el servicio que ofrece la empresa y queremos evitar que se confunda con quien presta dicho servicio.

El perfil básico de un Gestor de Servicios (Asesores Telefónicos, Representantes Telefónicos) debe contar con las siguientes características:

- Mostrar una gran predisposición a conservar el puesto de trabajo en la empresa.
- Tener facilidad de comunicación.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Tener una voz agradable; y
- Demostrar estabilidad emocional.

De acuerdo con las propuestas presentadas y adecuando a la realidad indicaremos que un Call Center es una unidad o departamento en una empresa (o en una empresa especializada) que se dedica al cumplimiento de las funciones de comunicación en una empresa.

Las relaciones que pueden establecerse como un medio de comunicación externa en las empresas son: entre departamentos en la empresa, relación con usuario – cliente, y funciones de marketing.

Un Call Center está integrado por seres humanos, con sentimientos, pensamientos y propuestas que deben ser escuchadas y evaluadas. Nuestros clientes no deben ser considerados una fría estadística, su llamada va más allá que una consulta, queja o reclamo, es un insumo vital para el desarrollo y fortalecimiento empresarial.

3. Importancia de call center en los negocios

¿Pierde su cliente el tiempo en transferencias de llamadas y en conversaciones con personal inadecuado cuando llama a su compañía? ¿Se queja su cliente de que está mucho tiempo en espera? ¿Cree que está dando un buen servicio telefónico a sus clientes?

Un Call Center es la solución donde convergen resultados económicos y de calidad que sirve de interfaz directo hacia sus clientes. Por supuesto este interfaz tiene que ser rápido, independiente de la localidad y con gran facilidad a la hora de obtener información.

Este le gestionará de forma eficiente su negocio, maximizando recursos, reduciendo costes, aumentando sus beneficios y un mayor contacto con sus clientes. Gracias a esta redefinición de los procesos de negocios se puede aumentar la productividad además de conseguir un entorno empresarial mucho más estructurado (gestión centralizada integrada en el negocio).

A través de un Call Center también se puede dar servicio no solo a clientes, también a colaboradores internos y proveedores de su compañía, que de igual manera son clientes.

La misión principal de un Call Center, es lograr que los clientes sean más productivos en sus negocios a través del servicio que ofrecemos. Lograr que los clientes de los Call Center se enfoquen más a su negocio, que sean más ágiles en su operación, y que sean más eficientes en cuanto a sus resultados.

La operación en un call center es completamente automatizada para garantizar agilidad, calidad, precisión y bajos costos en la atención de sus clientes.

4. Objetivos de un Call Center

Los objetivos principales de un centro de llamadas o Call Center pueden dividirse en dos grandes grupos:

1. Reducir Costos

- Costo del negocio
- Tiempo de llamada
- Tiempo de espera
- Personal
- Transferencia
- Papel
- Complejidad
- Tiempo de aprendizaje

2. Incrementar Ganancias

- Productividad de los agentes
- Satisfacción de los clientes
- Incrementar posibilidad de negocios
- Retención de clientes
- Funcionalidad
- Calidad
- Posición competitiva

El centro de llamadas provee 3 tipos de asesor:

- Asesor Inbound: Labores exclusivas de entrada.
- Agente Outbound: Labores exclusivas de salida.
- Agente Blend: Labores de entrada y de salida.

B. OPERACIONES DE UN CALL CENTER

En el desarrollo de un Call Center participan cuatro áreas diferentes: Comunicaciones, Infraestructura, Recursos humanos y Sistemas de Soporte.²

Las Comunicaciones son el medio por el cual el cliente se contacta con el Call Center. La evolución de la tecnología disponible en el país hace que existan distintas alternativas para asegurar que no pierda ninguna llamada:

- Líneas digitales
- Discado directo entrante
- Centrex
- Estudios de tráfico
- 0-800 que permite dirigir las llamadas a distintos centros en función del origen del llamado, la hora, su derivación a otro centro si el elegido esta ocupado, etc.

La Infraestructura, donde el cambio más significativo ha sido la integración de las comunicaciones y computación. Son tres los factores básicos que participan en esta integración.

- Los sistemas de accesos telefónicos
- Los accesos a los sistemas de gestión de la compañía
- Los sistemas para guiar al operador en el curso de una llamada

Los Recursos Humanos de su capacitación depende el éxito, teniendo siempre en cuenta que el costo del entrenamiento es siempre menor que el costo de atender mal a un cliente.

² Call Center [en línea]. Disponible <http://apuntes.rincondelvago.com/call-centers.html>, (Consultado 2008, marzo)

Los Sistemas de Soporte de los que dependerá la capacidad del operador la efectividad del operador.

C. SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS CALL CENTER

Los Call Center están destinados a recibir o hacer llamadas a clientes de empresas de diferentes rubros, de los cuales se mencionaran sectores para los cuales puede ser util un Call Center y las funciones o soluciones que este puede tomar o desempeñar en ese instante.

1. Sector Salud.

Nadie imaginaria que en el sector salud sea necesario un Call Center pero se da un ejemplo en que funciones lo pueden utilizar:

1.1 Para brindar Información.

Se facilita la toma de prescripciones, el chequeo de órdenes, suministro de información personalizada y/o vía fax sobre dosis, costos, sustitutos genéricos para marcas de renombre, seguros, posibles efectos colaterales y asesoría y también par ver posibles formas de pagos (pagar suscripciones vía tarjeta de crédito a través del teléfono).

1.2 Preguntas e inquietudes frecuentes:

Los pacientes pueden llamar primero al sistema para resolver sus inquietudes, con la opción de comunicarse directamente con un profesional si tienen preguntas adicionales. Entre estas inquietudes podemos mencionar:

1.2.1 Inquietudes de Seguros:

Suministro de información telefónica y/o fax a individuos independientes o miembros de grupos con las clases de cubrimientos, pagos, beneficios y/o descuentos ofrecidos. También para solicitar información sobre la actualización de datos, situación del usuario, al mismo tiempo los usuarios también pueden utilizar

el sistema para reportar reclamos y/o continuar con un reclamo previo, así como la realización de sugerencias.

1.2.2 Programación de Citas:

Registro cronograma de citas nuevas, confirmaciones y cancelaciones. Seguimiento recordación a través de llamada o envío de fax, según cronograma. Listas de espera a solicitud del paciente una cita se puede anticipar según la disponibilidad de la agenda.

1.2.3 Asignaciones al personal:

El personal puede llamar al Call Center, para obtener la programación de la semana siguiente o de un período más largo. Las solicitudes de días libres pueden ser diligenciadas a través del sistema. También los empleados que quieren días adicionales, pueden transmitir mensajes directamente a los buzones de las personas a quienes pueden reemplazar.

1.2.4 Control de Inventarios:

El sistema puede automáticamente, mantener récord de lo que entra y sale y puede hacer una lista de los materiales necesarios. A través de este servicio se puede tener un sistema de ordenes vía fax, sobre la base propia de artículos particulares, con la opción de adicionar algún otro en cualquier momento. Es una eficaz forma de ordenar sólo los artículos que se necesitan.

1.2.5 Resultados de Laboratorio:

Los pacientes reciben un examen confidencial y su número de identificación. Cuando llaman y la prueba fue negativa, el sistema le responde con un mensaje pregrabado; si el resultado es positivo, éste lo conectará automáticamente con un doctor o enfermera que pueda explicar las particularidades del examen y los resultados personalmente.

2. Sector Financiero.

2.1 Transferencias:

La transferencia de fondos de una cuenta a otra (de corriente a ahorros por ejemplo): El cliente ingresa la cantidad a transferir y los números de ambas cuentas (y la clave en la mayoría de los casos) de esta forma los fondos son transferidos de una cuenta a otra.

2.1.1 Transferencias por giro:

Los usuarios pueden transferir fondos simplemente digitalizando en el sistema el número de las cuentas y el enrutamiento de las mismas.

2.2 Localización de sucursales / Cajeros automáticos:

Las direcciones de las oficinas pueden ser enviadas vía fax si el usuario elige la opción de fax sobre demanda.

2.3 Información de tarjetas de crédito:

Los nuevos usuarios pueden recibir información acerca de una tarjeta recientemente recibida y solicitar sus derechos sobre la misma, o tarjeta habientes antiguos, pueden recibir información detallada acerca de nuevos servicios, balances, pagos, direcciones para enviar los pagos, tasa de interés y de conversión de monedas.

2.3.1 Reportes de tarjetas extraviadas o robadas:

Un sistema de Audio-Respuesta sirve para reportar una tarjeta extraviada o robada y congelarla inmediatamente de la cuenta. Esto asegura que nadie pueda usar una tarjeta robada, mientras el tarjetahabiente logra reportarlo a la institución financiera. El sistema informa qué debe hacerse para obtener una tarjeta nueva y qué hacer en caso de encontrarla.

2.3.2 Verificación de nuevas tarjetas de crédito:

En el caso de nuevos tarjetahabientes, el sistema puede proporcionar la activación de la tarjeta a través del ingreso de información estrictamente confidencial, para asegurar que la tarjeta ha sido recibida por la persona adecuada.

2.4 Pago de facturas en línea:

Los usuarios arreglan con sus bancos o corporaciones el pago por deducción de sus cuentas de ahorros o corrientes. Se comunican con el sistema e ingresan la cuenta que van a pagar (tarjeta de crédito, servicios, etc.) y luego ingresan la cuenta desde la cual van a realizar el pago y la clave personal o código. El pago es automáticamente aplicado a la cuenta específica.

2.5 Información de transacciones:

Cualquier persona puede llamar a un sistema de Audio-Respuesta para conocer cualquier aspecto de su cuentas: Balance, cheques en canje, entre otros. Puede también obtener información de transferencias de fondos, órdenes de cheques/ depósitos, retiros e información de tarjetas (ordenar una tarjeta adicional, cambiar la clave, etc.)

2.6 Aplicaciones de préstamos:

El usuario puede llamar a un sistema de Audio-Respuesta para curiosear acerca de las opciones de préstamos disponibles y los requisitos para acceder a ellos. Pueden obtener un fax acerca de las opciones o seleccionar directamente a una de las opciones de préstamo. Aquellos que posean préstamos, pueden chequear el estado de los mismos (información de pagos, balance, deuda, etc.).

2.7 Información sobre hipotecas:

En Audio- Respuesta se puede averiguar por las nuevas opciones de hipotecas: Ingresando la información de su salario anual y su historia de crédito, el sistema le

informa al usuario para cuáles tipos de hipoteca califica y cuál es el rango de precios de vivienda que pertenecen a dicha categoría. El sistema puede igualmente dar las cuotas para las tasas de intereses más competitivas del mercado.

2.8 Cambios de direcciones:

Los usuarios ingresan la información de su ubicación anterior y seguidamente la de su nueva ubicación, la cual es actualizada de inmediato en el sistema.

2.9 Órdenes de chequeras:

El usuario ingresa el número de la cuenta, dirección, teléfono, número en el que deben empezar los nuevos cheques, etc. Las chequeras pueden pagarse por medio de tarjetas de crédito y la información del pago es verificada antes de la finalización de la llamada.

2.10 Información de impuestos:

Los usuarios que deben pagar cualquier tipo de impuestos, pueden obtener los formatos vía fax o la información exacta del monto a pagar.

2.11 Tasas de cambio de monedas extranjeras:

Inversionistas / viajeros pueden llamar al sistema de Audio-Respuesta para obtener la mayoría de tasas de cambio de monedas extranjeras, así como la mayoría de tasas de interés del mercado.

2.12 Encuestas

El sistema puede ser implementado para conducir varias encuestas de opinión durante el año y arrojar los resultados mucho más rápidamente que un conteo manual de balotas o de formatos elaborados a mano. Pueden conducirse encuestas con los usuarios, cuyos resultados son calculados con tan sólo oprimir un botón.

2.13 Recordatorios

El sistema puede ser utilizado como recordatorio para dar aviso a los usuarios de que está a punto de vencerse el pago de alguna obligación crediticia o similar.

3. Sector Gobierno.

También en el sector gobierno es útil un Call Center, ya que por medio de este podemos acortar tiempos y dirigirnos exactamente a donde se nos indique de acuerdo a nuestros requerimientos.

3.1 Gobernación / Relaciones Exteriores.

Para la administración de Llamadas y Faxes así también para verificar los status de Solicitudes de: Migración, Permisos de Trabajo, Pasaportes, Licencias de Construcción. Para hacer tramites y saber a donde dirigirse por medio de localización de Oficinas y Horarios.

3.2 Impuestos/Ministerio de Hacienda

De esta forma los contribuyentes pueden verificar los días y horarios para entrega de impuestos, trámites de documentos, cálculos y verificación de devolución de renta y citas.

3.3 Servicios de Asistencia Social

Brindar información sobre Desempleo / Vivienda / Asistencia a la Niñez , buscar oportunidades de Trabajo.

3.4 Vehículos:

Confirmación de cita o solicitar información sobre los requisitos u horarios para poder efectuar Renovación de Licencias / Permisos / Registros / Cita

4. Sector telecomunicaciones.

Como vemos en la actualidad el sector de las telecomunicaciones es uno de los mas avanzado en cuanto a tecnología se refiere, por lo que sus clientes cada vez mas su vuelven mas exigentes y sienten el deseo de ir cambiando y conociendo cada vez mas el funcionamiento de sus equipos. Lo q a este sector se refiere es importante el uso de los call center, utilizándolo de la siguiente manera:

4.1 Servicios al cliente.

Aquí el cliente ase comunica para poder consultar el saldo, informarse sobre las promociones para así poder compra por teléfono, enterarse sobre la Conexión / Desconexión del servicio, poder hacer uso del teléfono correctamente, Pagar servicios

4.2 Reporte de fallas.

También por este mismo medio reportan las fallas en sus equipos o líneas, al mismo tiempo solicitan la generación de reportes y la notificación de actividades del servicio

4.3 Servicios de red y operadora:

En este caso para las personas que prefieren hacer uso de una operadora para poder establecer sus llamadas por cobrar automatizadas, el uso de líneas de prepago, la limitación en los servicios de consulta y el enrutamiento de llamadas y autorización de listas.

5. Sector transporte-aerolíneas.

5.1 Información de Cuenta de Viajero Frecuente:

Los viajeros frecuentes pueden registrarse para enlazarse a un programa a través de un sistema de Audio-Respuesta. Así ellos tienen acceso a información acerca de su cuenta las 24 horas del día. Pueden monitorear el número de millas ganadas

y las opciones disponibles relativas a dichas millas. Además de obtener información, pueden realizar reservaciones basándose en sus opciones u obtener, vía fax o correo electrónico, información acerca de ciertos programas disponibles acorde a su número de millas.

5.2 Programas de Descuentos Corporativos:

Un sistema de Audio-Respuesta puede enumerar telefónicamente, por fax o correo electrónico, información acerca de los tipos de descuentos corporativos y cómo unirse a ellos. El sistema puede además, promover eventos especiales o nuevos programas disponibles.

5.3 Venta de Tiquetes:

Los usuarios pueden ordenar tiquetes sin tener que comunicarse con un representante de la aerolínea. Además, pueden mirar las opciones de vuelo basados en su ciudad o departamento, ciudad de llegada y fecha del viaje. Ellos tienen la opción de comprar los tiquetes para cierto "plan de vuelo" y si deciden ordenar los tiquetes deben ingresar la información concerniente para poder hacérselos llegar. Con una opción electrónica de tiquetes los usuarios pueden tener un número de identificación personal, el cual le presentará al despachador de tiquetes cuando se disponga a tomar su vuelo. El sólo tiene que mostrar una identificación con foto y todo estará completamente listo.

5.4 Horarios de Vuelos:

Un sistema de Audio-Respuesta puede enumerar los horarios de vuelos para ciertos días/tiempos/áreas así como el precio y las opciones de reservación. Los usuarios tienen la opción de ser transferidos a otro sistema para hacer su reservación.

5.5 Programación de Tripulación:

El personal de vuelo no tendrá que preocuparse más de si ha copiado correctamente sus horarios. Pueden comunicarse con el sistema de Audio-Respuesta, ingresar su número de identificación personal y obtener su programación de la próxima semana o de un período más amplio de tiempo. Las solicitudes de días libres pueden realizarse a través del sistema.

5.6 Anuncios de Precios o Tasas Especiales:

Estos anuncios y descuentos especiales pueden ser enviados a los buzones, fax o correo electrónico, de todos aquellos que tengan cuenta de viajero frecuente y/o cuenta corporativa.

5.7 Información de Retrasos:

Los usuarios pueden comunicarse al monitor de vuelos retrasados y dejar un mensaje en el buzón para que el sistema llame, envíe un fax o correo electrónico cuando el problema haya sido corregido.

6. Sector hotelero.

6.1 Tarifas, Tasas de ocupación, Servicios:

Un sistema de Audio-Respuesta puede ser usado para darle a sus huéspedes, la tasa de ocupación, información de servicios locales y su ubicación, vía fax sobre demanda o por correo electrónico.

6.2 Reservaciones:

Con el uso de este servicio se garantiza que nunca se venderán más habitaciones de las que se tienen disponibles. El sistema hará las reservaciones vía teléfono, basado en la información ingresada por el usuario, para adaptar sus necesidades.

6.3 Despertador:

Un sistema de Audio-Respuesta puede realizar todas las llamadas para despertar a los huéspedes sin necesidad de asistencia del personal. Si se desea una llamada para despertar, el usuario ingresa al sistema y elige la opción de despertador, ingresa la hora y el sistema automáticamente llamará a la habitación a la hora especificada.

6.4 Canales adicionales de televisión:

Los canales adicionales pueden ser ordenados a través de un sistema de Audio-Respuesta, para no tener que restringir a sus huéspedes a los canales locales de televisión.

6.5 Buzón de voz para huéspedes y empleados:

Para los viajeros de negocios el sistema de buzón les ayuda a mantenerse en contacto, no importa qué tan lejos se encuentren.

Los empleados pueden llamar al sistema para obtener sus programaciones horarios de trabajo. Aquellos quienes quieran horas extras o cambiar sus horarios, pueden emitir un mensaje al buzón personal de todos los empleados calificados.

6.6 Mapas locales:

Aún antes de partir, mediante un sistema de Audio-Respuesta, los viajeros pueden recibir mapas de su lugar de destino vía fax / correo electrónico. Pueden tener todos sus planes de vacaciones listos para comenzarlos cuando arriben a su lugar de destino.

7. Telemarketing

Es una herramienta de comunicación telefónica, eficiente y moderna, al servicio de las empresas y organizaciones de cualquier tamaño que negocien con productos o

servicios. Accede a un mercado sin límites, aumenta las ventas y consigue sus objetivos, más rápida y eficazmente. Sus costos son más reducidos que los métodos tradicionales.³

8 Otros Servicios:

Se mencionan otros servicios para los cuales puede servir el uso de un call center:

- Promociones.
- Eventos.
- Servicios Locales.
- Horarios de atención.
- Sitios Turísticos.
- Eventos Culturales.
- Restaurantes.
- Hoteles.
- Hospitales.
- Servicios de Emergencia.
- Dirección y teléfono de Embajadas y Consulados.
- Respuesta a preguntas típicas.

³Call Center [en línea]. Disponible <http://html.rincondelvago.com/call-centers.html> (consultada 2008, marzo)