

Guía para integrar una estrategia omnicanal ganadora



Análisis Previo

Antes de ofertar a los clientes del Contact Center, una solución omnicanal, hay que analizar al detalle las capacidades del Contact Center al respecto. Debes tener en cuenta los recursos con los que cuentas.

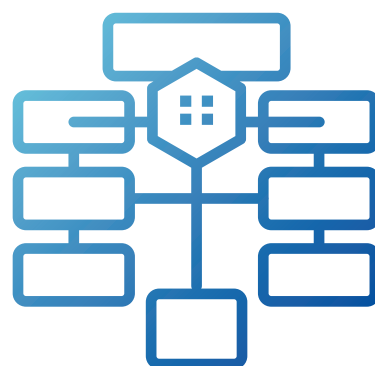
A nivel tecnológico: Qué capacidades tiene tu software de contact center, si está integrado, o puede integrarse, con otras herramientas de gestión de redes sociales, chatbot o WhatsApp.

A nivel humano: ¿Están los agentes y supervisores de tu Contact Center formados para gestionar este tipo de campañas?

Planificación y Personalización

No es lo mismo configurar un journey omnicanal para un proceso de recobro, que para uno de venta en ecommerce o uno de soporte. Es necesario realizar un nuevo análisis para cada uno de los procesos en los que quieras implementar esta estrategia omnicanal.

El contact center es una fuente casi inagotable de información sobre las preferencias y costumbres de los usuarios. Es necesario aislar esta información y aplicarla para cada caso concreto. Y no sólo debes tener en cuenta las preferencias de los usuarios o clientes, sino las condiciones particulares de tu contact center. Debes saber guiar al usuario a lo largo del customer journey, de manera que encuentre con facilidad solución a sus necesidades, siguiendo una ruta previamente establecida por ti.



Automatización y autoservicio

Según Jeff Bezos, el mejor proceso de atención al cliente es el que no necesita de intervención humana.

La mayor parte de los usuarios prefieren resolver sus gestiones sin tener que interactuar con un humano y de manera inmediata. La integración de chatbots en cualquiera de los canales habilitados para la atención al cliente, es clave para dar respuesta a esta preferencia. Los chatbots pueden resolver gestiones sencillas y habituales 24/7. Es imprescindible que estén integrados como un canal más, ya que es la forma de mantener el contexto, en caso de que un agente debiera intervenir en alguna interacción.

Control y medición

Al basarse en autogestión y automatización, es imprescindible que los procesos del contact center estén completamente controlados. **Debes saber en todo momento lo que ocurre en los procesos que gestionas en el contact center**, para detectar ineficiencias u oportunidades de mejora.

Una herramienta de calidad que te permita tener todo este control, así como extraer reportes y establecer medidas de mejora, te hará llevar la estrategia del contact center a otro nivel. Especialmente si esta herramienta cuenta con posibilidad de aplicar correcciones o sugerencias en tiempo real.

