

edición **2023**  
**5<sup>a</sup>**

# Observatorio Contact Center

**93** expertos opinan sobre el sector



Asociación Española de Expertos  
en la Relación con Clientes



#TendenciasAEERC2023

## LAS PERSONAS MARCAN LA DIFERENCIA PARA ALCANZAR LA EXPERIENCIA DE CLIENTE



**Susana Sánchez**  
Directora General, ILUNION Contact Center BPO

**T**odos tenemos claro que hemos de poner al cliente en el centro de nuestra organización. Es un hecho incuestionable en nuestro sector y solo podemos hacerlo realidad, si incorporamos una escucha activa de sus necesidades en el trabajo diario. Por ello, es necesario desarrollar una estrategia basada en Customer Experience e impregnada en toda la compañía para lograr niveles de satisfacción máximos de un servicio excelente y que deje huella.

En el mercado encontramos distintos avances tecnológicos que, precisamente, son facilitadores en esta tarea. Soluciones de automatización y de Inteligencia Artificial como RPA, Speech Analytics y Biometría de Voz, entre otras, vienen a ayudarnos en el contact center a

lograr una mejor Experiencia de Cliente y, por ello, es fundamental avanzar en la digitalización de los procesos en nuestro camino hacia la excelencia.

Sin embargo, debemos de ser conscientes de que la verdadera diferenciación está en las personas que conforman nuestros equipos. Por ello, para que realmente sea exitosa, la estrategia de Customer Experience ha de estar alineada totalmente con la de Employee Experience.

Por ello, para lograr que la tecnología sea efectiva, el gran reto que se nos plantea es garantizar, además, la mejor experiencia de empleado. Es fundamental que estas soluciones tecnológicas pongan en valor el trabajo de las personas. Gracias al avance de la automatización y la inteligencia artificial, los agentes dejarán de ocuparse de tareas sencillas y repetitivas para centrarse en aquellas de mayor valor que requieran de su experiencia y conocimiento, sintiéndose así mucho más motivados en su puesto de trabajo.

En realidad, el valor de cualquier organización viene dada por los profesionales que trabajan en ella. Son las personas las que aportan valor a las interacciones y por ello, todos nuestros esfuerzos deberían ir en mejorar la propuesta de valor de nuestros profesionales, conectando con ellos emocionalmente y logrando un vínculo que les una a la compañía. Si somos capaces de crear ese lazo y de fortalecerlo con el paso de los años, lograremos un importante compromiso con todas las personas del equipo, convirtiéndose en el motor hacia la transformación y la excelencia en nuestras relaciones con los clientes.



**Es fundamental que las soluciones tecnológicas pongan en valor el trabajo de las personas**

## ¿Cómo puedes aumentar el engagement con los empleados?

Hay acciones que aumentan el orgullo de pertenencia a la organización, repercutiendo muy favorablemente en la calidad del servicio y, por tanto, en la experiencia de los clientes. Se trata de mejorar la experiencia de empleado trabajando desde varias perspectivas y, sobre todo, impulsándola desde todos los departamentos, que han de estar alineados en esta estrategia común.

Debemos **construir la mejor relación** desde el proceso de selección, estableciendo una cultura sólida, valores consolidados y un buen nombre e imagen de marca en el mercado laboral que nos haga mostrarnos como una empresa atractiva para trabajar.

Una vez que el candidato comienza a trabajar con nosotros, pondremos especial foco en un **proceso de onboarding bien asentado**, que le ayude a aterrizar de la mejor forma en la compañía, haciéndole sentir una pieza importante de la organización desde el inicio.

A partir de ese momento, por supuesto, hay que seguir fortaleciendo este vínculo que hemos comenzado a crear, con el objetivo de lograr una fidelización que nos ayude a retener el talento interno, asegurando su mejor experiencia.

En este punto, es esencial establecer una cultura de **comunicación que enamore a las personas de nuestro equipo**. Debemos ser **transparentes** y hacerles llegar toda la información sobre el día a día de la organización de manera sencilla y accesible, con herramientas que garanticen una difusión óptima de los contenidos a toda la plantilla. En esta misma línea, es importante que la comunicación sea bidireccional, estableciendo canales a través de los cuales podamos escuchar a nuestros empleados y conocer su opinión de manera cercana y directa. Para ello, funcionan muy bien los grupos de trabajo en los que los agentes puedan dirigirse directamente a los directivos, expresándoles sus sugerencias y áreas de mejora; las encuestas de satisfacción; plataformas de captación de ideas, etc.

Otro aspecto que hemos de tener en cuenta para reforzar la motivación es el **reconocimiento al esfuerzo y al trabajo bien hecho**. ¿Por qué no premiar a los mejores agentes en una gala que les haga sentir especiales? O, ¿por qué no reconocer expresamente a aquellos que han hecho algo bien en su día a día o que han recibido una felicitación de un cliente? A todos nos gusta que nos digan cuando hacemos algo bien en nuestra vida, apliquémoslo al entorno laboral y haremos más felices a los trabajadores. Igualmente, a muchos les gustará que les demos visibilidad y protagonismo, en un blog interno para potenciar la relación entre compañeros, en fotografías del equipo en el centro de trabajo... por eso, también hay que cuidar estos detalles que les hagan impulsar el compañerismo y sentir el centro de trabajo como su propia casa.

El **bienestar físico y emocional de las personas** es otro de los puntos básicos que debemos tener muy en cuenta. Una plantilla saludable y cuidada, que siente cómo la empresa se preocupa para que esté bien, será una plantilla mucho más comprometida con la organización. En base a esta filosofía, es aconsejable disponer de modelos flexibles que faciliten el trabajo híbrido presencial-teletrabajo, planes de igualdad, medidas sociales, proyectos enfocados a la mejora de la accesibilidad, reconocimientos médicos, atención psicológica para los trabajadores, etc.

Y, por supuesto, es fundamental **acompañar a nuestros empleados en su desarrollo profesional**, impulsando su talento y habilidades a través de planes formativos, fomentando planes de carrera, incentivando la promoción interna... El resultado será un capital humano experto e implicado, que garantiza una plantilla estable, preparada y con el know how que aportan los años de experiencia, lo cual supone una ventaja competitiva.

Tenemos, por tanto, frente a nosotros, el gran desafío de centrarnos en nuestras personas porque su profesionalidad y compromiso marcarán la diferencia, dejando huella en nuestros clientes siempre fieles a nuestro propósito: **Construir un Mundo Mejor con Tod@s incluid@s**.