La comunicación con el cliente en época de pandemia

Por Redacción Contact Center Hub - 25 agosto, 2020



in Compartir en Linkedi



En los últimos meses, debido a la pandemia del Covid 19, las empresas han tenido que adaptar su actividad al ámbito digital prácticamente de un día para otro. En este nuevo panorama dominado por la tecnología, los negocios deben dar respuesta a sus clientes, cada vez más exigentes, de manera rápida y segura.

Pero, ¿cómo lograr una verdadera transformación digital en un momento en que la sociedad y los consumidores están cambiando de forma acelerada? Este fue el tema principal del conversatorio: "Nuevos modelos de negocio en tiempos del COVID: innovación y experiencia de cliente como ejes clave para impactar en los resultados"

El evento, organizado por GSS Grupo Covisian, empresa prestadora de servicios de outsourcing y en soluciones de contact center, junto con Covisian Academy Lationamérica contó con la participación de David Luna, Exministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia y el español Jorge Martínez Arroyo, Presidente de la Asociación de Desarrollo de Experiencia de Cliente. Desde noviembre de 2019 hasta la fecha. y pese a la actual situación global a causa del COVID-19, GSS Grupo Covisian ha pasado de 800 empleados a más de 1.500 agentes en Colombia. En 3 años, esperan emplear en Colombia a más de 10.000 personas. Invirtiendo durante ese periodo en el país 30 millones de euros.

Durante su ponencia Luna aseguró que, aunque la pandemia obligó a las empresas a adaptarse y tomar rápidas decisiones sobre digitalización para garantizar su supervivencia la verdadera transformación digital va más allá.

"Mientras la digitalización es utilizar herramientas tecnológicas para mejorar el funcionamiento de las empresas, la transformación digital es un tema cien por ciento cultural, que utiliza herramientas tecnológicas para hacer más efectivo el proceso, pero debe haber un compromiso por parte de toda la organización".

De igual forma señaló que la transformación digital "no destruye empleos, los transforma". Pero, para ello, es primordial que las empresas estén realmente convencidas del proceso de cambio, que analicen cómo está funcionando su entorno para saber qué procesos deben mejorar con herramientas digitales y que la decisión sea adoptada por la totalidad de la compañía, no solo por la pirámide.

Por su parte, Jorge Martínez, Presidente y Fundador de Asociación DEC (Desarrollo de la Experiencia de Cliente) habló sobre cómo está cambiando el consumidor y su relación con las marcas. En este sentido dijo que "los clientes se están replanteando y tomando decisiones frente a sus compras, cambian marcas, productos y canales de compra; esto representa una oportunidad y una amenaza, los negocios deben lograr mejores ofertas y adaptadas a las necesidades de sus clientes».



Contact Center Hub - Julio 2020



NEWSLETTER – ¡Quiero estar al día de todas las novedades!

Lo más visto



"En estos tiempos de incertidumbre, las compañías tienen una oportunidad para ofrecer un valor...



La comunicación con el cliente en época de



5 curiosidades del #Hashtag que no sabías



Cuatro formas de fidelizar al cliente



El ministerio de sanidad ya aplica el control digital de salud en aeropuertos

Martínez aseveró que, aunque los datos varían por país y por categoría, es claro el incremento del comercio electrónico. Sin embargo, esta tendencia no se mantendrá en todas las categorías luego de la pandemia. Por esto, da una recomendación a las compañías "cuidado con amores de verano, se debe ser riguroso al analizar la demanda y realistas en las proyecciones de ventas por internet".

Para finalizar su presentación dio cuatro consejos para afrontar la pandemia desde el punto de vista empresarial:

- 1. **Resolución:** Asegurar el contacto y operatividad con clientes, proveedores y empleados. Ser creativos a la hora de comunicarse, es importante generar confianza, relacionamiento y vinculación emocional, la empatía y la cercanía se puede dar a través de la tecnología.
- 2. Resilencia: Definir cuánto tiempo puede durar la empresa en épocas complicadas y tener un plan de aguante.
- 3. **Retorno:** Cómo volver a la situación anterior, estrategia para llegar a niveles de ingresos
- 4. Reimagination: Implantar nuevas ideas a la cadena de valor de forma sistemática y continua.

Cerrando el conversatorio Cesar López Pérez, CEO de GSS, indicó que "la omnicanalidad es muy importante, pero muchos canales sin una integración óptima no logran valor, ni productividad para las compañías. La tecnología debe ayudar a tener más empatía y humanizar la relación de las marcas con las personas, esta es la apuesta que GSS hace en Colombia".



5 curiosidades del #Hashtag que no sabías

"En estos tiempos de incertidumbre, las compañías tienen una oportunidad para ofrecer un valor extra»

Artículo relacionados Más del autor



"En estos tiempos de incertidumbre, las compañías tienen una oportunidad para ofrecer un valor extra»



5 curiosidades del #Hashtag que



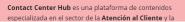
Cuatro formas de fidelizar al cliente

Dejar respuesta

Publicar comentario

Comentario:	
	//
Nombre:*	
Correo electrónico:*	
Correo electronico."	
Sitio web:	















tecnología, que se nutre de la **conexión** entre nuestra marca, la audiencia, las empresas y los agentes de **innovación**. Un espacio en el que los profesionales, directivos de Atención al Cliente y proveedores de tecnología y servicios, trabajen juntos, colaboren, se generen sinergias y formen una **comunidad**.

Uso de cookies

Este sitlo web utiliza cookies propias y de terceros para mejorar la experiencia del usuario, realizar análisis de navegación de los usuarios, mostrarle publicidad relacionada con sus preferencias y mejorar nuestros servicios. Si continúa navegando, consideramos que rechaza el uso de cookies, pudiendo producirse errores de navegación o problemas de visualización de determinados contenidos. Para más información, consulte previamente nuestra política de cookies.

ACEPTAR