

LA MULTINACIONAL DE CONTACT CENTER GSS GRUPO COVISIAN ORGANIZÓ UN CONVERSATORIO PARA CELEBRAR SU LLEGADA A COLOMBIA.

Actualidad

18 August, 2020



COMPARTIR

-  Twitter

0
-  Facebook

0
-  Google+

0
-  LinkedIn
-  Email this article
-  Print this article

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 Latinoamérica 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.

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.

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 precovid.
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.”

CATEGORÍAS

Categorías

Elegir categoría

ARCHIVOS

- agosto 2020 (24)
- julio 2020 (32)
- junio 2020 (43)
- mayo 2020 (19)
- abril 2020 (80)
- marzo 2020 (85)
- febrero 2020 (25)
- diciembre 2019 (9)
- noviembre 2019 (5)
- octubre 2019 (32)
- septiembre 2019 (20)
- agosto 2019 (8)
- julio 2019 (16)
- junio 2019 (5)
- mayo 2019 (21)
- abril 2019 (20)
- marzo 2019 (10)
- febrero 2019 (13)
- enero 2019 (31)
- diciembre 2018 (22)
- noviembre 2018 (26)
- octubre 2018 (15)
- septiembre 2018 (8)
- agosto 2018 (6)
- julio 2018 (7)
- junio 2018 (27)
- mayo 2018 (24)
- abril 2018 (32)
- marzo 2018 (18)
- febrero 2018 (22)
- enero 2018 (37)
- diciembre 2017 (10)
- noviembre 2017 (30)
- octubre 2017 (47)
- septiembre 2017 (33)
- agosto 2017 (43)
- julio 2017 (46)
- junio 2017 (11)
- mayo 2017 (50)
- abril 2017 (33)
- marzo 2017 (49)
- febrero 2017 (25)
- enero 2017 (36)
- diciembre 2016 (37)
- noviembre 2016 (106)
- octubre 2016 (151)
- septiembre 2016 (96)
- agosto 2016 (34)
- julio 2016 (42)
- junio 2016 (75)
- mayo 2016 (163)
- abril 2016 (66)
- marzo 2016 (173)
- febrero 2016 (115)
- enero 2016 (24)
- diciembre 2015 (34)
- noviembre 2015 (54)
- octubre 2015 (46)
- septiembre 2015 (105)
- agosto 2015 (89)
- julio 2015 (193)
- junio 2015 (98)
- mayo 2015 (80)
- abril 2015 (85)
- marzo 2015 (110)
- febrero 2015 (37)
- enero 2015 (84)
- diciembre 2014 (135)
- noviembre 2014 (189)
- octubre 2014 (198)
- septiembre 2014 (195)
- agosto 2014 (188)
- julio 2014 (171)
- junio 2014 (118)
- mayo 2014 (152)
- abril 2014 (146)
- marzo 2014 (95)
- febrero 2014 (48)
- enero 2014 (35)