

Nueva Economía

Viernes, 29 de abril de 2005

Los Contact Center hispanos se exportan desde Colombia

Mauricio Villegas Londoño

Del 27 al 29 de abril se dará inicio al Congreso Andino de Call Centers, Contact Centers y CRM, en la ciudad de Bogotá. El evento contará con talleres y conferencias dictados por expertos en el tema provenientes de distintas regiones de Colombia y el extranjero.



El evento se desarrollará en el Humboldt Gran Hotel y Convention Center de Bogotá. Como ejemplo de la actividad académica, dos de los talleres serán “Administración del personal de los centros de contacto y su impacto en el cliente” dictado por los mejicanos Eugenia García y Hugo Semoloni, y “potenciación de efectividad en ventas” para lograr mayor efectividad en ventas aplicando programación neurolingüística, a cargo de Néstor Braidot de Europa.

Para Carlos Aparicio Prieto, Director Ejecutivo de la Asociación Colombiana de Call Centers, organizadora del evento, “esta segunda versión mejora el nivel alcanzado en la primera”, en cuanto se congregará a conferencistas de alto nivel y se harán presentes empresas del sector que suministran software, hardware, asesoría, así como personal de compañías de Contact Centers, Call Centers y CRM tanto del país como del extranjero. “El objetivo principal del congreso es uno: crear un punto de encuentro de la gente de la industria como proveedores de hardware, software, y de los mismos proveedores de servicio”, dijo Aparicio.

El formato del congreso fue concebido para que los participantes, además de encontrar una puesta en común de las tendencias en el mercado y una capacitación académica interesante, puedan tener la oportunidad de concretar negocios y efectuar contactos comerciales. De esta manera, el primer día se tendrán 4 talleres simultáneos con duración de 8 horas cada uno. Paralelamente, firmas del sector también darán conferencias y capacitaciones relacionadas con los productos que ofrecen, durante todo el día. El segundo y tercer día se tendrán ciclos de conferencias en dos salones simultáneamente, de manera que los participantes puedan personalizar su actividad académica en el congreso de acuerdo con sus intereses.

Para Aparicio un Call Center se inicia desde que se tenga una recepcionista dedicada a la atención del cliente vía telefónica. En tal sentido, entiende como pasos lógicos de la evolución, los conmutadores y el PBX donde se provee servicio al cliente con tecnologías de voz. Posteriormente se procedió a la incorporación de plataformas IP (Protocolo de Internet), las cuales permitieron la convergencia de otros servicios, tales como chats, e – mail, videochat, videoconferencia, voz, administración de recursos remotos como la toma de control del computador del cliente para resolverle problemas a distancia, administración de bases de datos y demás. “IP es más fácil y más económico, además integra los demás servicios IP”, dijo Aparicio.

Con estas nuevas posibilidades que brinda la tecnología, el CRM y el KCRM (Key Customer Relationship Management), la empresa se puede acercar mejor a las necesidades del cliente. CRM no es más que la estrategia de crear bases de datos para conocer al cliente de cerca y no esperar a que sea él quien busque los productos propios, sino brindarle las soluciones que requiere antes de que él salga a buscarlas con los competidores. "El CRM busca ser proactivo con el cliente", dijo Aparicio.