

¡Bienvenidos!



¿De dónde nos acompañan?

- Aguascalientes
- Baja California
- CDMX
- Chihuahua
- Durango
- Estado de México
- Guanajuato
- **Nuevo León**
- Sinaloa
- Sonora



Monterrey

- Polo de desarrollo
- Rol estratégico
- Pioneros en “Offshore”
- Calidad del Talento
- Especialización “ Servicios de Valor Agregado”
- Mejores prácticas
- Ubicación geográfica
- # de empleos: + de 50,000

Industria BPO

- Más de 50 empresas
- Presencia de los principales jugadores BPO

Cifras y tendencias de la industria de *Contact Centers & CX*

Expectativas del Cliente



- Inmediatez
- Facilidad ⇒ mínimo esfuerzo
- Interactuar a su manera
- Personalización ⇒ información integrada
- Seguridad de la información
- Redes sociales y aplicaciones móviles como canal de servicio al cliente



Marca que lo conoce, lo aprecia y diseña
las mejores experiencias

Expectativas de los Colaboradores



- Flexibilidad de horarios y lugar de trabajo
- Mayor compensación
- Empowerment ➡ capacitación + herramientas que faciliten su trabajo + *coaching*
- Espacios seguros y agradables
- *Gamification*
- Retos
- Empresas socialmente responsables



Organizaciones conscientes

Contexto



Mayor
estabilidad



Foco
CX + EX



Incremento de
la operación



Boom de
comercio
electrónico



Mayor relevancia
nivel corporativo



De un área
operativa CC
a un área
estratégica CX



Crecimiento
del sector
Latam **6 – 14%**



Igual capacidad
instalada



Mayor capacidad
work at home

Contexto



**Incremento
offshore-nearshore**



Mayor movilidad



**60% de los BPS
brindan servicios a
otros países**



**Crecimiento explosivo
del teletrabajo**



30% promedio Latam



**Contratación de
personal sin importar
la ubicación
geográfica**



**Profesionalización
en aumento**



**Mayor
nivel académico**



**+ certificaciones
por empresas de 2.1
en 2019 a 3.6 en 2021**



**Nuevos puestos
especialización**



Talento



Jóvenes / Género



**Programas para la
atracción de grupos
específicos
(7 de cada 10)**

Aportes de la industria en México



750 mil empleos directos

65% Inhouse

35% BPS



145 mil atienden
mercado extranjero:

EUA
Latam
Europa

Crecimiento vs Transformación

Menor capacidad instalada vs **mayor** capacidad



BPS

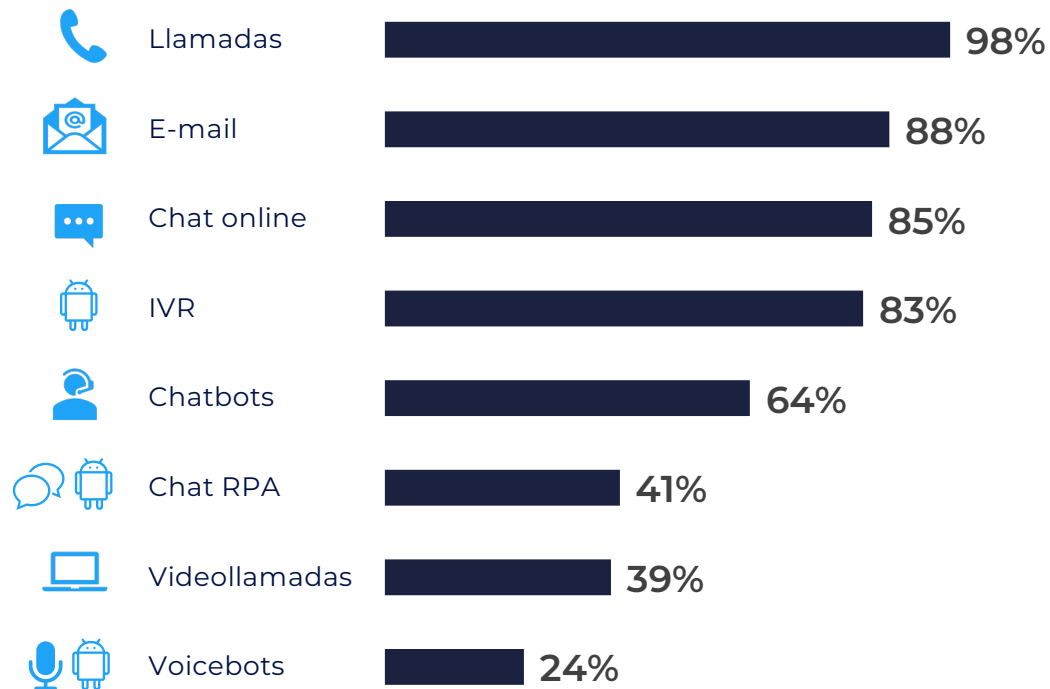
67% Obtuvo nuevos clientes
56% Incremento de campañas
con los mismos clientes
56% Atención a clientes



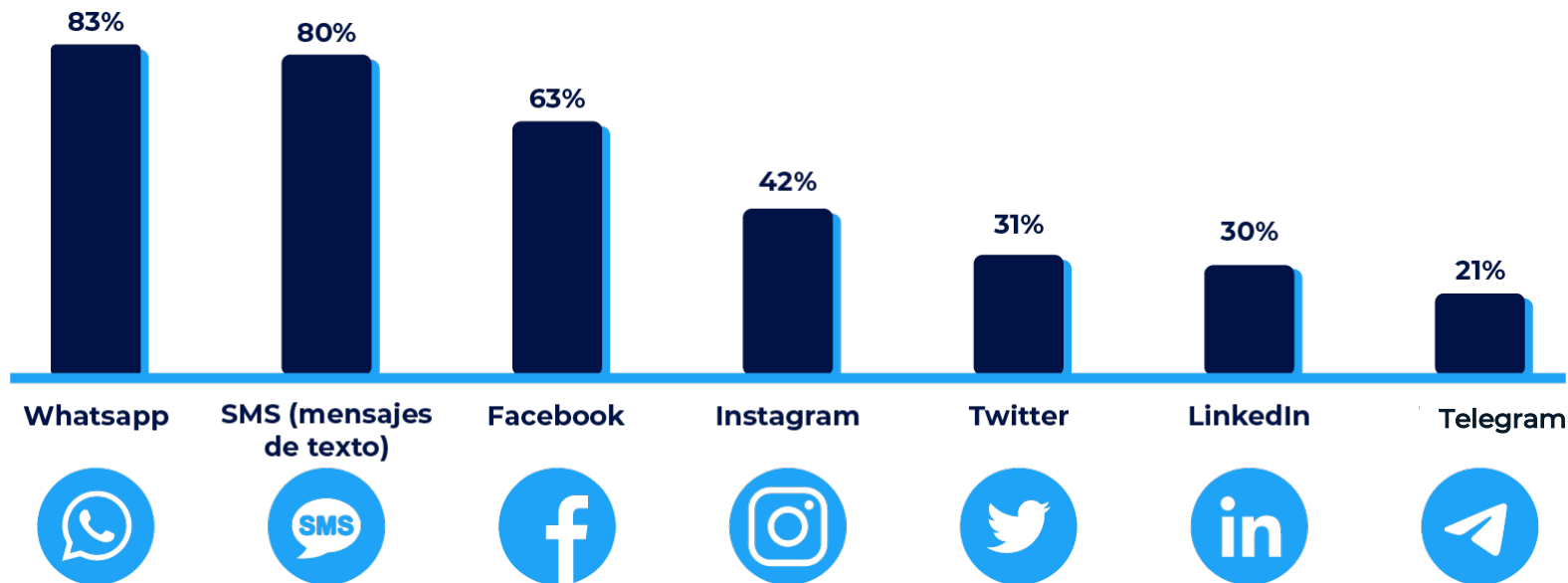
INHOUSE

64% Aumentó campañas
21% Se mantuvo
56% Atención a clientes

Canales atendidos



Redes Sociales



Logros

- 60% Estrategia establecida o mejorada para gestionar **agentes remotos / híbridos**
- 48% Optimizar el **rendimiento de las métricas**
- 46% Mejorar los **datos de los clientes**
- 45% Aprovechar el **uso de los canales digitales y/o autoservicio**
- 46% Mayor cantidad de **comentarios positivos** (directamente o redes sociales)

Aspectos que han afectado la operación del Centro de Contacto

62%

Demandante **mercado laboral**

56%

Falta de automatización que origina trabajos de bajo valor por parte de los agentes

40%

Canales poco conectados que impiden omnicanalidad efectiva

32%

Falta de **presupuesto** para desarrollar mejoras tecnológicas

28%

Capacitación de agentes para el desarrollo de actividades más complejas

27%

Escasa información del cliente para lograr mayor personalización

26%

Problemas en la **implementación del teletrabajo**

19%

Temas de **seguridad, privacidad y compliance**

Motivos de Frustración

47%

Compensación

41%

Dificultad en el uso de
plataformas tecnológicas

40%

Plan de carrera
poco atractivo

40%

Muchas tareas
repetitivas

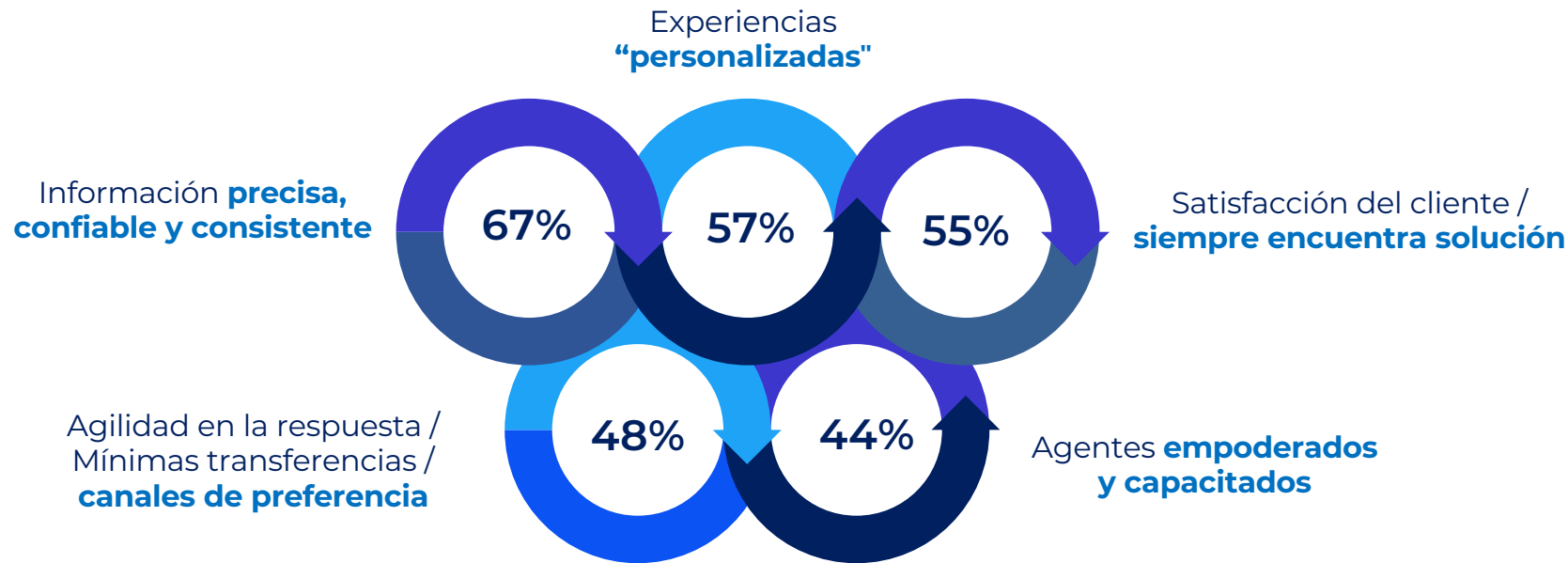
25%

Información limitada
de los clientes

Relevancia de las métricas



Componentes que determinan el éxito o fracaso en CX



Formas en la que la AI debería mejorar la experiencia del agente

65% **Mejorar el autoservicio** para que el agente maneje situaciones complejas

60% **Optimizar el proceso** de acceso al conocimiento

52% **Proveer información** de desempeño en tiempo real

52% Mejorar el **acceso a la calidad de la información** del cliente

46% **Ruteo Inteligente** de interacciones

Tendencias



Transformación digital



- Integración de canales ➡ **omnicanalidad**
- Incorporación de **nuevas tecnologías** que:
 - Reducen tiempos y esfuerzo
 - Generan conocimiento
 - Mejoran las capacidades del personal
- **Canales digitales** aumentan su participación
 - Migración acelerada a la Nube
 - 3 de cada 4 ➡ han migrado parte a la nube
 - 1 de cada 4 ➡ totalmente en la nube

Automatización



Autoservicio, Inteligencia Artificial, Analytics, Omnicanalidad

83% lo considera de alta prioridad



Nuevas profesiones

*De esta forma, el trabajo ni se crea ni se destruye,
sólo se transforma.*

Employee Engagement



Modelos
híbridos



Esquemas
flexibles



Herramientas
que faciliten
su trabajo



Coaching y
motivación



Organizaciones
empáticas

*Crear comunidades donde los empleados trabajen en un
ambiente inmersivo, de colaboración y soporte*

Total Experience



Enfoque en
Customer Experience
+
Employee Experience

It's Time to Reconnect Human Experience



Programa de Conferencias

9 de Noviembre 2022

9:00

1. Cifras de la industria de Customer Experience

Eugenia García, IMT

2. Tendencias tecnológicas y los retos que enfrentan las empresas hoy

Tere Lucio, ITESM

3. El rol de la automatización en la experiencia del cliente

Jorge Andrés Crespo, Opinno México

10:30

Networking Experiences / Coffee Break

4. La Experiencia del Cliente. Una mirada a nuestro modelo de inclusión

Roxana Pérez Hernández, BBVA México

5. Omnicanalidad, jornada del cliente e IA, el trío ideal

Carlos Eduardo Leite, Nuvento

12:00

Networking Experiences / Coffee Break

6. "Total Experience" Visión 360 de Customer Service

Manuel Ramírez, Verint

7. Transformación Digital. Herramientas y mejores prácticas

Gilberto Godínez, Grupo ITS

13:30

Networking Experiences/ Comida

15:00

8. Ganando con Customer Experience

Mauricio Alanís, AAGA

9. CX 4.0+: De soluciones tecnológicas a modelos de gestión inteligentes

Julio Mires, BPSmart

10. Inteligencia Artificial, la herramienta ideal para mejorar tus procesos de servicio al cliente

Henry Fernández, Cari Ai

11. El camino hacia la omnicanalidad

David Modiano, Net2phone

16:30

Networking Experiences / Coffee Break

12. Feedback y empatía como el motor de la evolución de las experiencias

Juan Carlos Luján, Emplifi

13. Employee Engagement, el nuevo journey map de la experiencia de los colaboradores

Valeria Pérez, TKM

14. Liderazgo y Talento: claves para el futuro

Raciel Sosa, Leadex Solutions

18:30

Clausura y Cóctel



Conferencistas



TERE LUCIO

Profesora ITESM, Transformación digital & Negocio



JORGE ANDRÉS CRESPO

Managing Consultant



ROXANA PÉREZ

Directora de los Centros de Atención a Clientes



CARLOS LEITE

CIO



MANUEL RAMÍREZ

Presales Consultant



GILBERTO GODÍNEZ

CEO & Fundador



MAURICIO ALANÍS

Socio y Director de Consultoría



JULIO MIRES AVENDAÑO

CEO y fundador



HENRY FERNÁNDEZ

Cofundador, CEO y miembro de la junta directiva



DAVID MODIANO

Country Manager



JUAN CARLOS LUJÁN

Regional Vicepresident Latam & Brazil



VALERIA PÉREZ

Directora de Marketing y Comunicación Corporativa



RACIEL SOSA

CEO



Empresas participantes



Patrocinadores

BPSMART

Cari AI
Inteligencia Artificial

Five9

ITS
It's Simple

net2phone

Five9
distributed by **Nuveto**

VERINT



ATENTO



emplifi



fonolo



freshworks

AddACCION

Auspiciadores



“

Celebramos el privilegio de
estar vivos, presentes y juntos, aprendiendo y liderando
la industria que diseña y administra la
experiencia del cliente.

”

¡GRACIAS!

Eugenia García Aguirre
Directora General, IMT



 [eugeniagarciaaguirre/](https://www.linkedin.com/in/eugeniagarciaaguirre/)