CCW CUSTOMER CNTACT WEEK DIGITAL

ABRIL DE 2021

NUEVOS PUNTOS DE REFERENCIA PARA EL RENDIMIENTO DEL CONTACTO CON EL CLIENTE

ABRIL DE 2021

ESTUDIO DE MERCADO

PATROCINADO POR: emmersion

ESTUDIO DE MERCADO CCW DIGITAL: NUEVOS PUNTOS DE REFERENCIA PARA EL RENDIMIENTO DEL CONTACTO CON EL CLIENTE

Lo que funcionó ayer no necesariamente impulsará el éxito hoy. Y casi con toda seguridad no garantizará un mañana fructífero.

Los líderes del contacto con el cliente han reconocido esta realidad desde hace tiempo. Reconocieron que las estrategias, los parámetros, los procesos y las inversiones que aprovecharon en los días del "centro de costos" exclusivamente telefónico no garantizarían el éxito en el mundo omnicanal impulsado por el valor. Sin embargo, esta aceptación universal no se tradujo en una acción generalizada. Muchos centros de contacto siguieron atados al "negocio de siempre", lo que condujo a un rendimiento mediocre de los agentes y a experiencias subóptimas de los clientes.

El peligro de la autocomplacencia, siempre decepcionante, se hizo patente de una forma sin precedentes en plena pandemia de la COVID-19 en 2020 y 2021. A medida que las demandas aumentaban, el volumen se disparaba, la complejidad crecía y la utilización digital se disparaba, las empresas adquirieron un asiento de primera fila para la importancia del cambio. Si no tuvieron una lucha frontal para apoyar a los clientes a lo largo del viaje omnicanal, las que rechazaron el cambio al menos no lograron maximizar el valor de sus interacciones.

Como ya no pueden negar la importancia de atender las nuevas demandas de los clientes, los nuevos entornos de los agentes y las nuevas innovaciones tecnológicas, será interesante ver cómo los líderes de los centros de contacto evalúan y activan el rendimiento de los mismos en los próximos meses y años. Este estudio de mercado ofrece una oportunidad para conocer ese proceso.

Impulsado por la investigación de mercado de CCW Digital, el informe descubre cómo cuantifican las empresas el rendimiento, cómo se desenvuelven en el mundo omnicanal y cómo reúnen a las personas, los procesos y la tecnología para transformar sus centros de contacto en fuentes de valor inigualables.

emmersion

ELEVAR EL RENDIMIENTO DE CX CON UNA CONTRATACIÓN INNOVADORA DE LOS CENTROS DE CONTACTO

El panorama de los centros de contacto no es en absoluto ajeno al cambio. En los últimos años, ha evolucionado para incluir nuevas tecnologías, nuevos canales de contacto y nuevos objetivos empresariales. Sin embargo, una cosa ha permanecido totalmente constante: las personas siguen siendo la clave de su éxito.

En todo caso, los empleados desempeñan un papel más importante que nunca en el impulso de una experiencia de cliente satisfactoria. A medida que los clientes se ponen en contacto con los agentes de nuevas formas, con mayores expectativas y para consultas más complejas, se necesita un equipo de agentes verdaderamente estelar para estar a la altura de las circunstancias.

Aunque nunca es una tarea fácil, cultivar el talento adecuado se ha vuelto especialmente difícil tras la pandemia de la COVID-19 y el correspondiente aumento del trabajo a distancia.

Como los centros de contacto necesitan agentes que puedan realizar un trabajo más exigente con menos oportunidades de formación y apoyo, tienen que reducir sus criterios de selección. Luego tienen que encontrar esta clase especial de agente en un mercado laboral más competitivo y sin permitirse el lujo de las reuniones cara a cara.

Puede parecer intimidante, pero este dilema no es insuperable. Las nuevas tecnologías y estrategias facilitan a los centros de contacto la optimización de su proceso de contratación, atrayendo a su vez a los talentos que pueden tener un efecto rápido, pero significativo, en la experiencia del cliente.

Esta sesión informativa explorará la oportunidad de elevar el rendimiento a través de una contratación innovadora.

LA NUEVA NORMALIDAD IMPLICA NUEVOS RETOS DE CONTRATACIÓN

Incluso antes de la pandemia de coronavirus, el papel del agente del centro de contacto con el cliente estaba sometido a un cambio significativo. Los acontecimientos de 2020 no hicieron más que agudizar el impacto de esa transformación y exacerbar la dificultad de encontrar el talento adecuado.

Para prosperar en la "nueva normalidad" de finales de 2021 y en adelante, los centros de contacto con éxito reconocerán rápidamente, y abordarán de forma inminente, estos nuevos retos de contratación.

El trabajo a distancia complica el proceso de entrevistas

La vacunación avanza y las restricciones de distanciamiento social disminuyen, pero las empresas no abandonan su interés por el trabajo a distancia. Como confirma el estudio de mercado, el 80 % de las empresas cree que un porcentaje notable de sus agentes seguirá trabajando a distancia a finales de 2021. Casi el 40 % cree que la abrumadora mayoría de sus agentes trabajará desde casa.

A primera vista, la persistencia del trabajo desde casa puede parecer una victoria para los encargados de la contratación. Al no estar ya obligados a contratar en su región cercana, su reserva de talento es exponencialmente mayor.

Por desgracia, esto también crea un reto importante. El exceso de candidatos potenciales hace más difícil para los encargados de la selección de personal centrarse en los candidatos más adecuados. La falta de pruebas de selección en persona agrava el problema al dificultar la evaluación de la capacidad de comunicación natural.

> “A corto plazo, parece que la política de trabajo desde casa —o al menos una opción híbrida— ha llegado para quedarse", afirma Brody Horton, vicepresidente de éxito de clientes de Emmersion. "El entorno de trabajo remoto o híbrido y la alta tasa de crecimiento de los centros de contacto han hecho que sea más difícil que nunca cumplir con estas normas de contratación, por no hablar de las altas expectativas de rendimiento en el contacto con el cliente”

El trabajo a distancia eleva el nivel de los talentos

Tanto si piensan seguir trabajando de forma totalmente remota como si adoptan un modelo híbrido, la mayoría de los centros de contacto permitirán que los agentes pasen al menos parte de su tiempo fuera de la oficina.

Se necesita un agente de mayor calibre para prosperar en este entorno más autónomo. A pesar de tener menos acceso a la asistencia en persona, menos supervisión por parte de la dirección y menos libertad frente al ruido y otras distracciones, los agentes que trabajan desde casa tienen que hablar con claridad, inteligencia y confianza cuando prestan asistencia a los clientes.

> “Dado que muchas empresas han optado por continuar con las políticas de trabajo desde casa durante el resto del año, supervisar la productividad de los agentes no va a ser tan fácil como ir de cabina en cabina", explica Horton. "Las tecnologías para validar el compromiso de los clientes, como la grabación de las llamadas telefónicas, existen desde hace tiempo, pero estos recursos siguen siendo más reactivos que proactivos a la hora de proporcionar a los clientes experiencias excelentes”.

Los responsables de la selección de personal con éxito tienen que tener en cuenta esta realidad. Tienen menos libertad para contratar agentes "diamantes en bruto" que puedan aprender por exposición directa a sus compañeros. Si los agentes no poseen ya la capacidad de conectar con los clientes, es dudoso que encajen en el panorama actual de contacto con el cliente.

Lo digital está elevando el nivel de la conversación

El dicho popular "el autoservicio facilita las tareas sencillas para que los agentes puedan encargarse de las complejas" tiene una enorme consecuencia para la contratación. Hace que la capacidad de conversación sea una habilidad fundamental.

Los agentes de hoy no se limitarán a leer guiones robóticos y a responder a preguntas redundantes. Se dedicarán a resolver problemas imprevisibles mientras intentan establecer una relación duradera con los clientes. La proliferación simultánea de la comunicación digital y de los negocios globales amplifica este cambio, ya que los agentes tendrán que adaptar su apoyo altamente específico y personal a clientes de diferentes características demográficas, que hablan con diferentes dialectos (si no en diferentes idiomas por completo), y utilizan diferentes formas de comunicación.

Sin querer detenerse ahí, los principales centros de contacto buscan un equipo de agentes consultivos, de "ventanilla única", que puedan responder a las preguntas, calmar a los clientes enojados, proporcionar asistencia técnica, renovar cuentas y concretar nuevas ventas sin someter a los clientes a transferencias o aire muerto. Se necesita una capacidad conversacional especialmente sólida para alcanzar este nuevo umbral.

REPENSAR LAS PRIORIDADES DE CONTRATACIÓN

Creados para contratar a agentes "suficientemente buenos" a gran escala, los modelos de contratación de "esperar lo mejor" del pasado nunca fueron especialmente eficaces. Nunca pusieron a los centros de contacto en posición de atraer y retener grandes talentos, y mucho menos de ofrecer experiencias estelares a los clientes.

Dado que la contratación es cada vez más difícil y los estándares de rendimiento de los agentes son cada vez más altos, estos métodos anticuados serán aún menos eficaces en el futuro. Es hora de adoptar un nuevo conjunto de normas y prioridades de contratación.

Indicadores de contratación específicos

Los grandes agentes son la clave del éxito de las experiencias de los clientes, y las grandes iniciativas de contratación son la clave para conseguir excelentes agentes.

Para garantizar la viabilidad de esta cadena, es imprescindible hacer que los programas de contratación respondan a parámetros clave. En lugar de fijarse simplemente en factores generales como el gasto global en contratación o el número total de plazas cubiertas, los centros de contacto de éxito darán prioridad a los parámetros relacionados con la calidad de los candidatos, la eficacia del proceso de contratación y la idoneidad a largo plazo.

"Un valioso precursor de los indicadores de rendimiento de los agentes son los indicadores que miden la eficacia de la contratación y selección de los agentes más capacitados en primer lugar", declara Horton. "Algunos de estos parámetros son: candidatos calificados por vacante, tiempo de contratación, costo por contratación, entrevistas para contratar y tasa de rotación en el primer año".

Evaluaciones objetivas de la calidad

No se puede exagerar la importancia de las entrevistas habladas. Estas interacciones individuales ayudan a los responsables de la contratación a ir más allá del currículum y a determinar si las experiencias de los agentes se ajustan a la cultura de la empresa y se traducen en un éxito en el mundo real. Para asegurarse de encontrar los mejores talentos, los centros de contacto no pueden dejar que el trabajo a distancia acabe con las evaluaciones cara a cara.

Sin embargo, la dependencia excesiva de las evaluaciones cara a cara tiene un inconveniente: la pérdida de objetividad. Los distintos reclutadores tienen reacciones diferentes ante distintos tipos de personalidad. Todos los entrevistadores, por su parte, son vulnerables a dejar que la energía y el carisma influyan en su opinión sobre un candidato.

Por supuesto, los reclutadores deben tener en cuenta estos "factores x" (al fin y al cabo, el centro de contacto tiene que ver con las relaciones humanas), pero no pueden permitirse el lujo de ignorar las competencias laborales básicas. Por lo tanto, el programa de contratación óptimo incorpora pruebas objetivas para medir factores como la comodidad con el lenguaje, el procesamiento cognitivo, la fluidez del producto, la eficiencia de la tarea y la capacidad de comunicación. Las evaluaciones de la personalidad sirven entonces como complemento, no como sustituto, de estos puntos de referencia objetivos.

Capacidad de ampliación sin sacrificios

Como revela el estudio de mercado, el 75 % de los centros de contacto prevén un "aumento" del gasto tras la pandemia. En consecuencia, el centro de contacto habitual tendrá que ampliarse rápidamente para hacer frente a la creciente demanda de los clientes. La naturaleza del trabajo a distancia se suma a este desafío, ya que muchas empresas tratarán de contratar suficiente personal para dar soporte a modelos de mano de obra no convencionales y "a la carta".

Sin embargo, este esfuerzo por ampliar la contratación no puede hacerse a expensas de la calidad. Como se explica en las secciones anteriores, la contratación debe ser más precisa y rigurosa que nunca, ya que las empresas buscan agentes que puedan ofrecer un rendimiento más eficiente y conversaciones más personalizadas sin tanto apoyo en el trabajo.

HACER REALIDAD LA CONTRATACIÓN EXCEPCIONAL

En algunos casos, el desnivel entre la situación en la que se encuentra una empresa y el lugar al que quiere llegar es demasiado alto para escalarlo. Afortunadamente, para quienes buscan un mejor talento para el cliente, el camino hacia una plataforma de contratación más eficaz no es uno de esos ejemplos.

Gracias a una combinación de tecnología innovadora y estrategia centrada en el empleado, los centros de contacto pueden elevar inmediatamente sus programas de contratación. Pueden encontrar mejores talentos a gran escala, lo que se traduce en mejoras rápidas y significativas en el rendimiento del centro de contacto.

No se trata simplemente de un juego de productividad, sino que este innovador marco de contratación también ayudará a las empresas a atraer a los agentes que mejor se adapten a la naturaleza y la cultura de su centro de contacto. Como resultado, estas empresas disfrutarán de ganancias significativas en la satisfacción y retención de los agentes.

Adoptar las pruebas lingüísticas con IA

Para las empresas que buscan contratar agentes más capacitados de forma más eficiente, existe una potente solución: las pruebas lingüísticas de IA.

“La contratación de agentes con éxito empieza por evaluar adecuadamente su capacidad lingüística. La mejora de los procesos de selección se traducirá directamente en una mejora del rendimiento del contacto con el cliente", afirma Horton.

Las soluciones de pruebas de IA, ante todo, mejoran la eficacia de estas evaluaciones lingüísticas. En lugar de evaluar la fluidez general de forma "académica", los programas de pruebas de IA pueden evaluar mejor las habilidades conversacionales naturales dentro del contexto personalizado de una marca, sus clientes y sus productos. Los resultados, por tanto, no se limitarán a revelar quién conoce técnicamente el idioma, sino quién puede utilizarlo para relacionarse de forma significativa con los clientes.

De naturaleza adaptativa y compatible con los diferentes idiomas, también ayudan a las empresas a evaluar a los candidatos con diferentes antecedentes que compiten por diferentes tipos de funciones dentro de la empresa. No son pruebas estáticas y binarias, sino representaciones dinámicas del tipo de repercusión conversacional que puede tener el agente dentro de la empresa.

Al ofrecer evaluaciones más matizadas que las pruebas lingüísticas tradicionales y manuales, las plataformas de IA también ayudan a los responsables de la contratación a prever mejor la idoneidad a largo plazo de un agente para la marca. Esto les permite tomar mejores decisiones de contratación iniciales, impulsando la retención de los agentes y reduciendo los costes de contratación futuros.

En el espíritu de "ampliar sin sacrificar", las soluciones de pruebas de IA son fáciles y eficientes de desplegar en las etapas óptimas del proceso de contratación. Esto da lugar a una experiencia más fácil y transparente para los candidatos (que pueden obtener un "sí o no" firme sobre su capacidad para seguir adelante) y a un proceso más rápido y productivo para los responsables de la contratación.

Evaluar las habilidades fundamentales de manera más objetiva y adecuada

Cuando un centro de contacto aprovecha las pruebas impulsadas por la IA, como las de idiomas, puede evaluar de forma más productiva la competencia de los agentes. La organización puede evaluar adecuadamente las habilidades que más importan al negocio cuando tienen más sentido para el proceso.

En muchos casos, el momento óptimo será muy temprano en el proceso de contratación.

> “Hemos comprobado que, si bien el simple hecho de sustituir el método actual de pruebas lingüísticas por nuestras pruebas automatizadas reduce el tiempo de contratación, el hecho de ajustar el momento del proceso de contratación en el que se evalúa la capacidad lingüística puede aumentar significativamente el tiempo y el dinero que se ahorra", destaca Horton. "Al añadir las pruebas lingüísticas al principio del proceso de selección, los reclutadores emplean la mitad —o incluso un tercio— del tiempo que suelen dedicar a encontrar y contratar a los candidatos adecuados. La inclusión de la prueba de idiomas automatizada al principio del proceso de solicitud tiene algunas otras ventajas. Un candidato puede presentar su solicitud, realizar la prueba inmediatamente y saber si avanza en el proceso en cuestión de minutos. La evaluación puede realizarse en cualquier momento, de día o de noche.”

Con demasiada frecuencia, las estrategias de contratación están vinculadas a los procesos y no a los resultados. Las empresas se sienten obligadas a seguir determinados pasos, lo que provoca esfuerzos enrevesados que dan lugar a contrataciones que no son óptimas. Al proporcionar más flexibilidad sobre cuándo y cómo desplegar las pruebas objetivas, las plataformas de IA libran a las empresas de estos obstáculos. Les permiten establecer instantáneamente procesos únicos para puestos específicos.

Dejen que sean los encargados de la selección de personal quienes lo hagan

Al aprovechar una plataforma de pruebas de IA, un centro de contacto no solo estará elevando la calidad de sus evaluaciones objetivas de los candidatos. También estará facultando a los responsables de la contratación para que se centren en lo que mejor saben hacer: los componentes humanos y estratégicos del proceso.

> “El tiempo que se ahorra puede emplearse en ampliar el ancho de banda de un reclutador y su capacidad para contratar para más puestos", explica Horton. "O un responsable de la selección de personal puede utilizar este tiempo extra para centrarse en la adecuación y las capacidades de los candidatos que consiguen superar los nuevos y más elevados estándares de selección, mejorando: la calidad de las contrataciones, la satisfacción de los empleados, los índices de rotación, los índices de satisfacción de los clientes y mucho más”.

Para empezar, la sólida plataforma de pruebas garantiza que solo los candidatos calificados avancen en el proceso. Esto significa que el responsable de la contratación puede dedicar más tiempo a conocer realmente al candidato. No desperdiciarán sus preguntas más profundas en candidatos que nunca podrían hacer el trabajo ni se preocuparán de que su amor por la personalidad de un candidato esté nublando su juicio sobre la competencia.

A medida que los directores de contratación se centran más en los factores humanos, evaluarán mejor la probabilidad de que un candidato permanezca en la empresa a largo plazo. Esto conducirá a un aumento a largo plazo de la retención de los agentes y a una disminución a largo plazo de los costos de contratación.

Además de fomentar mejores entrevistas, un proceso de evaluación basado en la tecnología permite a los reclutadores centrarse en los aspectos más estratégicos de la adquisición de talento. Pueden establecer mejores criterios de trabajo, al tiempo que realizan una "caza de talentos" más específica para determinados puestos.

COSECHAR LAS RECOMPENSAS DE LA CONTRATACIÓN INNOVADORA

Al adoptar las pruebas lingüísticas de IA, rediseñar los procesos de solicitud y permitir que los reclutadores empleen su tiempo de forma más productiva, las empresas no solo mejoran la contratación. Canalizan mejores talentos hacia el centro de contacto, con lo que obtienen más productividad y más agilidad operativa. En lugar de sacrificar el rendimiento en nombre de la adaptabilidad, estas empresas se centran más en el cliente a medida que crecen.

Numerosas empresas han encontrado un éxito particular al asociarse con Emmersion para elevar sus esfuerzos de reclutamiento; a continuación se presentan ejemplos de casos prácticos.

Empresa: Majorel Kenia

Reto: Poner en marcha una nueva ubicación del centro de contacto y necesitaban contratar e incorporar a un par de cientos de agentes en sólo tres semanas. Su cliente tenía grandes expectativas en cuanto a la capacidad de inglés.

Solución y Resultado: Al utilizar las evaluaciones lingüísticas de Emmersion, pudieron procesar rápidamente a todos sus solicitantes y cumplir sus objetivos de contratación en solo dos semanas. Implementaron la evaluación en las primeras fases del proceso de solicitud, lo que permitió a sus responsables de selección de personal dedicar únicamente tiempo a entrevistar a los candidatos que sabían que tenían la capacidad de inglés necesaria.

Empresa: Sykes México

Reto: Un cliente de perfil elevado quería más datos sobre la capacidad lingüística de los agentes de Sykes.

Solución y Resultado: Aprovechando las múltiples evaluaciones de habilidades lingüísticas de cada agente, Sykes pudo elaborar un perfil completo de cada uno de ellos. Al utilizar los datos de terceros de Emmersion, se ganaron la confianza del cliente. El cliente ha pedido que las evaluaciones de Emmersion y los umbrales de puntuación se utilicen en todos los centros de contacto que les prestan servicios.

Empresa: KPMG México

Reto: para muchos puestos, se necesita un alto nivel de inglés. La evaluación de los candidatos en cuanto a su capacidad de inglés la realizaba una consultora de calificación humana externa. El proceso para programar y recibir los resultados podía llevar una semana o más por candidato. Los candidatos pasaban 45 minutos o más siendo evaluados. Era un cuello de botella en el proceso de contratación.

Solución y resultado: al pasar a Emmersion y evaluar a los candidatos en una fase temprana del proceso de solicitud, la evaluación lingüística se convirtió en la parte más sencilla del proceso de contratación. Para cuando un responsable de selección de personal estaba preparado para evaluar y entrevistar a un candidato, ya tenía un informe en la mano con la capacidad lingüística del candidato. Con datos claros, podían establecer criterios de filtrado para asegurarse de que los candidatos que se presentaban a los socios eran solo los que tenían la capacidad lingüística necesaria.

CONOZCA AL EQUIPO

Brian Cantor
Analista principal, director
CCW Digital
E: Brian.Cantor@customermanagementpractice.com

Simon Copcutt
Jefe de cuentas estratégicas
CCW Digital
E: Simon.Copcutt@customermanagementpractice.com

Andy Kuang
Director de marketing
CCW Digital
E: Andy.Kuang@customermanagementpractice.com

Matt Wujciak
Escritor y editor del personal
CCW Digital
E: Matt.Wujciak@customermanagementpractice.com

Emily Dunn
Director de marketing
CCW Digital
E: Emily.Dunn@customermanagementpractice.com

APÉNDICE

emmersion

- La prueba está en los números: ahorro de tiempo en la contratación con la automatización
- Calculadora del ROI de las pruebas lingüísticas automatizadas