

#tendenciasAEERC2021

# Los expertos en relación cliente opinan sobre 2021



Asociación Española de Expertos  
en la Relación con Clientes

Patrocina





Los avances tecnológicos han marcado la evolución de la economía mundial, pero este cambio no ha sido continuo y estable, sino a impulsos. Cada revolución tecnológica ha supuesto una transformación económica estructural en la medida en que ha causado una reorganización sectorial.

En la actualidad nos encontramos inmersos en la revolución de la robótica y de la inteligencia artificial, que se está globalizando de forma intensa y traerá consigo una transformación económica más radical, ya que va a permitir un mayor nivel de automatización y lo que aún es más relevante, va a permitir la deslocalización de servicios tradicionales, pero los factores de éxito y de fracaso no tiene una formula o algoritmo, lo que convierte a las personas, su intuición, o su capacidad de escucha en factores diferenciales y difícilmente automatizables, simplemente porque no son una rutina.

Dos serán los factores clave. Por un lado, una progresiva sofisticación del mercado y de la competencia, de manera que las ventajas competitivas no solo en el ámbito de los servicios sino también en el industrial, dependerán en gran medida de los avances tecnológicos y por otro lado y como estamos viendo ya, una mayor exposición sobre todo del sector servicios a la competencia internacional.

La innovación será la clave del liderazgo económico para el próximo 2021 y nuestra industria de Atención al Cliente / Contact Center no se verá ajena a esta evolución, y en la que deberemos explorar y evolucionar hacia este nuevo paradigma que se ha acelerado con la reciente crisis provocada por la pandemia, identificando los aspectos esenciales que debemos modificar o reforzar.

Con esta nueva edición, queremos acelerar esta identificación de los factores que van a incidir en esta transformación a partir de la aportación de profesionales y expertos en la relación con los clientes, de diferentes sectores e industrias, para que a partir de la lectura de esta publicación, podamos inferir cuales serán las tendencias y las claves en el 2021, para una industria como la de Call Center, que ha sido "ejemplar" en su desempeño y esencial para el tejido económico español, y que tiene como principal misión, adelantarse a las necesidades de los clientes y de los entornos que como hemos podido ver, son cada día más cambiantes y acelerados.

La ambición, el inconformismo, el querer cambiar las cosas, el probar lo nuevo... es propio de los humanos, y eso es lo que va a seguir provocando los avances; las maquinas, por si solas no darán ningún paso más allá de para lo que han sido programadas.

Espero que de esta lectura puedas extraer interesante información y quiero aprovechar para agradecer a todos los autores que han participado, su desinteresada aportación para poner a disposición de los lectores, sus experiencias y a los Asociados y Junta Directiva su apoyo e impulso constante a las actividades de la asociación.

José Francisco Rodríguez  
Presidente Asociación Española de Expertos en la Relación con Clientes



## LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ACCESO A LOS DATOS

Javier Sotorrió Díaz

Chief Digital Officer (CDO) BECALL GROUP

Cuando oímos hablar de *Big Data* o de *Business Intelligence* todos pensamos en el futuro. Hemos oído que el futuro está en los datos y que son el nuevo petróleo del siglo XXI. Pero, ¿en qué consiste y cómo puede ayudar a las empresas y a sus clientes?

Toda relación eficiente y satisfactoria se basa en un win-win en la que todos ganan. ¿Qué quiere el cliente? ¿Qué podemos hacer para ayudarle?

Trabajamos con datos, por ejemplo, un listado de potenciales clientes a los que hemos presentado un producto que creemos podría interesarles. Les hemos llamado, se lo hemos ofrecido, explicado y hemos obtenido un feedback. ¿Qué agente es el que mejor respuesta ha logrado? ¿Cuántas ventas se han hecho en una determinada campaña en una plataforma en concreto y en un periodo de tiempo determinado? ¿Qué horario ha obtenido los mejores datos? ¿Cuáles son las objeciones que más predominan? ¿Qué personas son potenciales clientes para qué tipo de productos?

Todo esto lo podemos obtener en ficheros de datos. Pero, después, hay que darles forma. Lo habitual es que, desde el departamento encargado de la toma de decisiones, se solicite un informe al departamento de informática: **“Necesito saber el retorno de la inversión de una**

**determinada campaña durante la primera semana del mes pasado”**. El informático selecciona, filtra y da forma a los datos para que sean legibles y entendibles. Pero transcurre bastante tiempo entre que se solicita la información y se reciben los datos. No es óptimo.

Hay una petición. Ésta entra en cola con una prioridad determinada. El departamento de informática se pone con ello pasado un tiempo. Lo entrega. Pero resulta que no es suficiente.

Hace falta sacar datos de otra campaña y compararlos. Hay que pedir otro informe. Lleva su tiempo.

Todo esto es Business Intelligence. Son herramientas que nos permiten dar forma a los datos, clasificarlos, filtrarlos y ordenarlos. Y, todo ello, en tiempo real. Lo mejor de todo es que es accesible para cualquier persona.

**“...nos permiten dar forma a los datos, clasificarlos, filtrarlos y ordenarlos...”**

Y es aquí donde se puede marcar la diferencia y es donde más avances veremos en los próximos años.

Si la informática consiguió democratizar el acceso a internet, con el desarrollo de los teléfonos móviles, la informática, de nuevo, logrará democratizar el acceso a los datos e inteligencia empresarial. ¿Cómo? Con los ingenieros de datos. La empresa que sea capaz de captar mejor talento será la que mejores resultados podrá obtener y así diferenciarse y destacar.

Tecnologías hay muchas, como OLAP, OLTP, Data Warehouse, Data Discovery, etc. y cada una tiene su función. Pero es el analista de datos quien deberá dominarlas, saber cuál y cómo implementarlas. Y lo más importante: cómo hacer que todas estas tecnologías trabajen juntas y puedan estar disponibles para el usuario final en un solo clic. La clave, y es donde se están poniendo cada vez más esfuerzos, es que esa información pueda estar accesible en tiempo real sin necesidad de conocimientos de informática o ingeniería de datos.

“...cómo hacer que todas estas tecnologías trabajen juntas y puedan estar disponibles para el usuario final a un solo clic...”

La persona encargada de la toma de decisiones necesita información para realizar su trabajo y las herramientas se tienen que encargar de proporcionársela. Todo debe funcionar en una sincronía perfecta, en tiempo real, sin

**“...cómo hacer que todas estas tecnologías trabajen juntas y puedan estar disponibles para el usuario final a un solo clic...”**

esperas, con interfaces amigables y comprensibles. Capaz de sacar informes en cuestión de segundos, de forma sencilla y accesible.

Esta nueva década es la década de la digitalización de los datos. Quien se quede fuera de esta tendencia, quien no sea capaz de captar a los mejores profesionales de datos, quien menosprecie la importancia de la inversión en TI, se quedará fuera y está condenado a desaparecer.

| [www.aeerc.com](http://www.aeerc.com) |



#tendenciasAEERC2021



Asociación Española de Expertos  
en la Relación con Clientes

Los expertos  
en relación cliente  
opinan sobre  
2021

Patrocina

