

Parada visual.

PRECIO 13,95€



LA IA
RENOVANDO LOS
CENTROS DE CONTACTO

ORACLE
INNOVANDO EN
RRHH EN EL MUNDO

TOYOTA
YA ESTA EN LA NUBE
EN PERÚ

**INCUBADORA
DE EMPRESAS**
DESDE MARRUECOS





descuelgo

PORTAL DE EMPLEO PARA CONTACT CENTER

**ENCUENTRA
EL TRABAJO QUE SUEÑAS**

Nuevo portal de empleo para
teleoperadores y empresas
de centros de llamadas

www.descuelgo.com



SUMARIO

04 NOTICIAS

34 LATAM

46 MAROC

59 EVENTOS

VERICALL GANA DOS PREMIOS GOLD EN LA CEREMONIA 2020 DE CONTACT CENTER WORLD

VeriCall Ltd ha anunciado que ha ganado dos premios GOLD en la prestigiosa 15ª ceremonia anual de Top-Ranking Performers in the Contact Center World que tuvo lugar a principios de este mes en línea. VeriCall ganó las categorías "Mejor centro de contacto (subcontratado)" y "Mejor servicio al cliente" para la región de EMEA.

Estos premios se llevan a cabo anualmente y son administrados por Contact Center World, la Asociación de Centros de Contacto global más grande del mundo, y los ganadores fueron elegidos entre más de 1600 Inscripciones de más de 50 países.

Adam Taylor, director ejecutivo de VeriCall comentó:

“¡Decir que estoy encantado sería quedarse corto! No podría estar más orgulloso de nuestro equipo de galardonados. Estos premios son un reconocimiento a los altos estándares que nuestros equipos cumplen día tras día y, aunque trabajamos incansablemente para

nuestros clientes de todos modos, es maravilloso ser reconocidos también por nuestros compañeros. Todos en VeriCall son "Campeones de clientes", ¡y estos dos premios de oro lo demuestran!

Estos premios también son un testimonio de cuánto ha madurado y crecido VeriCall como empresa, que se lanzó hace solo 3 años, y esperamos representar ahora a la región de EMEA en los premios mundiales".

VeriCall es un BPO con sede en el Reino Unido que reúne a personas y tecnología con soluciones BPO innovadoras e intuitivas para servir a empresas de todos los tamaños.

Comenzó en 2017, VeriCall ofrece agentes capacitados junto con la mejor tecnología de su clase para ofrecer soluciones Omni-Channel y con tecnología de inteligencia artificial (PCI) en todo el Reino Unido y más allá. Con un centro de participación en Fife, Escocia, VeriCall emplea actualmente a más de 400 personas.



Customers First

Streamline and Simplify

Continuously Improve





MSC MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY ELIGE UNA PLATAFORMA DE COMUNICACIONES ABIERTA 8X8

Un proveedor de plataforma de comunicaciones en la nube integrada, anunció que MSC Mediterranean Shipping Company, un proveedor global de transporte y logística, ha seleccionado 8x8 para transformar su infraestructura global de comunicaciones, colaboración y participación del cliente en una única plataforma en la nube, implementando 8x8 Open Communications Platform™, que incluye 8x8 Voice para Microsoft Teams.

MSC es una compañía naviera con empleados en todo el mundo. Luego de un período de crecimiento comercial y expansión de su presencia internacional, la compañía armonizó su enfoque de sistemas y software, racionalizando la administración de TI y minimizando costos.

Los empleados de MSC han confiado cada vez más en Microsoft Teams para la comunicación y la colaboración, lo que ha llevado a la empresa a garantizar que sus capacidades de telefonía garanticen el alcance global y la facilidad de gestión necesarios para una solución de voz de nivel empresarial.

Como parte de este proceso de optimización, MSC seleccionó la Plataforma de Comunicaciones Abiertas 8x8, una solución integrada de voz en la nube, chat en equipo, reuniones y centro de contacto. Los empleados ahora pueden conectarse y colaborar sin problemas utilizando Microsoft Teams con funciones de telefonía, calidad de voz y llamadas globales desde 8x8.

"Como una de las líneas de transporte de

contenedores líderes en el mundo, la optimización de nuestras comunicaciones en una única plataforma en la nube ha transformado nuestras operaciones comerciales, aumentando la eficiencia de TI a través de una mejor comunicación en todas nuestras oficinas en todo el mundo", dijo Fabio Catassi, director de tecnología global de MSC Mediterranean Shipping Company.

"Además de proporcionar a 15.000 empleados una única solución de telefonía global que pueden utilizar directamente desde cualquier interfaz de Microsoft Teams, incluidas aplicaciones móviles y de escritorio, también implementaremos Contact Center 8x8 para más de 2.000 agentes de call center".

"Las organizaciones globales reconocen el papel fundamental que tienen las comunicaciones en la nube para acelerar el rendimiento y el crecimiento empresarial, especialmente porque el lugar de trabajo digital para una fuerza de trabajo remota y móvil se ha convertido en un imperativo corporativo superior", dijo Vik Verma, director ejecutivo de 8x8, Inc.

"Empresas de la escala y la talla, como MSC Mediterranean Shipping Company, están impulsando el éxito al adoptar una única plataforma global de comunicaciones abiertas que proporciona capacidades de combinación y combinación y una integración perfecta con Microsoft Teams. Esperamos seguir apoyando su viaje de transformación digital global ya que garantizan que los empleados y clientes estén conectados y sean productivos desde cualquier lugar".

¿QUÉ FUE PRIMERO COVID-19...

Al igual que el enigma del huevo o la gallina, lo mismo podría aplicarse al COVID-19 y al mal servicio al cliente. Mientras muchas organizaciones se esconden detrás de la pandemia por fallar en los estándares de servicio, Abbie Heslop, Analista de IA comercial, EBI.AI muestra cómo contrarrestar la tendencia utilizando Inteligencia Artificial (IA).

COVID-19 ha puesto de relieve el antiguo misterio de la gallina y el huevo. ¿Qué fue primero, el coronavirus o el mal servicio al cliente? Cualquiera que sea la respuesta, la verdad es que muchas organizaciones están utilizando la pandemia global para enmascarar una gran cantidad de problemas subyacentes que han estado minando la calidad del servicio durante mucho tiempo. La minorista británica, Laura Ashley, es un ejemplo clásico. Cuando la compañía entró en la administración después de años de estancamiento, se culpó al Coronavirus después de que no pudo asegurar los fondos de rescate a principios de este año y otras organizaciones se han apresurado a esconderse detrás del virus.

Al comienzo de la pandemia, los clientes comprendieron las dificultades que enfrentaban las organizaciones. Sin embargo, varios meses después, los clientes todavía se quedan esperando en la línea para obtener respuestas a consultas básicas y se espera que soporten tiempos de entrega de bienes y servicios "más largos que el promedio" durante estos "tiempos sin precedentes".

Hay una cantidad limitada de clientes que están dispuestos a dar y su paciencia se está agotando. A largo plazo, las perspectivas son sombrías para las marcas que no logran mejorar su actuación. Deloitte estima que la capitalización de mercado de las empresas afectadas por el escándalo puede quedar por detrás de sus competidores hasta en un 74% en los dos años siguientes. El personal, los votantes y los clientes recuerdan a aquellos que han intentado burlarse de sus ojos. [yo]

3 formas de mejorar el servicio al cliente utilizando Inteligencia Artificial

Es hora de dejar de esconderse detrás de COVID-19 e implementar nuevas estrategias ganadoras para aumentar la confianza y la satisfacción del cliente utilizando los beneficios de la inteligencia artificial:

IA para niveles de alta resolución: los clientes simplemente quieren respuestas y esperan resultados rápidos, con o sin una pandemia.

"¿Mi tienda local está abierta?", "¿Ofrecen un servicio de entrega?" Y "Mi artículo habitual está agotado, ¿cuándo estará disponible?": Estas son algunas de las preguntas más comunes que hacen los clientes en este momento. Afortunadamente, las soluciones impulsadas por la inteligencia artificial, como los asistentes virtuales, pueden capacitarse para responder preguntas genéricas con precisión y rapidez, lo que quita una inmensa presión a las organizaciones con volúmenes de contacto altísimos y equipos cada vez más reducidos.

Los asistentes de IA siempre están disponibles. No se cansan, no se enferman ni necesitan vacaciones y nunca tienen un mal día en la oficina. No importa a qué hora del día o de la noche, los asistentes de inteligencia artificial pueden responder las consultas de los clientes de inmediato, en lenguaje natural y no hay límite en la cantidad de clientes con los que un asistente puede hablar a la vez.

La integridad y la empatía lideran el camino: según KPMG, el 94% de las empresas Fortune 1000 ya están experimentando interrupciones de COVID-19. La firma global de servicios profesionales continúa diciendo que "la forma en que las organizaciones se involucran e interactúan con sus clientes será fundamental" y que la "integridad" y la "empatía" están desempeñando un papel aún más importante que nunca. [11]

La integridad comienza con altos niveles de transparencia donde las organizaciones dejan absolutamente claro a los consumidores cómo, por qué y cuándo se utilizan sus datos en lugar de simplemente acumular datos de clientes para vender más productos y servicios. Por ejemplo, una compañía de seguros podría usar datos para ofrecer a los clientes leales mejores cotizaciones de pólizas, o un supermercado podría usar su asistente de inteligencia artificial de comestibles para sugerir una receta vegana a un cliente que mencionó que era vegano al completar su canasta en línea unos meses antes.

A continuación, muestre empatía. La IA ya ha derribado las barreras tradicionales entre el hombre y la máquina, combinando lo mejor de ambos para aumentar la eficiencia mientras utiliza interacciones reales con los clientes para impulsar las respuestas humanas. Los centros de contacto ocupados, por ejemplo, ahora tienen la oportunidad de convertir a sus agentes en superhéroes utilizando los últimos asistentes virtuales impulsados por IA.

¿Ó MAL SERVICIO AL CLIENTE?

Mejorar y ampliar la cultura del servicio: las organizaciones que buscan mejorar y preparar su servicio al cliente para el futuro deben centrarse en la capacidad natural de la IA para capturar datos del cliente, interpretar las interacciones del cliente y luego usar esta información para anticipar sus requisitos ahora y en el futuro. Tome Get Living, la empresa de administración de propiedades pionera en el Reino Unido que atiende a los residentes de los vecindarios más modernos de Londres y Manchester. En un mercado altamente competitivo, donde un servicio al cliente excepcional es esencial, Get Living ha agregado una funcionalidad de retroalimentación única a Evie, su robot de inquilino inmersivo en el hogar. Esto ayuda a la empresa a comprender mejor las necesidades de los residentes para que pueda brindar una experiencia de cliente altamente personalizada y mejorar su oferta de alquiler.

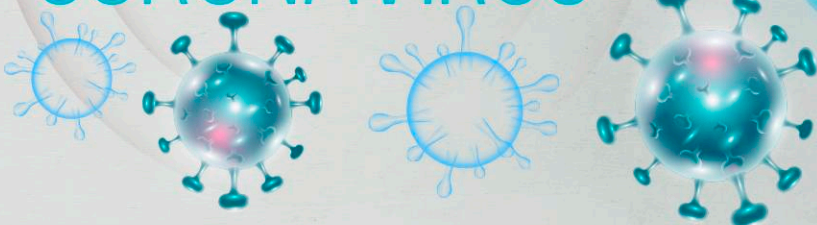
Nuevas puertas de entrada digitales transforman el servicio al cliente

La cruda realidad es que es poco probable que las pandemias globales se detengan en COVID-19 y la digitalización no va a desaparecer. Las organizaciones exitosas estarán a la altura del desafío, incorporando la preparación en sus marcos de servicio al cliente a través de la tecnología. Innovaciones como la Inteligencia Artificial (IA) tienen el poder de transformar la continuidad del negocio, creando puertas de entrada digitales que responden de manera flexible a la mayor demanda y complejidad de las consultas de los clientes, sea cual sea la crisis.

Es posible que nunca sepamos qué fue primero, la gallina o el huevo, sin embargo, no hay excusa para un mal servicio al cliente dadas las opciones presentadas por AI.

COVID-19

CORONAVIRUS



MINISTERIO DE DEFENSA LANZA LÍNEA DE AYUDA PARA CENTROS DE APOYO SOCIAL Y ONG

El ministro de Defensa de Polonia anunció el lanzamiento de una línea de ayuda de 24 horas para centros de ayuda social y ONG que necesitan apoyo de las fuerzas armadas durante la pandemia de coronavirus.

"A partir de hoy, estamos lanzando una línea de ayuda 24/7 para centros de ayuda social y ONG", anunció Mariusz Blaszczak en Twitter el jueves. "Al llamar al 800 100 115, las personas y las instituciones podrán notificar a las Fuerzas Armadas sobre el tipo de apoyo que necesitan. Las solicitudes de asistencia pueden presentarse las 24 horas del día con la ayuda de la 'plataforma de apoyo WOT'".

La línea de ayuda está atendida por soldados de la Fuerza de Defensa Territorial (WOT). El portavoz de WOT, coronel Marek Pietrzak, dijo que la línea de ayuda fue pensada como una herramienta de asistencia, para ser utilizada en casos en los que no era posible solicitar ayuda a través de otros canales, incluso a través de la aplicación de Internet

'plataforma de soporte de WOT' o mediante formas tradicionales de comunicación.

Pietrzak dijo que las solicitudes presentadas hasta el momento se referían principalmente al transporte y distribución de alimentos para los más necesitados, la entrega de materiales de protección y desinfectantes, la compra y entrega de medicamentos, el apoyo de personal para ayuda social y centros médicos y la construcción de campo de emergencia. habitaciones.

La línea de ayuda es la última actividad realizada por el WOT para ayudar a detener la propagación del virus SARS-CoV-2. En el marco de la operación "Resistencia permanente", las tropas de la WOT han estado apoyando al personal médico, los servicios sanitarios y los gobiernos locales. Realizan pruebas con hisopos, ayudan a los enfermos en las unidades de aislamiento, ayudan en los hogares de asistencia social y ayudan a la policía a controlar el cumplimiento de las restricciones de las personas en cuarentena.





Soluciones informáticas a tu alcance



+34 919 158 215 · +34 744 638 917 · info@sinux.es

 www.sinux.es

EL CENTRO DE CONTACTO PARA CONTRARRESTAR EL COVID-19 COMENZÓ A TRABAJAR EN UCRANIA

Un centro de llamadas para contrarrestar el coronavirus comenzó a funcionar en Ucrania. Maksym Stepanov, el ministro de Salud, informó que en una sesión informativa.

"El 2 de noviembre, el centro de contacto de Ucrania del Ministerio de Salud para contrarrestar la enfermedad del coronavirus comenzó a funcionar.

A partir de ahora, todos los ciudadanos de Ucrania que tengan preguntas sobre Covid-19 pueden llamar y obtener la información correspondiente, independientemente de la región en la que ella se queda. El número de teléfono gratuito es 0 800 60 20 19", dijo el funcionario.

Todas las apelaciones se registrarán en el sistema CRM, que lo redirige automáticamente para que las autoridades locales las consideren. Un operador tendrá que volver a llamar al reclamante.

Como informamos, el número de casos de Covid-19 registrados oficialmente en Ucrania es ahora de más de 400.000. En realidad, ahora es 402,194. Esto se menciona en el mensaje del canal de Telegram Coronavirus-info.

Relacionado: Familia del embajador de Ucrania en Turquía sobre el autoaislamiento debido al Covid-19

El número de nuevos casos durante el día compuso 6.754; 69 de estas personas fallecieron y 2.327 se recuperaron durante ese período.

Mientras tanto, el número de personas infectadas por coronavirus en el mundo superó los 46 millones. Se han registrado 46,095,032 infectados con Covid-19 en el mundo, de los cuales 1,196,690 personas murieron a causa de la enfermedad. 33.356.500 pacientes ya han superado esta enfermedad.

MÁS NIÑAS QUE NIÑOS LLAMARON A LA LÍNEA DE AYUDA PARA NIÑOS EN ENERO-SEPTIEMBRE

De enero a septiembre de este año, la línea de ayuda nacional, Childline 1098, para niños en peligro ha intervenido en más de 74,400 casos de abuso y violencia y el 42% (31,438) de estos niños estaban en el Grupo de edad de 11 a 15 años. Otro 24% (17, 926) de las denuncias estaban relacionadas con niños de 10 años o menos. La clasificación de "protección contra el abuso" (PFA) incluye casos de matrimonio infantil, abuso físico y sexual, trabajo infantil y trata, entre otros delitos. Los datos de la PFA también muestran que de todos los niños que buscaron ayuda, el 57% eran niñas y los niños representaron el 43% de los casos. El año pasado, durante el mismo período, los 92.044 casos de PFA involucraron al 51% de niñas y al 49% de niños. Claramente, más niñas en comparación con niños han solicitado ayuda este año en la línea de ayuda Childline 1098. Después de los niños de 11 a 15 años, es el grupo de 16 a 18 años el que representó 24.687 (33%) de los casos en la categoría PFA en los que intervino la línea de ayuda hasta septiembre.

Hasta septiembre, Childline recibió 43,92,772 llamadas y 2,90,766 requirieron intervenciones. Si bien el 60% de estos correspondían a intervenciones relacionadas con Covid, 74,411 casos se relacionan con PFA.

En comparación, ha habido una disminución del 19% en las intervenciones de PFA durante el mismo período del año pasado cuando Childline intervino en 92,044 casos.

Los funcionarios de Childline advierten que esta disminución en las intervenciones de PFA debe estudiarse en el contexto de la pandemia marcada por bloqueos y restricciones de movimiento. Los funcionarios señalan que las cifras de casos de la PFA de este año son significativas, ya que a pesar de las restricciones, muchos casos han salido a la luz. Si bien, por un lado, las restricciones de movimiento proporcionaron un refugio temporal a los niños vulnerables contra delitos como el abuso sexual y la trata, por otro lado, el confinamiento puede significar la falta de oportunidades para denunciar el abuso en presencia de miembros de la familia.



LAS EMPRESAS QUE PERMANECEN CERCA DE LOS CLIENTES SUPERARÁN EL BLOQUEO



Las empresas del Reino Unido que se mantienen cerca de los clientes podrán superar el bloqueo 2.0, según Gemma Harding de CallCare

Como parte de su función al frente de los centros de contacto, Harding cree que "Ahora es el momento de prepararse y planificar. Hemos visto un aumento del 500% en las consultas [desde el anuncio del fin de semana] de empresas que buscan flexibilidad en la gestión de las consultas y el contacto con los clientes. Estas empresas están implementando planes para gestionar las fluctuaciones de ventas y cambiar los volúmenes de llamadas durante el segundo bloqueo y más allá".

Harding añade: "Las empresas del Reino Unido están mucho mejor preparadas que la última vez. Sabemos cómo manejarlo y sabemos qué pasos debemos tomar para superarlo y, en muchos casos, salir más fuertes. Como empresas, estamos mejor protegidos y apoyados que antes. Esta vez no vamos a tener que educar en casa para que el trabajo pueda continuar como de costumbre, y el acceso al apoyo financiero del gobierno, como la extensión del programa de licencias, ayudará a las empresas con los costos de personal".



Gemma cree que algunos sectores verán un impacto mínimo en el comercio durante este bloqueo, incluidos los que operan en sectores como el comercio electrónico, la atención médica, la gestión de instalaciones y los servicios profesionales. "Si bien el bloqueo tendrá graves consecuencias en algunos sectores, otros se mantienen a flote. Nuestros clientes de comercio electrónico no están compitiendo con el comercio minorista, por lo que verán un fuerte crecimiento continuo, e incluso aquellos que operan en sectores como la belleza y la moda o las mejoras para el hogar están experimentando un crecimiento a medida que la gente pasa más tiempo en sus hogares", concluye Harding.



Como resultado de las empresas que buscan opciones más flexibles para gestionar las consultas de los clientes entrantes y los gastos generales del centro de contacto, CallCare ha duplicado sus ingresos reservados de 14 millones de libras esterlinas a 30 millones de libras esterlinas y ha creado 100 puestos de trabajo con otros 300 previstos para agosto de 2021.

LA LÍNEA DE AYUDA DEL MOHR AYUDA A 108,065 PERSONAS EN NUEVE MESES

La línea de ayuda del Ministerio de Derechos Humanos (1099) para asesoramiento legal sobre violaciones de derechos humanos brindó sus servicios a 108,065 personas desde enero de 2020 hasta septiembre de 2020.

Según los detalles, se brindaron servicios legales a 3.464 personas, asesoría legal y derivaciones instantáneas al departamento correspondiente a través de llamadas a 1108 personas, asesoría legal y derivación a través de llamadas al 2215 y asesoría legal y derivaciones a través de cartas a 34 personas y se brindó asesoría legal a 107 personas visitantes a través de aplicaciones, fax y correos electrónicos.

Los funcionarios de la línea de ayuda hicieron 8360 llamadas de seguimiento, mientras que 13178 víctimas de violencia recibieron llamadas de respaldo durante este período de tiempo, dijo un funcionario del MoHR a APP.

Los funcionarios dijeron que los objetivos de la línea de ayuda para el asesoramiento legal sobre violaciones de derechos humanos estaban en línea con los programas del sector social del gobierno mencionados en el plan anual, la estrategia de crecimiento de Pakistán, la visión 2025 y la visión 2030.

Estos programas estaban enfocados a formular políticas y programas sociales y económicos para

garantizar la protección social a los segmentos débiles y vulnerables de la sociedad.

Durante el COVID-19, agregó, el Ministerio estaba al tanto del potencial aumento de la violencia doméstica y debido a los cierres, era más difícil para las víctimas hablar con los funcionarios de la línea de ayuda.

Por lo tanto, agregó, el Ministerio de Derechos Humanos ha decidido actualizar su sistema de registro de quejas en colaboración con ONU Mujeres, y ha transformado la Línea de Ayuda y la ha actualizado para poder recibir quejas a través de SMS y una aplicación móvil.

La Línea de Ayuda también tenía como objetivo facilitar y vincular los servicios de apoyo pertinentes a las víctimas de violaciones de derechos humanos y sus familias, dijo.

Los objetivos específicos del proyecto son establecer un mecanismo de reparación de reclamos a través de servicios de referencia a las víctimas de violaciones de derechos humanos y mantener una base de datos sobre violaciones de derechos humanos a nivel nacional, agregó.

#contactcenterworld, @mohrpakistan

Publicado por Veronica Silva Cusi, corresponsal de noticias. Fuente: <https://nation.com.pk>



inspiro

ELIGE WORKGENDA PARA IMPULSAR EL CENTRO DE CONTACTO WFM

El centro de contacto actual está cambiando rápidamente como una pandemia global, y el trabajo remoto ha cambiado la forma en que los agentes y gerentes completan las tareas e incluso dónde realizan su trabajo diario.

A medida que los equipos alternan entre trabajar en la oficina y conectarse virtualmente desde casa, necesitan herramientas y soporte para continuar brindando una atención óptima, donde sea que estén conectados.

Para mejorar la gestión y optimizar las operaciones de su centro de contacto, el especialista en subcontratación Inspiro ha anunciado una asociación con WorkGenda.

WorkGenda es una solución SaaS (News - Alert) de próxima generación de optimización de la gestión de la fuerza laboral que hace posible que empresas como Inspiro automaticen sus procesos de gestión de la fuerza laboral. La empresa utiliza inteligencia artificial y algoritmos avanzados para optimizar los procesos de WFM y crear mejoras generales en las operaciones.

“Con un número creciente de agentes que trabajan desde casa, WorkGenda ayuda a nuestros empleados a lograr un equilibrio entre el trabajo y las necesidades del hogar”, dijo Rommel Regino, director global de operaciones y ventas de Inspiro.

Con WorkGenda, los agentes y los gerentes del centro de llamadas obtienen soporte para todos los pasos del proceso WFM, desde la gestión de la capacidad hasta la programación automatizada, las herramientas de gestión intradía y la previsión.

Estas herramientas son especialmente oportunas como COVID-19 y el trabajo desde casa requiere una forma para que las empresas monitoreen el trabajo de los agentes durante todo el día y los gerentes se comuniquen con ellos en tiempo real sin ser intrusivos.

Regino señaló las tres razones por las que eligen WorkGenda. “Hay tres consideraciones principales sobre por qué elegimos WorkGenda.

Los dos primeros, la eficiencia en la planificación de la capacidad y la mejora del rendimiento operativo, nos permiten ayudar a nuestros clientes a brindar una experiencia excepcional a sus clientes. La tercera consideración es la más importante para nuestra organización: la satisfacción de los empleados”.

Inspiro también anunció recientemente una asociación con PeopleStrong en un movimiento para mejorar las experiencias de los empleados. La compañía ayudará a Inspiro en su viaje de transformación digital de RR.HH. mediante la creación de una cultura más escalable, centrada en las personas e impulsada por el análisis.



WorkGenda
Realtime Workforce Management

¿ESTÁ LISTO SU CONTACT CENTER?

BLACK FRIDAY

¿Está listo su centro de contacto para el Black Friday? ¡Las grandes ofertas conllevan el potencial de una enorme cantidad de caos!

Los minoristas, la logística y los servicios de entrega de todo el mundo se están preparando para la perspectiva de una agitada temporada navideña. Para muchos, esta temporada arrancará el 27 de noviembre con Black Friday, pero para otros ya ha comenzado. Se espera que el Black Friday sea más grande que nunca este año, y la demanda en línea se disparará gracias al último bloqueo del Reino Unido. Se prevé que los británicos gasten una suma sin precedentes de £ 6 mil millones en sus compras combinadas del Black Friday y Cyber Monday. Pero no se detendrá ahí. Con las medidas de distanciamiento social que probablemente estarán vigentes hasta Navidad, esta demanda sin precedentes puede extenderse hasta el Año Nuevo. COVID-19 ha cambiado los comportamientos de compra, y muchos ahora prefieren comprar sus artículos en línea en lugar de ir a las tiendas y regresar. para el comercio normal aún podría estar lejos. Entonces, **¿Cómo puede preparar su centro de contacto?**

En Black Friday, los clientes experimentan más urgencia. Quieren conseguir las mejores ofertas posibles y necesitan que todo funcione a la perfección. Esto ejerce una presión extraordinaria sobre los centros de contacto para mantenerse al día con las demandas de los clientes y responder rápidamente si las cosas salen mal. Las investigaciones muestran que los clientes leales gastan más en productos y servicios en comparación con los nuevos clientes. Entonces, para impresionar a sus clientes y asegurarse de que reciban el soporte adecuado, comience a preparar su centro de contacto ahora.

¿Están tus canales preparados y listos? Ha habido un cambio significativo en los últimos meses en los canales de comunicación preferidos de los clientes, con SMS y Web Chat aumentando en promedio un 37 por ciento y los clientes informando una disminución en Voice. Pronosticamos cifras similares este noviembre.

Entonces, ¿vale la pena una estrategia omnicanal? **Sí.** Tener un canal sólido ya no es viable: todos sus

canales deben reflejar el mismo nivel de eficiencia. Los clientes ya no quieren usar múltiples canales, sino elegir el canal que les funcione y que les brinde la misma experiencia excepcional. Si quieren usar las redes sociales en lugar de esperar una llamada telefónica, deberían poder hacerlo sin problemas ni problemas. Tener una solución de centro de contacto bien diseñada y basada en la nube que permite a sus agentes manejar todos los canales de comunicación con el cliente en una plataforma unificada lo hace fácil. Reduce el esfuerzo del agente, aumenta la calidad del servicio y garantiza la precisión para el cliente al mismo tiempo que permite una mayor personalización. interacciones y tiempos de respuesta rápidos. Las soluciones omnicanal le permiten satisfacer todas las preferencias únicas de sus clientes y asegurarse de que pueda comunicarse con usted en todo momento.

Las soluciones de venta de entradas también pueden ayudar a poner orden en las complejas comunicaciones con los clientes durante los períodos de mayor actividad. La emisión de tickets por correo electrónico agiliza las comunicaciones entre los clientes y los agentes del centro de contacto al permitir que los correos electrónicos y los mensajes SMS sean priorizados, rastreados, etiquetados y asignados. Utilizando palabras clave relevantes, los supervisores del centro de contacto pueden configurar filtros que etiqueten las conversaciones y las dirijan instantáneamente al agente más apropiado. o equipo.

A close-up photograph showing a human hand on the left and a white robotic hand on the right, with their index fingers pointing towards each other. A bright, glowing light emanates from the point where the fingers are nearly touching, set against a dark, starry background.

CONCENTRIX PRESENTA UNA NUEVA PLATAFORMA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Concentrix tiene una larga trayectoria en servicios empresariales. Fundada en su forma actual en 1991, la compañía tiene sus raíces en 1973 en sus soluciones y servicios comerciales de administración de seguros, que fueron adquiridos en 2013 por Concentrix de IBM (News - Alert). Desde entonces, se han realizado múltiples adquisiciones y la compañía tiene fuertes conexiones con centros de llamadas: la empresa matriz de Concentrix, SYNEX Corporation, adquirió el gigante de teleservicios Convergys (News - Alert) en 2018.

Para promover la industria de los centros de llamadas, Concentrix ha anunciado un nuevo producto, su Concentrix Experience Platform (XP), una plataforma para la gestión de la experiencia del cliente de próxima generación. El objetivo de la plataforma, según la compañía, es empoderar digitalmente a clientes y agentes por igual, particularmente en una era de aumento del teletrabajo. Concentrix XP proporciona tecnologías avanzadas

tecnologías avanzadas basadas en inteligencia artificial (IA) y en la nube para centros de contacto y autoservicio "digital primero". Las capacidades clave incluyen la orquestación de viajes omnicanal, mensajería empresarial, bots basados en IA, asistentes virtuales y capacidades de centro de contacto en la nube impulsadas por Amazon Connect. Amazon Connect es un centro de contacto en la nube omnicanal fácil de usar diseñado para ayudar a las empresas a brindar un mejor servicio al cliente a un costo menor.

"La plataforma Concentrix XP representa el futuro del autoservicio digital ágil que brinda a las organizaciones la flexibilidad para satisfacer las necesidades de los consumidores que esperan interacciones de autoservicio enriquecidas en contexto", dijo Kathy Juve, EVP Customer Experience Technology and Insights con Concentrix en un comunicado. "Continuaremos invirtiendo en desarrollar y colaborar con las mejores tecnologías del mercado para permitir que nuestros clientes pasen de sistemas heredados a soluciones ágiles basadas en la nube".

La nueva plataforma se integra con sistemas populares de gestión de relaciones con el cliente (CRM) y gestión de la fuerza laboral (WFM), así como con la propia voz del cliente (VoC) de Concentrix, análisis y soluciones de espacio de trabajo biométrico SecureCX. La solución es personalizable, por lo que las organizaciones pueden pagar solo por la funcionalidad y las características que necesitan, y está disponible globalmente como un servicio administrado con opciones de precios de pago por uso.

ZAPPIX Y FONATIVE SE UNEN PARA OFRECER TECNOLOGÍA SEGURA DE AUTOSERVICIO DE PRÓXIMA GENERACIÓN A LOS CENTROS DE CONTACTO

Zappix, el proveedor líder de servicios al cliente de autoservicio y IVR visual, y Fonative, la empresa de comunicaciones compatible, se han unido para proporcionar más servicios nuevos que los centros de contacto necesitan en la actualidad. A medida que los centros de contacto enfrentan los desafíos de COVID-19, así como los requisitos de seguridad cada vez mayores de la legislación y las regulaciones, las capacidades de Zappix y Fonative se han convertido rápidamente en una prioridad para las empresas modernas.

"Vemos que Zappix agrega un componente complementario y emocionante a nuestra plataforma CPaaS enfocada en el centro de contacto", dijo Steve Smith, CEO de Fonative. "Al permitir que nuestros clientes desvíen llamadas y mensajes de texto a un compromiso digital simple pero rico, nuestros clientes pueden aumentar las tasas de contención de autoservicio y permitir que los agentes se concentren en situaciones con más complejidad que requieren un toque humano. Zappix tiene la capacidad líder en la industria en esta área, y estamos contentos de trabajar con ellos".

Los servicios de comunicación y regulatorios compatibles de Fonative han demostrado ser soluciones confiables y confiables para los operadores de centros de contacto que buscan una confianza total en su pila de tecnología. Al implementar soluciones de Fonative, así como soluciones de automatización de servicio al cliente como Visual IVR de Zappix y otras soluciones Intelligent Virtual Assistant (IVA), los centros de llamadas podrán prepararse para los desafíos de hoy y del futuro cercano.

"El innovador conjunto de productos Zappix permite que los centros de llamadas y los líderes empresariales aumenten las tasas de contención, reduzcan el tiempo promedio de manejo y alivien la presión durante los picos de volumen de llamadas, todo mientras mejoran la experiencia del cliente", dijo Yossi Abraham, presidente de Zappix. "A través de nuestra relación con Fonative, estamos construyendo una solución sólida y segura para los centros de llamadas de próxima generación".

La plataforma CPaaS de nivel de operador de Fonative es compatible con los principales centros de llamadas de América del Norte que se centran en actividades financieras y relacionadas con la atención médica. Las empresas de hoy han recurrido a Fonative para cumplir y mantener los estrictos y siempre cambiantes requisitos de cumplimiento legal y de la industria que rodean el nexo de las comunicaciones y la privacidad de los datos. Las soluciones de servicio al cliente Zappix Mobile On-Demand ayudan a las empresas que buscan hacer la transición a la transformación digital y también a los sistemas seguros.

A medida que los centros de contacto continúan adaptándose al impacto de COVID-19 y más allá, el cambio de las consultas sensibles de los clientes de un agente en vivo a sistemas automatizados como las herramientas Zappix IVA allana el camino para el cumplimiento, así como para una mayor satisfacción del cliente. Juntas, las herramientas de autoservicio de Zappix Visual IVR y las mejores comunicaciones de Fonative, compatibles con HIPAA y PCI, brindan la base sólida sobre la que las empresas deben construir para tener éxito tanto hoy como en el futuro.

SOBRE ZAPPIX

Zappix ofrece soluciones móviles de servicio al cliente a pedido: IVR visual, aplicaciones a pedido, compromiso de salida y automatización de procesos robóticos (RPA). Las soluciones basadas en la nube mejoran el recorrido del cliente durante las interacciones del centro de contacto. La plataforma permite la automatización del flujo de trabajo, implementaciones rápidas, integración perfecta con sistemas de back-end (CRM, ERP, etc.) e IVR, y proporciona una suite de análisis integral.

El Asistente virtual inteligente visual (IVA) de Zappix proporciona beneficios y ROI significativos: reduce los costos al aumentar las tasas de contención para los centros de contacto, mejora la experiencia del cliente y Net Promoter Score (NPS), crea nuevas oportunidades de ingresos mediante el uso de banners promocionales específicos y la automatización de la generación de ingresos. casos de uso.

TERMINIX ANALIZA LAS POSIBILIDADES DE TRABAJO REMOTO; LOS CENTROS DE LLAMADAS AHORA TRABAJAN PERMANENTEMENTE A DISTANCIA.

Si bien la pandemia de COVID-19 ha estado plagada de desafíos para muchas empresas, también ha traído una variedad de lecciones, una de las cuales es que muchos empleados pueden trabajar de manera eficiente de forma remota.

Desde hace meses, las empresas han debatido cuándo (y si) enviarán personal de regreso a la oficina. El 24 de agosto, MBJ informó que Frontdoor, el proveedor de servicios para el hogar con sede en Memphis, había "realizado una transición completa" de su centro de contacto a un entorno remoto.

Y en una llamada de ganancias del 23 de octubre, el presidente y director ejecutivo de First Horizon, Bryan Jordan, dijo que es probable que sus empleados terminen trabajando en una situación híbrida.

Terminix también ha analizado las posibilidades del trabajo remoto en el futuro. En su último informe trimestral, presentado ante la Comisión de Bolsa y Valores de EE. UU. (SEC), la compañía hizo un comentario intrigante:

Hemos implementado tecnología para facilitar el trabajo remoto, con la mayoría de los empleados de back-office y todos los del centro de llamadas trabajando de forma remota y el personal de soporte de campo trabajando de forma remota cuando sea posible. Planeamos aprovechar estas nuevas capacidades de trabajo remoto para reducir los costos operativos continuos una vez que salgamos de este evento".

Entonces, ¿qué significa esto exactamente? MBJ se acercó a la compañía para averiguarlo, y aunque David Dart, su director de recursos

humanos, confirmó que a la mayoría de los empleados corporativos se les ha pedido que trabajen de forma remota hasta 2020, y probablemente hasta la primavera, no ha finalizado una pospandémica. plan.

"En este momento, quién regresa a la oficina corporativa y cuándo todavía se está trabajando", dijo Dart. "Estamos esperando ver el alcance total de la pandemia, pero queremos estar preparados, por lo que definitivamente estamos pensando en espacios de colaboración seguros y opciones de alojamiento".

Sin embargo, señaló que los centros de llamadas de Terminix, ubicados en Dallas, Tampa y Phoenix, se han cambiado permanentemente a un entorno de trabajo remoto.

"Nuestros compañeros de equipo basados en nuestros Centros de Éxito del Cliente se han trasladado a un modelo virtual permanente", dijo. "En los primeros días críticos de pedidos para quedarse en casa en todo el país, tuvimos la oportunidad de ver la respuesta del equipo y demostró que teníamos la flexibilidad y el apoyo positivo para convertirlo en un cambio permanente".

MBJ informó recientemente que Terminix está intentando subarrendar parte de su espacio HQ, y que NAI Saig Co. está promocionando activamente 15,700 pies cuadrados para subarrendar.

Según el portavoz James Robinson, la empresa se dio cuenta de que algunos de sus empleados se pueden consolidar en otros pisos del edificio 150 Peabody Place. El edificio de más de 300,000 pies cuadrados alberga las marcas Terminix, Frontdoor y ServiceMaster.

TERMINIX®



SU LLAMADA ES IMPORTANTE PARA NOSOTROS...

EXPLORANDO CÓMO ELIMINAR LA NECESIDAD DE QUE LOS CLIENTES ESPEREN EN ESPERA, AL ESTILO UBER

Cuando vi el subtítulo en la publicación No Jitter de esta semana del analista de TalkingPointz Dave Michels sobre el futuro de los centros de contacto, pensé que Dave estaba siendo característicamente provocativo. Él predice: "Pronto, [los centros de contacto] perderán tres cosas importantes: espera, horas de funcionamiento y la PSTN". Observé especialmente el primer punto: cada gerente de un centro de contacto le diría que su objetivo final es que ningún cliente tenga que esperar en espera; pero la mayoría probablemente sería lo suficientemente realista como para admitir que minimizar los tiempos de espera y administrar su nivel de molestia es lo mejor que puede hacer en el mundo real.

En el artículo en sí, Dave insiste en que es práctico imaginar el final de la suspensión, sugiriendo técnicas como la combinación algorítmica de recursos con la demanda, como fue pionera en Uber.

"Podemos hacer que el suministro de agentes sea elástico de una manera rentable", escribe. Dave también sugiere que la fuerza laboral de los agentes que siguen el sol y el crecimiento continuo del autoservicio pueden ayudar a eliminar la necesidad de poner a los clientes en espera.

"Uber, pero para los agentes del centro de contacto" podría ser factible para las asignaciones más bajas: el modelo Uber funcionó para los servicios de transporte porque conducir un automóvil es posiblemente la "habilidad" más común que poseen los estadounidenses adultos. Pero soy escéptico de que los agentes independientes, que presumiblemente trabajan para varias empresas a lo largo del día, sean adecuados para asignaciones más sofisticadas.

Entonces, en última instancia, creo que la sugerencia de Dave de expandir las horas del centro de contacto, mejorar la eficiencia del autoservicio y mejorar la programación de los agentes no alcanza el objetivo de eliminar la retención por completo. Pero aquí hay una propuesta interesante que podría eliminar la retención: ¿qué pasaría si otra persona hiciera los contactos de sus clientes por ellos?

Eso es lo que Gartner sugirió en un simposio reciente en el que la firma de investigación presentó sus principales predicciones para las tendencias tecnológicas futuras. Un artículo en TechRepublic informa la proyección de Gartner de que, "Para 2025, los clientes pagarán a un experto en servicio al cliente independiente para resolver el 75% de sus problemas de servicio al cliente".

"Optar por salir de los canales oficiales de la compañía será más efectivo y creará una mejor experiencia para el cliente, por lo que los clientes optarán por profesionales independientes de servicio al cliente con conocimiento experto de la tecnología para la que buscan asistencia", escribe TechRepublic.

A primera vista, esto parece casi decadente: pagarle a alguien para que llame a un centro de contacto por usted. Pero sospecho que el modelo de negocio real sería diferente de lo que postula la pieza de TechRepublic, y que este es un lugar donde funcionaría el modelo de Uber.

Presumiblemente, la empresa "Uber para servicio al cliente" utilizaría algoritmos de viaje compartido para desplegar a sus expertos independientes por tema y disponibilidad.

Sin embargo, en lugar de que el cliente salga y contrate al experto, probablemente tendría más sentido si el centro de contacto contratara a la empresa de servicio al cliente de terceros y luego ofreciera esos servicios como un nivel "platino" pagado. Eso evitaría que el cliente tenga que buscar y establecer una relación con la empresa de servicio al cliente, y luego tener que buscar la categoría correcta de experto para cada llamada del centro de contacto cuando lo desee. En su lugar, llamarían directamente al número del centro de contacto y se les enviaría a la agencia de terceros para que su experto participara en la tarea de servicio.

Por supuesto, si llamó a la agencia de servicio al cliente durante un tiempo ocupado, es posible que no se comunique con un experto de inmediato. Puede que tenga que esperar en espera.

SAP FIELDGLASS SOLUTIONS SE POSICIONA COMO LÍDER DEL MERCADO EN ARDENT PARTNERS INFORME DEL ASESOR TECNOLÓGICO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE PROVEEDORES 2020

SAP Fieldglass Solutions se posiciona como líder del mercado en Ardent Partners Informe del asesor tecnológico del sistema de gestión de proveedores 2020. SAP anunció que la firma de investigación y asesoría Ardent Partners ha posicionado a las soluciones SAP Fieldglass como un "Líder de mercado" en el informe de Asesor de tecnología del Sistema de gestión de proveedores (VMS) 2020.

CAMPO DE VIDRIO

Ardent Partners evaluó a los principales proveedores de soluciones VMS del mercado en dos categorías: Fortaleza de la solución y Fortaleza del proveedor, para ayudar a los líderes de recursos humanos y adquisiciones a navegar por el panorama de proveedores de VMS y maximizar el retorno de la inversión.

Las plataformas VMS son soluciones automatizadas que ofrecen una gestión integral de las facetas centrales y críticas de la gestión de la fuerza laboral contingente. Ardent Partners recomienda las soluciones SAP Fieldglass para una gran consideración entre las pequeñas y

medianas empresas y las grandes empresas en busca de una plataforma VMS potente, global y de extremo a extremo.

"La cartera de SAP Fieldglass ha sido durante mucho tiempo un jugador dominante en el mercado de tecnología de fuerza laboral contingente y tiene un historial de éxito de décadas basado en su presencia global, vastos recursos de desarrollo de productos y compromiso con soluciones basadas en la innovación", dijo Christopher J Dwyer, vicepresidente de investigación de Ardent Partners.

Las soluciones de SAP Fieldglass fueron reconocidas por brindar una de las experiencias de usuario generales más sólidas de la industria de VMS con una gestión de extremo a extremo de la actividad de la fuerza laboral contingente básica y avanzada. El informe también destacó las sólidas capacidades de gestión de candidatos, impulsadas por datos e inteligencia extraídos de la funcionalidad impulsada por el aprendizaje automático y la inteligencia predictiva en tiempo real para su declaración de trabajo y funcionalidad de adquisición de

servicios. El portal de análisis del visualizador de la plataforma, que proporciona un análisis gráfico e interactivo único de los datos de los trabajadores, se destaca como uno de los más sólidos del mercado por su capacidad para detectar tendencias de manera proactiva, mientras que las ventanas emergentes de orientación de tasas de mercado se destacan como innovadoras en ayudando a orientar las decisiones de compra.

"Estamos comprometidos con la innovación y nos esforzamos por brindar una solución VMS líder en la industria que permita a los clientes de todos los tamaños obtener el máximo retorno de la inversión, sin comprometer la experiencia del usuario", dijo el gerente general de SAP Fieldglass, Arun Srinivasan. "Ahora más que nunca, las organizaciones confían en nuestras capacidades para automatizar y optimizar la gestión de la fuerza laboral contingente y la adquisición de servicios, ayudándoles a aumentar la eficiencia mientras los guían activamente a través de decisiones de compra con datos predictivos y en tiempo real".

SAP Fieldglass



SALESFORCE Y BLOOMBERG MEDIA LANZAN UN NUEVO ÍNDICE CENTRADO EN EL CLIENTE

Salesforce y Bloomberg Media lanzaron por primera vez un nuevo índice centrado en el cliente, una lista basada en datos que descubre las principales empresas y líderes que están dando forma a sus negocios para priorizar primero las necesidades de sus clientes. Esta lista destaca las empresas que están centrando sus esfuerzos en lo que más necesitan los clientes y cómo se están adaptando para ayudar a los clientes durante la pandemia de COVID-19.

Aprovechando el sistema de salud de marca patentado de Bloomberg Media, este índice ayuda a definir formalmente el enfoque en el cliente, identifica cuantitativamente los impulsores principales de las marcas centradas en el cliente y compila la información y los datos de más de 1500 ejecutivos de alto nivel para clasificar a los 100 principales líderes en atención al cliente.

Estas empresas se identifican en seis factores de éxito y cinco industrias (comunicaciones, servicios financieros, salud, fabricación y venta minorista), incluidas marcas y clientes de Salesforce como Humana, Starbucks, Audi, AT&T y más.

"Dada la herencia de Bloomberg Media en datos y el valor arraigado de Salesforce de estar centrado en el cliente, pudimos abordar este tema del que tanto se hablaba de una manera completamente nueva, al diseñar una metodología única en su tipo para evaluar el desempeño. Al hacerlo, hemos incorporado un significado nuevo y tangible en lo que realmente se necesita para estar centrado en el cliente", dijo Anne Kawalerski, directora de marketing global de Bloomberg Media.

FACTORES DE ÉXITO CENTRADOS EN EL CLIENTE

El término "Customer Centricity" es uno que se ha utilizado de manera flexible durante años para definir marcas, pero en realidad estar enfocado y responder a los clientes hoy es más importante para las empresas ahora que nunca. Las marcas

centradas en el cliente son aquellas que priorizan a sus clientes en función de seis factores clave de éxito que destacan la excelencia en la atención al cliente, que incluyen:

- **Anticiparse a las necesidades de los clientes**
- **Brindar un servicio al cliente excepcional**
- **Preocuparse por los clientes**
- **Ofreciendo productos y servicios relevantes**
- **Ser fácil hacer negocios con**
- **Ser honesto con el público**

Recientemente, Salesforce publicó la cuarta edición de su Informe anual sobre el estado de los clientes conectados, un estudio anual sobre cómo las expectativas y los comportamientos de los clientes están cambiando a medida que evolucionan las empresas, la tecnología y la sociedad en general. Según estos hallazgos, el 80% de los clientes dice que la experiencia que brinda una empresa es tan importante como sus productos o servicios, mientras que el 76% de los clientes espera interacciones consistentes entre departamentos. Las marcas que brindan experiencias unificadas que priorizan las necesidades individuales de los clientes son esenciales para fomentar una experiencia superior y centrarse en el cliente.

METODOLOGÍA DEL ÍNDICE BLOOMBERG MEDIA CENTRICITY

El índice centrado en el cliente fue creado por Bloomberg Media en colaboración con Salesforce y se basó en un análisis de factores realizado con datos obtenidos de una encuesta realizada por Bloomberg Brand Health System. Los resultados de la encuesta se basan en las percepciones de marca autoinformadas de una muestra de ejecutivos de C-Suite de origen externo en los Estados Unidos. El Índice de Centricidad del Cliente y la puntuación de Centricidad del Cliente no son un respaldo de Salesforce o Bloomberg Media de ninguna marca o empresa en el ranking y no constituyen contenido editorial independiente de Bloomberg Media o Bloomberg L.



Bloomberg Media

RAPIDEZ, CREATIVIDAD Y EMPATÍA, LAS CLAVES PARA RESPONDER EN TIEMPOS DE CRISIS

La pandemia y los desafíos que las marcas tuvieron que afrontar para responder a los clientes fue uno de los ejes del panel que convocó a Nora Mosso, gerente de Marketing del Grupo Sancor Salud; Carolina Belzunce, gerente de Marketing de Itaú Argentina, y Cecilia Cuff, directora de Marketing y operaciones de Microsoft Argentina.

Como empresas ligadas a las tareas esenciales debieron resolver no sólo las dificultades internas que la crisis sanitaria provocó, sino también solucionar rápidamente las requisitorias de sus clientes.

Cuff contó que como tecnológica que impulsa desde hace años el trabajo remoto, Microsoft estaba preparada para afrontar el frente interno, pero el verdadero desafío lo encontraron desde el lado de los clientes: en un primer momento debieron responder rápidamente a las demandas, tanto de empresas chicas como grandes, de la puesta en marcha de nuevos sistemas o para acelerar los procesos que ya tenían en marcha. Pero, señaló, con la idea de “apoyar a las empresas para que la tecnología los acompañe como un habilitador de la transformación digital acelerada y que puedan repensar la actividad en la etapa pospandemia”.

Como entidad bancaria, Itaú debió también adaptarse rápidamente a las demandas inmediatas de los clientes. Belzunce explicó que en un

primer momento debieron atender a necesidades muy puntuales de gente que no contaba con las herramientas para operar online o en los cajeros automáticos y afirmó que toda la industria debió hacer en unos pocos meses lo que tenían pensado hacer en varios años.

“Tuvimos muchas fricciones, con los contact centers que no dieron abasto y con reclamos por redes sociales que se multiplicaron por diez”, reconoció, pero resaltó que hasta que pudieron armar la estructura para que funcionara, muchos empleados se dedicaron a “responder mensajes y brindarles soluciones a los clientes a partir de la empatía”.

Otro rubro sensible en pandemia fue el de medicina privada. Mosso afirmó que en Sancor Salud no sólo hicieron que 2000 personas trabajaran desde su casa, sino que debieron atender tanto a las personas con Covid-19 o casos sospechosos, con todo el protocolo y a el resto de los pacientes y personas con necesidades de atención importantísimas. También destacó que “la demanda de atención por canales virtuales creció un 300%”, que los clientes tuvieron a disposición y utilizaron las plataformas de autogestión y que alrededor de 60.000 potenciales clientes se contactaron a través de la vía digital dada la necesidad de contar con nuevas coberturas de salud en este contexto tan especial de pandemia.



PROPHIX SOFTWARE ANUNCIA UN IMPRESIONANTE TERCER TRIMESTRE

FUERTE CRECIMIENTO IMPULSADO POR LA ACELERACIÓN DE LAS MIGRACIONES A LA NUBE Y RESULTADOS INTERNACIONALES EXCEPCIONALES

Los ingresos de la nube aumentan un 118% impulsados por una saludable adquisición neta de nuevos clientes y migraciones a la nube, junto con un impulso significativo en los mercados internacionales. Prophix Software, líder mundial en software de gestión del rendimiento corporativo (CPM), publicó hoy su resumen comercial para el tercer trimestre de 2020, finalizado el 30 de septiembre de 2020. La compañía vio crecer sus ingresos en la nube del tercer trimestre en un 118% durante el mismo período el año pasado. "Estoy realmente satisfecho por lo sólidos que han sido nuestros resultados, particularmente a la luz de COVID", dijo Alok Ajmera, presidente y director ejecutivo de Prophix. "La crisis global ha subrayado lo crítico que es la planificación de escenarios, así como el valor de ser implementado en la nube. Del mismo modo, el mercado busca ahora más que nunca una solución de FP&A de nivel empresarial que pueda ser implementada por equipos de finanzas del mercado medio".

Prophix experimentó un crecimiento particularmente fuerte en sus mercados internacionales con un crecimiento interanual de los ingresos en la nube del 147%. "Estamos viendo una expansión significativa en los negocios provenientes de fuera de América del Norte, donde ahora se encuentran aproximadamente una cuarta parte de nuestros clientes", dijo Ajmera. "Hemos construido una fuerte presencia en varios países de Europa, África, APAC y América del Sur a través de nuestro canal y canales de venta directa y esperamos que esto sea una parte clave de nuestro crecimiento en el futuro".

En septiembre, en la cumbre virtual de clientes de Prophix, la compañía anunció que trasladaría su oferta local a soporte extendido en 2022 y trabajaría con los clientes locales existentes para migrar

sin problemas a la nube. Esta noticia ha sido bien recibida por la base de clientes de Prophix y resultó en un aumento significativo en el número de clientes que se trasladaron a la nube de Prophix. "Agregamos 60 nuevos clientes de la nube en el tercer trimestre", dijo Ajmera. "Esto se suma a la mejora del Net Promoter Score (NPS, una medida de la satisfacción del cliente) de la empresa, que saltó a 81, líder en la industria, en el tercer trimestre".

Lo que es igualmente impresionante es que estos resultados se produjeron en medio de un momento muy desafiante, tanto social como económicamente. Es notable, entonces, que el tercer trimestre no solo vio a Prophix lograr cifras financieras sólidas, sino también una calificación de satisfacción de los empleados del 91%. "Es gratificante sentir que estamos brindando una solución valiosa a nuestros clientes y también creando un excelente lugar para que la gente trabaje", dijo Ajmera.

ACERCA DE PROPHIX

Su negocio está evolucionando. Y la forma en que planifica e informa sobre su negocio también debería evolucionar. Prophix ayuda a las empresas medianas a alcanzar sus objetivos con más éxito con su innovador software Corporate Performance Management (CPM). Con Prophix, los líderes financieros mejoran la rentabilidad y minimizan el riesgo al automatizar la elaboración de presupuestos, la planificación y los informes, y vuelven a centrarse en lo más importante: descubrir oportunidades comerciales e impulsar una ventaja competitiva. Ya sea en la nube o en las instalaciones, Prophix respalda su futuro con una plataforma que se adapta a sus realidades estratégicas, hoy y mañana.



Prophix®

CURSOS ONLINE

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

¿Y SI APROVECHAS
EL TIEMPO
QUE ESTÁS
EN CASA?

- BALANCED SCORECARD:
CUADRO DE MANDO INTEGRAL
- DIRECCIÓN ESTRATÉGICA
- RESPONSABILIDAD SOCIAL



www.formantec.es



hola@formantec.es

formantec

ESTUDIO DE OZONETEL

EL 27% DE LOS CENTROS DE LLAMADAS CAMBIARÁN AL TRABAJO DESDE CASA DE FORMA PERMANENTE

Este estudio es realizado por Ozonetel en 50 organizaciones para descubrir el estado de los agentes del centro de llamadas durante el bloqueo de COVID-19.

HALLAZGOS CLAVE DEL INFORME

Caída en la productividad de los agentes: 53% de las empresas informaron una caída en la productividad de los agentes del centro de llamadas. Algunos de los desafíos que enumeraron fueron problemas de conectividad a Internet, problemas de telecomunicaciones, limitaciones prácticas del trabajo desde casa, como falta de privacidad, espacio, cancelación de ruido, falta de computadoras de escritorio y portátiles.

BARRERAS PARA LA PRODUCTIVIDAD DE LOS AGENTES

El 71% de los agentes de los centros de llamadas mencionaron la conectividad a Internet como las mayores barreras para la productividad de los agentes, seguidas de los problemas de telecomunicaciones en un 42%. El estudio encontró que si bien el 61% de los agentes del centro de llamadas estaban contentos con el trabajo de la estructura inicialmente, gradualmente sus niveles de motivación disminuyeron.

EL TRABAJO DESDE CASA CONTINUARÁ EN LA INDUSTRIA DE LOS CENTROS DE LLAMADAS

A pesar de todos los desafíos, la mayoría de las empresas continúan reconociendo el riesgo que representan los desplazamientos y el trabajo desde la oficina. El 55% de los centros de llamadas permiten que los agentes opten por trabajar desde casa, mientras que el 16% no abre oficinas y mantiene el trabajo desde casa como obligatorio.

ALGUNOS CENTROS DE CONTACTO CAMBIARÁN PERMANENTEMENTE AL TRABAJO DESDE CASA

El 27% de los centros de llamadas ven el trabajo desde casa o el trabajo desde cualquier lugar, como una estrategia viable a largo plazo y planean cambiarse al trabajo desde casa de forma permanente. Lo interesante es que un número igual que

quiere volver al cargo lo antes posible. No ven el trabajo al 100% desde casa como una solución viable a largo plazo.

Crear procesos robustos de trabajo desde casa muchos centros de llamadas han visto el valor de crear un proceso robusto de trabajo desde casa incluso si no cambian al trabajo desde casa de forma permanente, o si todavía están indecisos. El 38% de los centros de llamadas crearán un sólido proceso de trabajo desde casa.

Muchos de los desafíos de productividad que enfrentan los agentes del centro de llamadas pueden resolverse cuando se les proporciona un mejor hardware, como mejores teléfonos, mejores auriculares, computadoras portátiles o de escritorio, números DID directos de telecomunicaciones, reembolso de cargos de Wi-Fi. Cuando las empresas reembolsan Wi-Fi, los agentes pueden optar por mejores planes y garantizar una mejor conectividad. Estas son algunas de las cosas que los centros de contacto pueden proporcionar a los agentes para que el trabajo desde casa sea viable.

Hablando sobre los centros de contacto que se trasladan al trabajo desde casa, Chaitanya Chokkareddy, director de innovación de Ozonetel, dijo: "La pandemia ha hecho que los centros de contacto analicen los servicios que brindan y cómo los brindan. Ozonetel, pionero en servicios en la nube, ha trabajado muy de cerca con sus clientes para garantizar que tengamos una transición fluida al trabajo desde casa. Al comienzo del cierre en marzo, ayudamos rápidamente a muchos de nuestros clientes a trasladar a sus agentes a un modo de trabajo desde el hogar para ayudar con el plan de continuidad comercial muy rápidamente".

"Hemos analizado varias métricas para determinar y comprender las tendencias en la experiencia del cliente, así como la eficiencia de los agentes a medida que los centros de llamadas pasan al trabajo desde casa. Creemos que este informe tiene valor como proveedor de información para la industria". Añadió Chaitanya.

AGILOFT

MOTORES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, USABILIDAD E INTEGRACIONES PARA ACELERAR LA TRANSFORMACIÓN DE CONTRATOS EMPRESARIALES

Agiloft, el estándar global en la gestión del ciclo de vida comercial y de contratos, anunció hoy su último lanzamiento de producto con funcionalidades de inteligencia artificial ampliadas y nuevas e importantes capacidades para integrar procesos de contratos con aplicaciones y ecosistemas empresariales.

"La última versión de Agiloft trata de hacer la vida más fácil a nuestros clientes", dijo Eric Laughlin, director ejecutivo de Agiloft. "Hemos realizado mejoras en la navegación de la interfaz de usuario, aportamos avances poderosos al motor de inteligencia artificial para acelerar la capacitación y habilitamos el análisis de contratos directamente en Microsoft Word para ahorrar tiempo a los clientes y acelerar la revisión y negociación de contratos. Hemos mejorado nuestra integración de Salesforce, habilitado la integración de Tableau y configurado la integración con la plataforma Dell Boomi para ampliar aún más la gestión de contratos en toda la empresa".

LAS NUEVAS FUNCIONES Y MEJORAS INCLUYEN

Capacitación en IA: modelado semántico mejorado y adición de puntos de datos que cubren la mayoría de los casos de uso contractuales comunes. Esta mejora mejora la usabilidad de la IA lista para usar, reduce los costos de migración de datos y ahorra tiempo dedicado a la revisión de contratos.

Complemento de Microsoft Word: la nueva función proporciona la funcionalidad de Agiloft directamente en MS Word, lo que permite la creación, revisión y marcado de contratos, así como el análisis basado en IA, la extracción de metadatos y cláusulas, y la puntuación de riesgo en MS Word con todos los cambios actualizados simultáneamente dentro de Agiloft. Con la funcionalidad CLM y las capacidades de IA de Agiloft disponibles directamente en MS Word, los usuarios pueden analizar, revisar y negociar contratos más rápido y con más precisión que nunca.

Conector Dell Boomi: las organizaciones ahora pueden integrar Agiloft con grandes ecosistemas de aplicaciones como ERP, CRM y más a través de la plataforma de integración nativa de la nube de Boomi, lo que agiliza la configuración y el mantenimiento de flujos de trabajo complejos para habilitar un verdadero CCLM en toda la empresa con contratos en el núcleo de toda la actividad comercial.

Integración de Tableau lista para usar:

esta nueva integración fácil pero poderosa proporciona un paso simple para sincronizar Agiloft con visualizaciones de datos avanzadas en Tableau. Esto se suma a las sólidas capacidades de generación de informes nativas de Agiloft.

Integración de Salesforce en tiempo real: una actualización de la integración de Salesforce prediseñada de Agiloft, esta integración extendida basada en ESA permite actualizaciones instantáneas y bidireccionales de registros y contratos individuales a través de activadores de eventos configurables que se originan en cualquiera de los sistemas.

Mejoras en la GUI: una interfaz más intuitiva ofrece nuevas ventanas modales para un acceso más rápido a tareas comunes, así como ventanas de diálogo y botones secundarios personalizables para brindar más orientación al usuario.

"Como la única plataforma CLM que proporciona capacidades de IA sin código, Agiloft ofrece posibilidades incomparables para la personalización y automatización de flujos de trabajo comerciales y de contratos complejos, todo sin necesidad de escribir una sola línea de código", dijo Colin Earl, CTO de Agiloft.

"Este lanzamiento inicia una nueva fase de desarrollo de productos que combina el poder de la IA con nuestra plataforma sin código para brindar a nuestros clientes la capacidad de simplificar tareas de trabajo aún más complejas".

The Agiloft logo is rendered in a bold, rounded, bubbly font. The letters are primarily red with a white outline and a blue shadow effect, giving it a 3D, playful appearance.

AVAYA Y VERINT ANUNCIAN UNA NUEVA INTEGRACIÓN

En tecnología empresarial, 15 años es toda una vida. En los últimos 15 años, hemos visto el centro de contacto migrar de filas de agentes a una combinación de agentes domésticos y chatbots, tareas manuales y automatizadas y operaciones modernas de servicio al cliente omnicanal. Hoy, vimos socios de 15 años profundizar lazos para seguir impulsando el espacio.

A medida que Avaya avanza para simplificar las comunicaciones y la colaboración, anunció una asociación más profunda con Verint, integrando Verint Knowledge Management con Avaya OneCloud CCaaS.

“Avaya y Verint están comprometidos a mejorar las experiencias tanto de clientes como de empleados al brindar una integración de tecnología profunda en nuestras ofertas de SaaS (News - Alert)”, dijo Anthony Bartolo, vicepresidente ejecutivo y director de producto de Avaya.

Con la gestión del conocimiento de Verint (News - Alert) integrada, el rendimiento del agente se mejora mediante el "conocimiento sin hacer clic". La tecnología de inteligencia artificial patentada por Verint garantiza que no se ponga a prueba la paciencia del consumidor, lo que brinda información precisa para abordar solicitudes de servicio al cliente más complejas y permite a los agentes generar mejores resultados.

“Las soluciones en la nube respaldan un camino más rápido para el retorno de la inversión, que sigue siendo un fuerte foco de nuestra estrategia de productos. Las capacidades de gestión del conocimiento infundidas por IA de Verint muestran información relevante de manera cognitiva y contextual para ayudar a los empleados a responder mejor a las necesidades del cliente”.

The Customer Engagement Company reconoce que el trabajo del servicio al cliente simplemente nunca es lo suficientemente bueno.

Cada interacción presenta la oportunidad de orientar la experiencia del cliente, y Avaya está ampliando aún más la capacidad excepcional del centro de contacto en la nube para sus usuarios.

¿QUÉ HAY EN SU CENTRO DE CONTACTO?



AVAYA

Experiences That Matter



DELOITTE Y CISCO AYUDAN A LOS GOBIERNOS A REINVENTAR LOS CENTROS DE CONTACTO

Los gobiernos se enfrentan a una mayor demanda de servicios, presupuestos reducidos y una fuerza laboral limitada.

Deloitte y Cisco los están ayudando a satisfacer esa demanda a través de centros de llamadas de próxima generación que combinan inteligencia artificial, aprendizaje automático y procesamiento de lenguaje natural para ayudar a los gobiernos a brindar mejores servicios a los ciudadanos y automatizar miles de horas de carga de trabajo para centros de llamadas sobrecargados.

En tan solo los últimos seis meses, los gobiernos estatales han manejado tres veces el volumen de solicitudes de asistencia financiera que durante toda la Gran Recesión, y las temporadas de huracanes e incendios más intensos ejercerán una mayor presión sobre los centros federales y estatales de los que dependen sus ciudadanos.

"Esta no es solo una estrategia para lidiar con la mayor demanda de servicios provocada por la pandemia", dijo Marc Mancher, director de Deloitte Consulting LLP.

"Repensar la experiencia del cliente e integrar la automatización y los asistentes virtuales debería ser parte de la solución a largo plazo para todos los gobiernos. Es una herramienta fundamental en los esfuerzos de los gobiernos para hacer frente a las presiones de los cambios demográficos y presupuestos reducidos, retener y maximizar la satisfacción y la productividad de su fuerza laboral y, en última instancia, generar confianza con el público mejorando su experiencia con los servicios".

La tecnología de vanguardia del centro de contacto de Cisco y la experiencia en el recorrido del cliente impulsan a más de 3 millones de agentes en 30.000 empresas en todo el mundo. Desde mayo,

Deloitte ha ayudado a los centros de contacto gubernamentales a implementar tecnologías para satisfacer aumentos sin precedentes en el volumen y abordar las necesidades de personal.

En los últimos cuatro meses, estos centros de contacto han manejado más de 5 millones de consultas públicas sobre servicios públicos para ayudar a las familias y empresas a sobrellevar la pandemia.

"Los gobiernos pueden usar esta crisis para saltar de los servicios de atención ciudadana en persona y de alto contacto a experiencias totalmente digitalizadas y altamente automatizadas", dijo Omar Tawakol, vicepresidente y gerente general, Contact Center Group, Cisco. "Aquí es donde tenemos que ir para que sea una experiencia conveniente y satisfactoria para los ciudadanos, al mismo tiempo que nos mantenemos a la vanguardia".



DOCPATH BOULDER SUITE OFRECE A USUARIOS DE INFOPRINT DESIGNER DE IBM UNA MIGRACIÓN RÁPIDA Y SEGURA

DocPath, líder en soluciones innovadoras de software documental, anuncia la solución DocPath Boulder Suite mejorada y la exitosa migración reciente de IBM InfoPrint Designer para una importante compañía de seguros norteamericana. DocPath, líder en DocPath Boulder Suite mejorada y la exitosa migración reciente de IBM InfoPrint Designer para una importante compañía de seguros norteamericana. La solución DocPath Boulder Suite ofrece la posibilidad de migrar de una manera fácil y segura desde la herramienta InfoPrint Designer de IBM hacia la tecnología avanzada de la gestión de comunicaciones con el cliente de DocPath.

Con InfoPrint Designer, las compañías pudieron beneficiarse de una herramienta que facilitaba el desarrollo de recursos AFP en la plataforma IBM i. Sin embargo, las necesidades de los usuarios crecieron de manera considerable e InfoPrint Designer se quedó desactualizada. Además, hace unos años, IBM anunció el cese de los servicios de soporte y mantenimiento de InfoPrint Designer.

DocPath ofrece una solución de software documental que ofrece respuesta a las necesidades de los usuarios de la aplicación InfoPrint Designer desarrollada por IBM. Esta alternativa flexible a la vez que potente, se adapta a la perfección a las necesidades de negocio actuales y futuras.

La propia IBM recomienda el software documental DocPath Boulder Suite como la mejor alternativa a InfoPrint Designer de IBM en su guía para desarrolladores, llamada: "Migración desde las aplicaciones de IBM InfoPrint Designer", en la cual afirman que "DocPath Boulder Suite proporciona una ruta fácil y sencilla de usar para llevar a cabo dicha conversión, permitiendo el uso de una plataforma de comunicaciones con el cliente avanzada y enfocada al futuro...".

DocPath convirtió recientemente miles de formularios para una empresa norteamericana de seguros. La migración fue hecha de manera sencilla gracias a herramientas avanzadas proporcionadas con DocPath Boulder Suite que hicieron que la conversión se hizo de forma fluida y sin interrupciones. Ahora esta empresa podrá diseñar documentos totalmente dinámicos, organizar o modificar sus datos o imágenes, definir gráficamente el flujo de trabajo o incorporar gráficos dinámicos en tres dimensiones o códigos de barras.

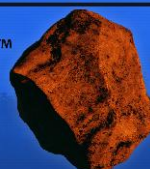
El objetivo principal de las soluciones de DocPath, Boulder Suite incluida, es ofrecer las posibilidades de la tecnología documental, no sólo a expertos, sino también a los usuarios que están más orientados a otros procesos de negocio. Como resultado, cualquier tipo de usuario será capaz de crear cualquier tipo de documento.

VENTAJAS DESTACABLES

Al convertir los recursos de InfoPrint Designer en recursos de DocPath, también podrán incorporar grandes avances en el diseño de sus documentos y ampliar de manera importante las capacidades de impresión y distribución.

Quedarse con lo mejor de IBM i: DocPath Boulder Suite le permite continuar utilizando su plataforma IBM i, ya sea en un entorno DocPath o bien, utilizando sus propias aplicaciones ya existentes como máquinas de producción, que se ejecutan plenamente en IBM i. Además, a la hora de migrar desde IBM InfoPrint Designer a DocPath Boulder Suite, las empresas pueden optar por mantener su propio motor de generación. Lo que significa que el usuario no tendrá necesidad de renunciar al entorno que, ya conoce y a todos los beneficios que aporta, como facilidad de uso, seguridad y control.

DocPath®
Boulder Suite™



MASCARILLA INTELIGENTE QUE TRADUCE A OCHO IDIOMAS

La startup japonesa, Donut Robotics, lanza al mercado una mascarilla inteligente dotada de alta tecnología en los revestimientos faciales y diseñada para facilitar la comunicación y el distanciamiento social.

La C-Face Smart puede transcribir frases, amplificar la voz del usuario y traducir el habla a ocho idiomas diferentes. Aunque eso sí, no ofrece protección contra el coronavirus debido a los recortes en su parte delantera, que son vitales para la transpiración.

Está diseñada para utilizarse sobre una mascarilla estándar. Hecha de plástico blanco y silicona, tiene incorporado un micrófono que se

conecta al smartphone mediante Bluetooth. Su sistema puede traducir entre japonés y chino, coreano, vietnamita, indonesio, inglés, español y francés.

Antes de la pandemia Donut Robotics se encontraba desarrollando el software de traducción para un robot llamado Cinnamon. Pero con el coronavirus, el proyecto se suspendió. A varios ingenieros del equipo se les ocurrió la idea de integrar dicho software en una mascarilla, lo que originó la C-Face Smart.

La primera remesa será distribuida en Japón este diciembre y su precio será de entre 40 y 50 dólares. La firma no se expandirá al extranjero hasta abril de 2021, aunque ya ha levantado interés en países como Reino Unido y Estados Unidos.



C-FACE

 smart mask

ORACLE®

OFRECIENDO INNOVACIÓN Y EXCELENCIA A LOS LÍDERES DE RECURSOS HUMANOS EN TODO EL MUNDO

Sabemos que 2020 ha bombardeado a los líderes de RR.HH. con desafíos interminables, desde gestionar el turno hasta el trabajo remoto y lidiar con los cambios de la fuerza laboral o las licencias hasta la planificación de un (eventual) regreso seguro al trabajo. Y para aliviar la carga, mi equipo ha estado trabajando diligentemente para ofrecer soluciones que puedan ayudar.

Seguimos comprometidos con el éxito de nuestros clientes: asociándonos con ellos, innovando para ellos y reconociendo sus éxitos. Ahora más que nunca, sabemos que nuestros clientes están buscando un líder que los ayude a definir lo que sigue para sus organizaciones. Estamos dedicados a ser ese líder y ofrecer las mejores soluciones para cualquier equipo de RR.HH., en cualquier industria y en cualquier región.

A continuación, presentamos un breve resumen de lo que hemos estado haciendo:

ORACLE LIVE PRESENTA NUEVAS INNOVACIONES EN ORACLE CLOUD HCM

La semana pasada hospedamos nuestro primer Oracle Live for Fusion Cloud Applications. Fue un gran evento lleno de noticias emocionantes en todo nuestro portafolio de aplicaciones; consulte las sesiones bajo demanda aquí. Para Oracle Cloud HCM, anunciamos nuevas e importantes actualizaciones de nuestra suite HCM, diseñada para ayudar a los equipos de recursos humanos a satisfacer las demandas del lugar de trabajo en evolución actual. Algunas de mis nuevas funciones favoritas son:

VIAJES: una forma de guiar a los empleados a través de tareas complejas con una experiencia paso a paso perfecta y personalizada. Esta nueva herramienta creará una experiencia de empleado de nivel de consumidor, simplificará los procesos complicados para los empleados y, en última instancia, hará que el trabajo sea más agradable y productivo.

INTRODUCCIÓN EN VIDEO DE PERFIL CON CONEXIONES: ayuda a los equipos a sentirse más conectados en un entorno de trabajo virtual al permitir que los empleados agreguen una introducción en video personalizada a su página de perfil en Oracle Connections.

UN FOCO EN LAS SUPERESTRELLAS DE NUESTROS CLIENTES

También tuvimos el placer de anunciar a los ganadores de nuestros premios Cloud HCM Rubies. Estos premios reconocieron a nueve superestrellas de RR.HH. que han utilizado la tecnología para impulsar cambios significativos dentro de sus organizaciones. Estos premios no son seleccionados por nuestro equipo de Oracle, sino que son votados por nuestra comunidad de clientes y sus pares.

¡Saludos a estos increíbles profesionales de recursos humanos que van más allá en los tiempos más desafiantes! Hoy, nos complace anunciar que Oracle Cloud HCM Opportunity Marketplace ha sido seleccionado como uno de los mejores productos de recursos humanos del año por el ejecutivo de recursos humanos. Opportunity Marketplace es una de nuestras últimas innovaciones y está diseñado para ayudar a los empleados a hacer crecer sus carreras a través de "conciertos" internos y proyectos a corto plazo. También ayuda a las organizaciones a aprovechar el talento existente y satisfacer las necesidades a corto plazo de nuevas formas.

¡Gracias al Ejecutivo de RRHH por el voto de confianza! Seremos presentados en el evento virtual HR Technology Conference a finales de este mes.

No podría estar más orgulloso de mi equipo por ayudar a nuestros clientes a superar los obstáculos de 2020. Estas últimas innovaciones y reconocimientos recientes refuerzan nuestro compromiso de hacer el trabajo más humano para los líderes de recursos humanos de todo el mundo.

LA OFICINA DE DERECHOS DE AUTOR DE LA BIBLIOTECA DEL CONGRESO

APROVECHA LOS CENTROS DE EXCELENCIA PARA MEJORAR LOS CENTROS DE CONTACTO

La Biblioteca se convirtió en la décima agencia en contratar la consultoría interna de modernización de TI de la Administración de Servicios Generales.

El programa de Centros de Excelencia de la Administración de Servicios Generales firmó su décimo acuerdo la semana pasada, y la Biblioteca del Congreso se registró para trabajar con el servicio de consultoría de modernización de TI interno del gobierno.

La Oficina de Información Pública y Educación dentro de la Oficina de Derechos de Autor de EE. UU. Administrada por la biblioteca trabajará con el Centro de contacto CoE para mejorar sus relaciones con los clientes y la tecnología relacionada. Como brazo de relaciones públicas de la Oficina de Derechos de Autor, la Oficina de Información Pública y Educación, conocida como PIO, es la primera línea para responder preguntas sobre el proceso de derechos de autor y manejar las solicitudes públicas.

El programa CoE se lanzó en 2017 con cinco centros: el CoE del centro de contacto, la adopción de la nube, la optimización de la infraestructura, el análisis de datos y la experiencia del cliente, todos enfocados en trabajar con agencias federales para identificar problemas en el proceso y la tecnología y encontrar un contratista para ayudar a mejorar esas áreas. Desde su inicio, el programa CoE ha agregado un centro adicional para la inteligencia artificial, entre cambios más sistémicos.

El último esfuerzo se centrará en identificar "las brechas actuales en la prestación de servicios y la tecnología del centro de contacto, mientras se buscan oportunidades para optimizar los esfuerzos", según un anuncio de la GSA.

"Al centrarse en la experiencia, las agencias pueden mejorar la satisfacción, la confianza y la eficiencia, y evitar la pérdida de oportunidades", dijo Bob De Luca, director interino del Servicio de Transformación de Tecnología, que alberga el programa CoE, en el anuncio.

"Este esfuerzo de modernización del Contact Center refleja el compromiso de nuestro socio con sus clientes, ya que el Contact Center CoE prioriza el acceso a información consistente y precisa de manera oportuna".

El acuerdo marca el décimo equipo interinstitucional con el programa CoE y el quinto en 2020. A principios de este año, los CoE firmaron acuerdos con múltiples agencias enfocadas en la salud pública para ayudar en la lucha contra COVID-19.

"La modernización de la infraestructura y las aplicaciones de TI del gobierno federal es una prioridad importante para GSA", dijo la comisionada del Servicio de Adquisición Federal Julie Dunne. "Los Centros de Excelencia son una piedra angular en nuestro trabajo de modernización de TI en el Servicio Federal de Adquisiciones".



LAS IA ESTAN RENOVANDO LOS CENTROS DE CONTACTO

La experiencia del cliente en línea, la asistencia preventiva e incluso las generaciones de flujos de ingresos se están transformando con soluciones digitales impulsadas por IA.

La inteligencia artificial (IA) está contribuyendo enormemente a la dinámica cambiante de las industrias en las verticales. Las empresas se esfuerzan por mejorar sus servicios de atención al cliente.

Al revolucionar las interacciones del servicio al cliente, las soluciones digitales impulsadas por IA están listas para mejorar todos los aspectos de los negocios, incluida la lealtad, la reputación de la marca, la experiencia del cliente en línea, la asistencia preventiva e incluso las generaciones de flujos de ingresos. Estas son las principales formas en que la IA está transformando el servicio al cliente:

CAPTURA DE DATOS DE LA INTERACCIÓN CON EL CLIENTE

Los chatbots de IA y los agentes de voz pueden capturar cantidades masivas de datos granulares de cada interacción con el cliente.

Los datos se pueden introducir en el motor de análisis para optimizar el proceso del centro de llamadas. Las herramientas de inteligencia artificial como el análisis de sentimientos también pueden ayudar a acelerar el proceso al detectar tendencias como la insatisfacción o la ira dentro de un gran conjunto de datos.

GUIAR A LOS CLIENTES POR EL SITIO WEB DE LA EMPRESA

Los grandes centros de contacto multicanal a menudo se enfrentan a escasez de personal, y los asesores a menudo se estiran el tiempo.

La IA puede cambiar las reglas del juego en este aspecto. Por ejemplo, un asistente virtual puede ayudar a los clientes dirigiéndolos a la página correcta del sitio web o ayudarlos con las preguntas frecuentes. Además, a medida que la tecnología de IA aprende más de los datos pasados, se vuelve más sofisticada, mejorando así la experiencia del cliente con el tiempo.

GESTIÓN DE BIG DATA

Los centros de contacto recopilan cantidades masivas de datos de clientes. Los clientes esperan un mejor servicio al cliente, ya que saben que sus datos están con la empresa que habrían proporcionado, de primera mano, para obtener una mejor experiencia del cliente.

La principal frustración que a menudo enfrentan varios clientes es la necesidad de repetir sus detalles en múltiples instancias. Una oferta extraña es otra experiencia negativa que afecta significativamente la relevancia de una empresa a los ojos del cliente.

PREDICCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

La IA ayudará a detectar nuevas tendencias en el comportamiento de los clientes durante las primeras etapas de desarrollo. Las herramientas de capacidad de interacción ya están haciendo lo anterior, pero con la IA, el proceso se acelerará significativamente con una necesidad reducida de requisitos humanos. Estos conocimientos también serán útiles para los asesores mientras se ocupan de las necesidades emergentes de los clientes.



DIGERATI TECHNOLOGIES CIERRA LAS ADQUISICIONES DE NEXOY, INC. Y ACTIVEPBX, MÁS QUE DUPLICAR LOS INGRESOS ANUALES A MÁS DE \$14 MILLONES

Un proveedor de servicios en la nube que se especializa en soluciones UCaaS (Comunicaciones unificadas como servicio) para pequeñas y medianas empresas ("PYMES") market, se complace en anunciar el cierre de dos adquisiciones, Nexogy, Inc. (Nexogy.com) y ActivePBX (ActivePBX.com), proveedores líderes de comunicaciones en la nube, UCaaS y soluciones de banda ancha diseñadas para empresas.

Como negocio combinado, Nexogy, ActivePBX y la subsidiaria operativa de Digerati, T3 Communications, Inc., atienden a más de 2.600 clientes comerciales y aproximadamente 28.000 usuarios mientras generan más de \$14 millones en ingresos anuales.

El modelo de negocio de las entidades combinadas está respaldado por ingresos recurrentes sólidos y predecibles con altos márgenes brutos bajo contratos con clientes comerciales en diversas industrias, incluyendo banca, salud, servicios financieros, legal, seguros, hoteles, bienes raíces, personal, municipios, servicios de alimentos, y educación. Se espera que la contribución de \$1.5 millones en EBITDA anual de las adquisiciones tenga un impacto inmediato y positivo en el EBITDA consolidado de la Compañía con mejoras adicionales que se realizarán durante el FY2021 a partir de las sinergias de costos anticipadas y los ahorros de consolidación.

Además de la contribución financiera y las sinergias operativas, cada una de las adquisiciones aporta un conjunto distinto de capacidades y mejores prácticas que contribuirán al plan de crecimiento de la Compañía. A lo largo de los años, el equipo de Nexogy ha desarrollado un programa de ventas de canal que ha demostrado ser eficaz y ha dado como resultado el reconocimiento de Nexogy como una de las empresas de tecnología de más rápido crecimiento en el sur de Florida y la nominación de la Cámara de Comercio Minoritaria

de Miami como "Compañía de Alta Tecnología de el año 2016 ". ActivePBX ha puesto un gran énfasis en la integración de su plataforma de comunicación en la nube con los sistemas de gestión de relaciones con el cliente ("CRM") y, más recientemente, logró el estado "Creado para NetSuite" con su probada solución ActiveCRM CTI (Computer Telephony Integration). Esta integración, creada para la plataforma SuiteCloud de Oracle NetSuite, permite a las organizaciones pasar datos de CRM sin problemas, de manera fácil y conveniente entre el sistema en la nube de ActivePBX y Oracle NetSuite.

Arthur L. Smith, director ejecutivo de Digerati, comentó: "Felicitó a nuestro equipo por permanecer concentrado y completar, no una, sino dos adquisiciones simultáneamente y esperamos trabajar con las personas talentosas de Nexogy y ActivePBX que han colocado un alto valor en servicio al cliente y retención. Haremos de la integración de estas transacciones en nuestras operaciones una prioridad máxima a medida que avancemos a la siguiente fase del plan de crecimiento de la Compañía.

Como lo hemos hecho con adquisiciones pasadas, nuestro equipo ha identificado e implementará eficiencias de costos operativos e iniciativas de crecimiento estratégico para apuntar al crecimiento orgánico de los ingresos e impulsar el EBITDA combinado. Además, seguimos teniendo una sólida cartera de posibles objetivos de adquisición en varias etapas de desarrollo y tenemos un objetivo corporativo de incluir en la lista Nasdaq o NYSE American ".

La Compañía también anunció que cerró su línea de financiamiento de \$20 millones para completar sus adquisiciones y proporcionará información sobre el financiamiento en una próxima presentación 8K y en un comunicado de prensa de la Compañía.

MEXICO

Desarrollada por Novartis México y la empresa tecnológica Futuredocs, ConsultorioMOVIL.net cumple con los parámetros de la NOM-024-SSA3-2012 sobre registro e intercambio de información en salud para generar, procesar, conservar, interpretar y asegurar el intercambio de información entre los Sistemas de Información de Registro Electrónico para la Salud.

Los médicos podrán acceder a ConsultorioMOVIL.net a través de MedForum, plataforma de educación médica y proveedora de soluciones digitales. Una vez inscritos y posterior a la validación de su cédula profesional podrán capacitarse totalmente gratis en Telemedicina mediante contenidos interactivos, así como tener acceso a las publicaciones más recientes en diversas especialidades, transmisiones en vivo, asesorías personalizadas o en conjunto, podrán interactuar y comunicarse con sus pares y, sobre todo, contarán con un espacio digital seguro para dar teleconsulta a sus pacientes.

En palabras de Marissa González, médico y jefa de la oficina científica de Novartis México: “La Telemedicina es una herramienta invaluable de la era digital que se agregará progresivamente a los estándares de atención a la salud y se volverá insustituible en los próximos años ya que, entre muchos beneficios, disminuirá dramáticamente los tiempos de espera en la consulta de atención primaria y especialidades (...) Los pacientes, incluso en lugares remotos, tendrán acceso a la mejor atención médica, independientemente de la disponibilidad de médicos en la región en donde vivan, respaldados por la norma de operación de expediente clínico electrónico existente en México”.

El expediente clínico digital podrá contener la sintomatología del paciente, también podrán compartirse y resguardar las fotografías necesarias para facilitar el diagnóstico y seguimiento. De igual forma se ofrecerán formatos para contener los resultados de estudios de laboratorio e imagen y se podrá visualizar su comportamiento histórico. Los médicos podrán consultar el Vademécum el cual estará completo y precargado. Estas herramientas permitirán al médico mejorar la gestión para atender a sus pacientes, lo cual redundará en un beneficio directo para ellos al contar con un seguimiento digital y personalizado.

TELEMEDICINA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Con la finalidad de fomentar el acercamiento a este tipo de herramientas tecnológicas se otorgarán un número ilimitado de licencias (previa validación) a las especialidades de Cardiología, Neumología, Oftalmología, Neurología, Reumatología y Dermatología y otras especialidades con previa información del alcance de la herramienta. Los médicos registrados y aceptados podrán usar esta herramienta totalmente gratis durante un año, periodo que dura esta fase inicial de implementación a nivel nacional.

ConsultorioMOVIL.net se suma a la estrategia de transformación digital que Novartis México ha emprendido y complementa a la plataforma Medforum, así como a otras iniciativas innovadoras como E-commerce o programas de pacientes que brindan soluciones integrales para el sistema de salud.

Los médicos interesados en conocer más detalles del uso de esta plataforma deben acceder a la página de MedForum en www.medforum.com.mx registrarse y llevar a cabo el proceso de validación para tener acceso a estas innovadoras herramientas digitales de Telemedicina.



MEXICO

**VERIFICACIONES
SANITARIAS EN CALL
CENTERS DE CIUDAD
DE MÉXICO**

Con el objetivo de garantizar que los protocolos sanitarios se cumplan en los call centers para evitar contagios por la covid-19, los diputados del Congreso de la Ciudad de México, pidieron al Instituto de Verificación Administrativa (Invea) refuerce las supervisiones en estos lugares de trabajo.

Durante la sesión del Congreso, los legisladores exhortaron al Invea para que en coordinación con las 16 alcaldías supervisen que en las oficinas donde se realiza telemarketing los espacios cumplan con las normas sanitarias para garantizar el derecho a la salud

de las personas que ahí laboran.

Y en caso de detectar algún incumpliendo, el Invea proceda a las sanciones administrativas correspondientes. Ya que aseguran que dentro de las instalaciones de estos trabajos, no es posible mantener la sana distancia que se requiere durante la pandemia "concentran decenas de personas en espacios reducidos" provocando que el distanciamiento físico entre empleados sea solo de 30 cm.

Este Instituto se ha encargado de supervisar distintos comercios y lugares de trabajo, para que se estén cumpliendo con los horarios y las medidas preventivas, que dicte el Gobierno de la Ciudad, según vaya avanzando el semáforo epidemiológico, el cual se encuentra actualmente en naranja con alerta.

Este exhorto se da, luego de que la capital ha registrado 5 días consecutivos con más de 3 mil personas hospitalizadas a causa del coronavirus.



COLOMBIA

MULTINACIONAL DE CONTACT CENTER INVIERTE EN COLOMBIA

El Grupo Unísono, multinacional de contact center, con sede en Colombia, hizo una inversión cercana a los \$4.560 millones para poner en marcha el Smart Analytics Center, un centro tecnológico de Inteligencia Artificial y Big Data, capaz de definir resultados predictivos y facilitar la toma de decisiones para compañías con un importante efecto en el negocio.

Estudios demuestran que en la medida en que más datos analicen las compañías podrán ofrecer mejores experiencias a sus clientes, y según expertos, el aumentar el 10 % de acceso a los datos, puede generar para una empresa más de US\$65 millones de ingresos netos adicionales. No obstante, en opinión de especialistas, solo 5 % de los datos se analizan alguna vez y es una decisión de las empresas hacer uso de la información que poseen.

En el Smart Analytics Center podrán monitorearse los objetivos de las empresas y establecer las herramientas capaces de ofrecer como resultado análisis detallados a partir de procedimientos analíticos, descriptivos, predictivos y prescriptivos para adelantarse a las necesidades e identificar posibles áreas de mejora aprovechando la información disponible.

De acuerdo con Gartner, para 2022 el 90 % de las estrategias corporativas nombrarán la información como un activo empresarial crítico y la analítica como una competencia esencial. En Colombia el Ministerio TIC también ha establecido entre sus objetivos “la creación de valor a partir de Big Data Analytics” con el propósito de asegurar la ciberseguridad, promover el Internet de las Cosas, y formular políticas públicas.



COLOMBIA

EMPRESA DE BPO ABRIRÁ 1.500 VACANTES EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2021

La multinacional española Emergia, centrada en BPO, abrirá convocatoria para 1.500 vacantes en Colombia en el primer trimestre de 2021. Como parte de su estrategia para incentivar la reactivación económica del país y la generación de empleo, la compañía Emergia abrirá convocatoria de empleo en Colombia para 1.500 personas que trabajarán desde sus casas.

La oferta hace parte de la estrategia de expansión de la compañía en el país, que le apuesta a un crecimiento del 60% en los próximos meses en Colombia con la puesta en marcha de una nueva solución de contact center 100% digital. El modelo de negocio se adapta a todo tipo de negocio gracias a un software llamado GoContact, que alberga todos los datos en la nube. Actualmente, este registra una facturación anual de US\$11 millones en los cinco países donde tiene operación la compañía: Portugal, España, Marruecos, Angola y Colombia.

Las nuevas plazas de trabajo tendrán como objetivo poner en marcha esta herramienta tecnológica trabajando desde casa.

Según la compañía, durante la pandemia ha vinculado a más de 1.000 personas y el objetivo es aumentar este número en 2021.

La multinacional española, con presencia en Colombia desde 2009, registra en el país una facturación anual en promedio de USD\$37 millones y un equipo de trabajo que asciende a 5.600 colaboradores, en cinco ciudades, de los cuales el 75% está trabajando desde casa.

El sector de contact center y BPO es uno de los que más empleo ha generado en medio de la pandemia. De acuerdo con la Asociación Colombiana de Contact Center y BPO, la industria emplearía a más de 15.000 personas durante 2020 y se proyecta como una de las más fuertes en empleabilidad en 2021.

COLOMBIA



APUESTA A LA GENERACIÓN DE EMPLEO

En la localidad colombiana de Manizales, la empresa Comdata cumple 14 años de presencia en esa ciudad, enfocada en la subcontratación de procesos de negocios (Business Process Outsourcing -BPO-, por sus siglas en inglés) y que tiene la meta de aumentar sus puestos de trabajo para el 2021.

Actualmente, 3.500 empleos genera Comdata en Manizales y tiene proyectado para el 2021 aumentar los puestos de trabajo entre el 15% y 20%.

Actualmente se dedica a tercerizar procesos para otras compañías como Telefónica Movistar en Colombia y otras organizaciones de Chile y España.

Alejandro Salazar, director de operaciones de Comdata para Manizales, expone que su enfoque es mejorar la experiencia del cliente, conforme a los estándares de calidad en el servicio, satisfacción y atención. Este contact center también tiene presencia en Bogotá, Ibagué y Armenia, para sumar 6 mil puestos de trabajo. Sin embargo, la capital de Caldas alberga el 50% de las operaciones de la compañía. Por eso, Salazar asegura que Manizales es la gran apuesta de Comdata.

"Manizales tiene unos excelentes atributos que la hacen atractiva para este tipo de negocio: es ciudad universitaria, tiene un nivel cultural óptimo y el léxico de sus habitantes es fluido", concluye.



COLOMBIA

CALL CENTER COMO OPCIÓN DE PRIMER EMPLEO

La agencia de inversión de Armenia anunció este jueves la instalación de una nueva empresa en el departamento, esta vez se trata de una compañía de procedencia española alineada al sector de telecomunicaciones, que llega con su tercera sucursal al Eje Cafetero.

Con esta ya son 2 las empresas del sector call center que se instalan en el Quindío durante el año 2020, para sumar 100 nuevas vacantes laborales al 'Corazón Verde de Colombia'.

Diana Caicedo Flórez, directora de la agencia de inversión de Armenia, explicó que la empresa buscará tener operaciones físicas durante la segunda fase de su proyección en

el departamento, la cual espera ejecutar durante el primer trimestre de 2021. Por su parte, Rodrigo Estrada Reveiz, presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, destacó que en medio de la pandemia han llegado 3 grandes empresas al departamento, una de ellas fundamentadas en las zonas económicas sociales y especiales, "que ayudarán a mejorar el empleo con 2.700 vacantes".

Así las cosas, los call centers se erigen como una opción viable para el primer empleo en la región colombiana, aspecto fundamental para los jóvenes que enfrentan los retos de la postpandemia.



LATINOAMERICA Y EUROPA

ODS8. EVOLUTIO Y SENCINET
SPIN OFF DE BT EN LATAMALCANZAN UN ACUERDO PARA REFORZAR EL ALCANCE
DE AMBAS COMPAÑÍAS EN LATINOAMÉRICA Y EUROPA

El acuerdo engloba todo el porfolio de ambas empresas: integración de servicios cloud, conectividad y redes, soluciones de experiencia de cliente y contact center o ciberseguridad.

Evolutio, compañía experta en la integración de servicios cloud, y Sencinet, empresa originada por la compra de las operaciones en Latinoamérica de BT por parte del fondo de inversión CIH Holdings, han cerrado un acuerdo de colaboración para ampliar el alcance de ambas organizaciones en sus respectivos mercados.

De esta manera, Evolutio refuerza aún más su oferta de servicios y soluciones globales para las empresas españolas con alcance internacional y operaciones en Latinoamérica, mientras que Sencinet podrá hacer lo propio para aquellas empresas latinoamericanas con intereses en el mercado europeo. Este acuerdo engloba todas las áreas de experiencia de Evolutio y Sencinet: integración de servicios cloud, conectividad y redes, soluciones de experiencia de cliente y contact center o ciberseguridad, entre otros.

Sencinet, lanzada al mercado en octubre, cuenta con más de 500 empleados distribuidos en 16 países (Argentina, Brasil, Islas Vírgenes Británicas, Ecuador, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú y EE.UU.), proporciona servicio a cerca de 400 empresas líderes en sectores como el energético, AA.PP., banca, telecomunicaciones y retail, entre otros. La empresa cuenta con una infraestructura compuesta por dos redes de fibra óptica con una extensión de 650 km,

2.000 km de líneas de fibra óptica alquiladas, cuatro data centers y una red de satélites totalmente integrada y capaz de ofrecer soluciones de conectividad en todo el territorio latinoamericano. Por su parte, Evolutio posee una cartera de activos en España que incluyen más de 5.600 kilómetros de red, 3 centros de datos y más de 6.200 máquinas virtuales, 270 certificaciones de ciberseguridad, más de 1.000 expertos altamente cualificados.

Jacinto Cavestany, CEO de Evolutio, destaca que “la región LATAM siempre ha sido de gran importancia estratégica para las compañías globales españolas. Por ello, nos complace poder contar con un socio como Sencinet en la región, cuyo enfoque, talento, conocimiento e infraestructura sin duda reforzarán la calidad del servicio de Evolutio y la satisfacción de nuestros clientes”.

Por su parte, Alex Inglés, director general de Sencinet, subraya que “la asociación con Evolutio permitirá a los clientes latinoamericanos de la empresa con operaciones e inversiones en Europa seguir confiando en la misma calidad y seguridad que la empresa ofrece en su propio continente. Evolutio comparte los mismos estándares de calidad y tiene una visión muy compatible y complementaria a Sencinet. Eso nos deja perfectamente cómodos para posicionarnos como socios de Evolutio en nuestra búsqueda de convertirnos en el mejor y más seguro integrador de redes definidas por software también en el continente europeo, operando de forma totalmente integrada con clientes y proveedores, con automatización y visibilidad completa del recorrido del cliente”.



LATINOAMERICA



AL MENOS 7 DE CADA 10 BANCOS LATINOAMERICANOS PRIORIZÓ EL CANAL DIGITAL PARA OFRECER PRODUCTOS

Entre los meses de agosto y setiembre, al menos el 75% de los bancos de Latinoamérica manifestó que priorizó el canal digital para ofrecer sus productos, según el estudio Latam & Caribe sobre Banca Digital presentado por Infocorp.

Hay una oportunidad enorme de crecimiento en el tipo de transacciones que se pueden digitalizar en todos los bancos de la región.

En un 25% de ellos aún no es posible realizar ningún tipo de transacción completamente online, el 38% permite solicitar tarjetas de crédito o débito y un 39% solicitar préstamos", precisa el estudio.

El estudio buscó identificar qué tan satisfechos están los bancos con sus canales digitales, qué cantidad y variedad de servicios son capaces de brindar en la actualidad por esa vía y qué estrategias van a implementar en los próximos 12 meses.

En el mismo participaron 130 banqueros de 83 instituciones financieras de diferente tamaño e integrantes de diferentes áreas como Banca Persona, Corporativa, Canales digitales, innovación y marketing.

Para el análisis los 18 países se segmentaron en cuatro regiones: Cono Sur (integrado por Argentina, Paraguay y Uruguay), Caribe (México, Puerto Rico y República Dominicana), Región Andina (Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) y Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Honduras y Panamá).

INICIATIVAS DE DIGITALIZACIÓN

A pesar de que el 86% de los bancos sostiene que el Covid aceleró sus iniciativas de digitalización, únicamente el 40% aumentó su inversión en tecnología. Esto sucede en una región donde el porcentaje de bancarización es aún bajo. Sólo en el 7% de los países más del 75% de la población está bancarizada, mientras que en EE.UU. por ejemplo, el 91% de las personas están bancarizadas y utilizan canales digitales. La medida más popular para incentivar la digitalización fue la realización de campañas publicitarias para promover el uso de los canales digitales, que en muchos casos fue acompañada por campañas educativas o de descarga de la app.

"Esto demuestra lo relevante que está siendo en este momento la comunicación y contar con herramientas que permitan automatizar y segmentar los mensajes", apunta el informe.

Asimismo un 47% de los bancos incorporó procesos digitales de apertura de cuentas, ya que es un tema que ha estado sobre la mesa durante años, pero había trabas de diferente tipo, entre ellas, algunas regulaciones de los gobiernos y superintendencias, que hacían difícil la implementación.

El informe precisa que con el Covid esas dificultades, como la aceptación de firmas digitales, permitieron que los bancos en pocas semanas pudieran ofrecer este nuevo producto. Los chatbots, como medida implementada por el 28% de los bancos, jugaron un papel fundamental también para descongestionar los call centers, que estaban totalmente sobrecargados.

TOYOTA PERU MIGRA CON ÉXITO A LA NUBE

Toyota-Perú, respondiendo a su visión de transformación digital apuesta por la nube y migra exitosamente a la suite inteligente SAP S/4HANA para obtener la excelencia operacional, agilidad del negocio y un mejor costo de propiedad.

Tras 10 años de emplear un sistema de gestión en un modelo on premise, la falta de actualización de nuevas prestaciones, hacía vulnerable las operaciones de la empresa, es así que Toyota-Perú tomó la decisión de migrar sus instalaciones a la nube dada la optimización de servicios que ofrecía además de sus costos más atractivos y contar con un ERP inteligente de próxima generación como SAP S/4HANA que les brinda gestión de datos en tiempo real y procesos integrados de inicio a fin.

Para llevar a cabo la conversión de su sistema a SAP S/4HANA, se procedió inicialmente con la migración de los ambientes SAP ECC on premise a cloud, realizándose con éxito luego de la evaluación de sizing a todo el sistema, desde la memoria, procesador y disco necesario.

Toyota-Perú seleccionó a Amazon Web

Services como plataforma cloud, tomando en consideración su alto performance y sobre todo que garantizaba la seguridad y tiempo de respuesta del sistema.

Entre los principales beneficios obtenidos tras la migración a SAP S/4HANA, destaca la velocidad con la que trabaja el sistema, la rapidez y eficiencia del reporte de datos, lo que ha permitido desarrollar nuevas funciones orientadas al análisis de data para la generación de reportes analíticos.

Toyota resalta que contar con una suite inteligente de clase mundial representa un salto tecnológico para la organización, una ventaja competitiva para optimizar recursos y obtener las nuevas prestaciones optimizadas en la nube; el nuevo modelo tecnológico significó un ahorro de 15 o 20 % en comparación al sistema anterior.

Finalmente, como planes futuros, Toyota espera obtener información integrada proveniente de varias fuentes como su CRM, la red de concesionarios, e información del mercado automotriz, con el objetivo de trabajarla en conjunto con la implementación de un Datawarehouse.



CURSOS ONLINE

ATENCIÓN AL CLIENTE

¿Y SI APROVECHAS
EL TIEMPO
QUE ESTÁS
EN CASA?

- ATENCIÓN AL CLIENTE
- ATENCIÓN DE RECLAMACIONES Y QUEJAS
- ATENCIÓN TELEFÓNICA
- CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE



www.formantec.es



hola@formantec.es

formantec

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

NUEVAS EXPERIENCIAS DIGITALES MARCARÁN EL FUTURO DE LA INDUSTRIA DEL RETAIL

“Se espera que más del 70% del crecimiento del canal digital permanezca luego de la liberación de las restricciones”, sostiene Pablo Rodríguez, Products Industry Head de Baufest Latam.

La irrupción de la pandemia de Covid-19 ha tenido un considerable impacto en la industria del retail. En efecto, el desarrollo de sus canales digitales en los últimos seis meses es equivalente al de los últimos diez años. Este contexto, además, puso en evidencia las dificultades que tienen las organizaciones para brindar experiencias digitales satisfactorias, provocando una fuerte presión para aumentar las ventas y fidelizar a los clientes.

Las personas están cambiando sus hábitos de consumo y exigen experiencias a la altura de sus altas expectativas. Por eso -indica un análisis de la empresa internacional de software, innovación y tecnología Baufest-, es clave entender que para tener éxito en este nuevo mundo las empresas deben centrar su estrategia en implementar internamente una cultura digital, contar con colaboradores idóneos, diferenciar su propuesta de valor omnicanal y contar con las capacidades tecnológicas necesarias para liderar el mercado.

“El desarrollo tecnológico sólo puede ayudarnos a diferenciar nuestra marca si el foco está centrado en el cliente, generando valor agregado en cada interacción. Las organizaciones más innovadoras del mundo están concentrando sus esfuerzos en diseñar e implementar una nueva experiencia omnicanal mixta que combine soluciones tecnológicas líderes con la construcción de productos digitales a medida que les permitan optimizar las transacciones personalizando cada interacción”, sostiene Pablo Rodríguez, Products Industry Head de Baufest Latam.

Por ejemplo, indica Rodríguez, la nube tecnológica de Salesforce cuenta con un conjunto de soluciones líderes para e-commerce, marketing cloud y servicios de postventa, y brinda a todas las áreas de las organizaciones una visión unificada de sus clientes.

DEL MUNDO FÍSICO AL DIGITAL

Las cifras son elocuentes. Recientemente, la Cámara de Comercio de Santiago proyectó ventas por US\$ 9.400 millones para el comercio electrónico en Chile en 2020 -esto es 55% más que el año pasado-, en medio de un contexto de grandes cambios en que los rubros ligados a bienes como alimentos, tecnología, electrónica, muebles y mejoramiento de hogar tendrán importantes crecimientos, compensados por la debilidad de los sectores de servicios, como turismo, entretenimiento y cultura.

En este contexto, nuevos modelos de negocio digital se están implementando gracias a soluciones tecnológicas disruptivas que antes estaban disponibles únicamente en el mundo físico. Asimismo, maximizar la performance de procesos típicos de las organizaciones (como la logística) a través de la tecnología para adaptarlos a los nuevos desafíos del mundo digital es clave para deslumbrar a los clientes. En todos los casos, entender a cada persona a partir de sus interacciones y potenciar las capacidades de las compañías para poder actuar en función de esto serán elementos clave para brindar una experiencia diferente y personal.

“Se espera que más del 70% del crecimiento del canal digital permanezca luego de la liberación de las restricciones. Contar con una logística que escale, rápida y eficiente tanto en la cadena de abastecimiento como en la distribución será uno de los máximos desafíos de las organizaciones. Aquellas que alcanzaron la madurez digital se destacaron a escala global durante esta coyuntura y sólo las que consigan transformarse e innovar serán las que lideren en el mediano plazo un mercado donde la falta de agilidad puede convertirse en un pecado mortal”, indica Rodríguez.

“El futuro del retail estará, entonces, en manos de aquellas organizaciones que brinden interacciones que entreguen valor a través de experiencias personalizadas, integradas, seguras y que estén a la altura de las expectativas, tanto para los clientes como de los propios colaboradores”, añade.

COSTA RICA

CAYÓ 8,4 INTERANUAL HASTA 4,6 MILLONES EL TOTAL DE SUSCRIPTORES A INTERNET MÓVIL

La Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel) de Costa Rica, presentó cifras del mercado tico al 2019 y, entre ellas, se destaca una baja de 8,4% interanual hasta 4,6 millones en el número de suscriptores a Internet móvil a 2019. La nueva cifra también es inferior a las 4,7 millones informadas en 2017.

El mercado móvil presentó un aumento de 0,6% año contra año hasta 8,5 millones. La penetración de ese servicio alcanzó el 169%.

Las suscripciones pospago aumentaron en un ritmo de 11% en promedio desde 2015 y, como consecuencia, ahora alcanzaron el 28,3% de la base. El resto corresponde a la modalidad prepago.

En el apartado móvil se observa una caída en la participación del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), que sigue liderando pero ahora con una cuota de 51,2%, la más baja desde en los registros del regulador. Movistar ganó terreno y pasó de 26,6 a 29,9% en el último año mientras que Claro redujo 0,3 puntos su participación hasta 18,9%.

Se mantuvo en crecimiento, en tanto, el mercado de Internet fijo, ahora compuesto por 904.734 suscriptores frente a los 834.784 registrados antes. El 12,9% del total accede vía óptica, el segmento que más creció en el año aunque se mantiene tercero entre las formas de acceso, detrás de cable modem (65,3%) y xDSL (21,1%).

Para 2019 el número de suscriptores al servicio de telefonía fija mantuvo la tendencia a la baja y llegó a 636.504 líneas, 16,6% menos en la comparación. Del total, 64.600 corresponden a VoIP. Ese apartado está dividido entre más de media docena de prestadores, entre ellos Cabletica, que cuenta con el 40% del mercado VoIP.

El servicio de TV paga presenta a diciembre de 2019 presenta una reducción respecto al año anterior en cuanto a su oferta comercial, al registrar un total de 28 proveedores frente a 31 en el 2018. El total de suscripciones cayó de 883.883 a 874.088 en los últimos 12 meses. El 65% del mercado accede por cable, el 29 por satélite y el resto por otras tecnologías.



UNIVERSIDADES MARROQUÍES FUERON PREMIADAS EN LA HUAWEI GLOBAL ICT COMPETITION 2020

Los equipos de la Escuela Nacional de Ciencias Aplicadas de Berrechid (Universidad Hassan I) y Tetuán (Universidad Abdelmalek Essaâdi) obtuvieron respectivamente el primer lugar en la categoría "Nube" y el segundo en la categoría "Red" en el Huawei Global ICT Competition 2020, en la que participaron 110 equipos de 39 países.

Según nota de prensa del Ministerio de Educación Nacional, Formación Profesional, Educación Superior e Investigación Científica, la participación en este concurso es parte de la implementación de los ejes del memorando de entendimiento firmado el 20 de septiembre de 2018 entre el ministerio y la empresa china Huawei Technologies Morocco, con el objetivo de fortalecer la cooperación y la asociación en áreas relacionadas con las

Tecnologías de la Información y la Comunicación.

"El programa de cooperación que une al ministerio con Huawei ha llevado, en particular durante los dos últimos años, a la creación de 14 academias de tecnologías de la información y la comunicación en universidades marroquíes, y a la formación de 700 estudiantes y 90 profesores-investigadores en los campos de la inteligencia artificial y 5G".

16 estudiantes marroquíes, habiendo destacado en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación, se beneficiaron de una residencia cultural y formación técnica y tecnológica en los laboratorios de Huawei en la República Popular China, como parte de la 1ª edición del programa de formación.



VARIAS STARTUPS AFRICANAS HAN MOSTRADO CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN DURANTE LA PANDEMIA

La pandemia Covid-19 ha jugado a favor de la aceleración de la transformación digital y ha demostrado la capacidad de varias startups africanas para adaptarse y explotar mejor esta revolución digital. Esto es lo que surge de la séptima sesión web de MEDays Talks organizada recientemente bajo el tema "Disrupciones: de la pandemia global a la nueva era digital". Iniciado por el Instituto Amadeus, este encuentro contó con la participación de funcionarios y expertos internacionales para enriquecer el debate e identificar las oportunidades a aprovechar esta crisis que enfrenta el mundo.

Hablando en esta ocasión, John Paul Iwuoha, fundador y CEO de Smallstarter Africa, indicó que varias startups africanas han mostrado capacidad de adaptación desde la llegada de la pandemia y se han aprovechado de la situación transformando sus actividades para satisfacer necesidades específicas durante este período de crisis.

El Sr. Iwuoha alentó, además de la inversión en educación y la promoción del espíritu empresarial, la integración de un nuevo enfoque de género en los proyectos de desarrollo de los países africanos.

Esto permite "configurar un modelo sólido de integración femenina a través del emprendimiento digital", dijo.

Por su parte, Irène Ochem, fundadora y directora ejecutiva del Foro de Mujeres Africanas para la Innovación y el Emprendimiento (AWIEF), dijo que la pandemia ha agravado las desigualdades de género en África. Alentó las iniciativas destinadas a empoderar a las mujeres africanas. La Sra. Ochem destacó el papel que desempeñan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la promoción de la inclusión de los jóvenes y las mujeres en África.

MEDAYS TALKS

CONVOCATORIA PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL MUNDO DIGITAL

Expresó la necesidad de que África reinvente el sistema educativo para poder ofrecer a los jóvenes una formación capaz de adaptarse a las demandas del mercado laboral. La Sra. Ochem alentó la integración del desarrollo de la acción africana en una lógica de panafricanismo. Se trata, pues, de "superar las fallas en materia de gobernanza, impulsar iniciativas y poner en marcha las políticas y normativas adecuadas capaces de apoyar la transición digital", subrayó.

Según Olivier Kempf, director de La Vigie, investigador asociado de la Foundation for Strategic Research y director de Cyberstrategy Collection en Economía, la crisis de salud ha contribuido a reforzar las desigualdades en el uso de herramientas digitales y aumentado el riesgo de ciberataques, por lo que exige mucha más inversión en este ámbito para garantizar la seguridad de los sistemas de información. En este sentido, destacó el interés de África y Europa en trabajar juntos y movilizar sus esfuerzos, a través de una alianza que une los dos continentes y con el objetivo de aprovechar esta revolución digital.

El Sr. Kempf agregó que esta asociación permite a las dos partes integrar un mercado potencial de casi 2 mil millones de personas y así poder competir con China y Estados Unidos.



MARRUECOS

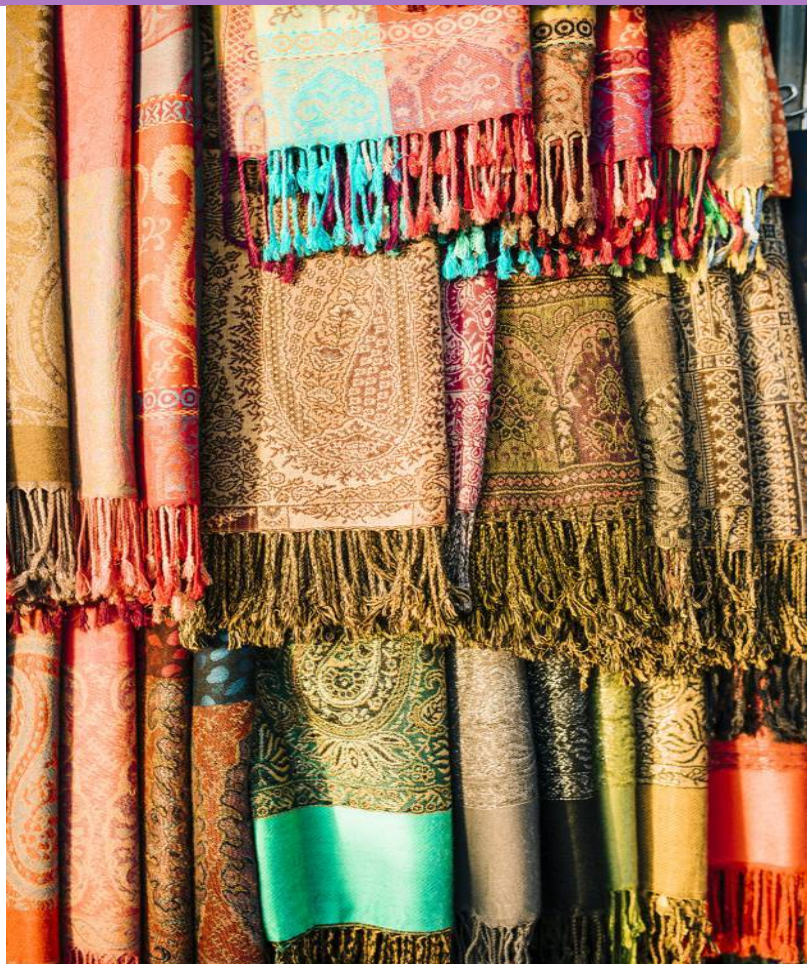
LANZÓ PLATAFORMA DIGITAL PARA PROMOVER LOS PRODUCTOS DE LOS ARTESANOS

Buenas noticias para los artesanos marroquíes. Sus productos ahora pueden tener visibilidad internacional a través de la nueva plataforma, Chic Intemporel.

Es el "primer mercado dedicado a la creación y la artesanía marroquíes". El objetivo es, según esta plataforma, "destacar el trabajo de los artesanos-creadores para que su trabajo sea accesible en todo el mundo". En detalle, esta plataforma tiene como objetivo "hacer más visibles sus creaciones en Internet". Y eso no es todo, "Chic Intemporel es un escaparate gratuito para diseñadores, artesanos, cooperativas y artistas marroquíes", exalta la misma fuente. Mejor aún, la mayor parte del margen se queda con el creador, el artesano o la cooperativa.

A su vez, los compradores tanto nacionales como internacionales pueden realizar sus transacciones en un entorno seguro y contar con una amplia gama de productos y / o servicios a precios competitivos.

Como recordatorio, se firmó un acuerdo de colaboración entre Chic Intemporel y Maison de l'Artisan para hacer frente a la crisis de Covid, impulsar las ventas y promover este sector.



PONEN EN MARCHA MODELO DE AGENCIAS URBANAS DIGITALES 2.0

Este proyecto de transformación digital será objeto de un estudio que se encargará el próximo 21 de diciembre por 4 millones de dirhams. El objetivo de la consulta es diseñar y poner en marcha un modelo de agencias urbanas digitales 2.0, un "acelerador real de la innovación" público a nivel territorial sobre la base de una visión de futuro y con la implementación un sistema de vigilancia urbana.

De esta manera, el ministerio pretende crear agencias urbanas más "eficientes", "efectivas", "modernas", "abiertas y flexibles", ofreciendo al

mismo tiempo a los usuarios y socios servicios simplificados y personalizados.

Se trata también de fortalecer el core business de las agencias urbanas para convertirlas en polos de excelencia territorial mediante la consolidación y puesta en común de esfuerzos y recursos, a fin de facilitar, entre otras cosas, los procesos relacionados con la gestión interna y las profesiones la calidad de los servicios prestados y los problemas urbanísticos observados.

AGENCIAS 2.0

MAJOREL

HIZO DEL TELETRABAJO UNA SOLUCIÓN MILAGROSA

El seguimiento de la actividad de Majorel se ha llevado a cabo con éxito gracias a su agilidad y la capacidad de sus empleados para adaptarse a la nueva situación que impone la crisis sanitaria. El grupo también consideró en la confianza mostrada por sus clientes.

La aceleración digital ha sido una verdadera palanca de rendimiento para Majorel y ha abierto muchas oportunidades de desarrollo, diversificación de sus actividades y expansión internacional.

Es también esta ventaja la que le ha permitido hoy, en tiempos de crisis, demostrar agilidad y hacer una transición exitosa a una nueva forma de trabajar.

En efecto, para asegurar la continuidad de su actividad y contribuir a la creación de valor para el país, Majorel no ha escatimado en medios:

Teníamos que asegurar una movilización sin precedentes de nuestros recursos humanos, tecnológicos y materiales, y congelar proyectos no vitales para favorecer la salud de nuestros empleados y la sostenibilidad de nuestra actividad", especifica la dirección del operador.

Ciertamente, una batería de medidas sanitarias, campaña de prevención y sensibilización, se implementó en un tiempo récord, en paralelo con la implementación del teletrabajo.

Pero Majorel tuvo éxito en el desafío de la continuidad del negocio, gracias a la dedicación de todas las funciones de soporte y de los equipos del departamento de TI, que no escatimaron esfuerzos y "trabajaron día y noche para asegurar la implementación de las condiciones de seguridad de los datos, esencial para el despliegue del teletrabajo", explica Hassan Ghellab, Gerente General de África de Majorel.

Esta implementación no estuvo exenta de limitaciones técnicas. Una vez más, la anticipación ha sido una ventaja y un factor clave de éxito.

ANTICIPACIÓN

Majorel incluso se anticipó a la crisis, habiendo sido probado por el grupo un proyecto piloto de teletrabajo, validado y lanzado oficialmente en el 4º trimestre de 2019. Y la digitalización de los flujos de trabajo de la empresa ha permitido eliminar las iniciales de todos sus procesos internos.

"Estamos orgullosos del éxito de este sistema, sin el cual habría sido difícil mantener la productividad, proteger la salud y el trabajo de nuestros empleados", dice la gerencia. Hoy en día, e incluso con la recuperación y el desconfinamiento, el 70% de los equipos están teletrabajando. Además, sigue vigente el sistema de excelencia en salud desplegado desde las primeras horas de la pandemia, y por el cual Majorel obtuvo la certificación AFNOR. "Nuestra agilidad y la capacidad de nuestros empleados para adaptarse, encarnar nuestro lema que es el #One Team, desarrollar habilidades rápidamente y demostrar responsabilidad y desempeño en el día a día, fue decisivo", subraya el CEO al respecto.

El grupo también cuenta con la confianza depositada por sus clientes, lo que ha permitido generalizar el teletrabajo con su consentimiento. El secreto de este éxito también reside en el hecho de que Majorel ha construido una cartera diversificada de clientes internacionales líderes. Esto le permitió reducir los riesgos asociados a las crisis sectoriales al compensar la caída de la actividad en sectores particularmente afectados por el incremento registrado en otros crecientes. Hassan Ghellab explica que "aquí nuevamente, nuestra estrategia comercial, cuidadosamente considerada e implementada durante muchos años, ha sido un activo real para afrontar la crisis".

Majorel tiene 7.000 empleados en Marruecos, y tiene un fuerte posicionamiento en el África subsahariana, donde su actividad ha creado 2.000 puestos de trabajo distribuidos entre Senegal, Costa de Marfil y Togo. A nivel mundial, los equipos tienen 52.000 empleados en 29 países. Las perspectivas de futuro, una vez superada esta crisis, son prometedoras.

MARRUECOS LANZA UNA PLATAFORMA EN LÍNEA PARA SIMPLIFICAR LOS ARANCELES ADUANEROS

La Administración de Aduanas e Impuestos Indirectos de Marruecos (ADII) ha lanzado un nuevo servicio en línea en beneficio de la comunidad de comercio exterior.

El servicio, disponible en el sitio web www.portnet.ma, permite a las empresas y operadores económicos fuera de Marruecos solicitar de forma remota documentos relacionados con la aduana, sin necesidad de documentos de viaje o físicos.

El servicio en línea entró en funcionamiento el martes 10 de noviembre, luego de la publicación de la circular 6104/410 de ADII. El sitio web permite a las empresas extranjeras que comercian con Marruecos acceder fácilmente al sistema de Base Automatizada de Aduanas de Red (BADR) de ADII. Según ADII, más de 53.000 usuarios ya se han registrado en la plataforma.

El sistema brinda 120 servicios digitales, entre los que se encuentran la declaración de productos, la simulación de impuestos a aplicar sobre los

productos y el pago en línea de derechos de aduana, entre otras funciones. Según ADII, la nueva plataforma web mejorará significativamente la facilitación de las operaciones comerciales transfronterizas al hacerlas más fluidas.

También acelerará la inspección de las mercancías que entran en Marruecos y proporcionará una mayor transparencia a las relaciones entre la administración de aduanas y las empresas.

ADII capacitó a los funcionarios de aduanas sobre cómo utilizar el programa en todos los puertos, aeropuertos y cruces fronterizos de Marruecos. También se ha capacitado a funcionarios que trabajan en instituciones relacionadas con los aspectos logísticos y financieros de las aduanas.

La nueva plataforma se enmarca en los esfuerzos de Marruecos para fomentar y facilitar el comercio exterior, especialmente porque las aduanas representan una importante fuente de ingresos para el estado marroquí. En 2019, las aduanas marroquíes generaron ingresos por 103.700 millones de MAD (10.500 millones de dólares).

En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies qui assurent le bon fonctionnement de nos services. [J'ai compris.](#) Français العربية

PORTNET
التجارة الإلكترونية الوطنية لمساعدة مساهم التجارة الخارجية
GUICHET UNIQUE NATIONAL DES PROCÉDURES DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Accueil

Qui sommes-nous?

Offres et services

Support

Événements

Centre des médias

Nous contacter

ACCÈS GUICHET UNIQUE

Utilisateur

Mot de passe

[Nouveau client ?](#)

[Mot de passe oublié ?](#)

Se connecter

+ Témoignages

INWI SE ENCARGA DE LA GESTIÓN DE LA RED DE TELECOMUNICACIONES EN ZENATA

Los futuros habitantes de la Ecociudad Zenata tendrán acceso a fibra óptica (FTTH) a través del operador inwi. De hecho, este último acaba de ser seleccionado por la Société d'Aménagement Zenata (SAZ), una filial del Grupo CDG, para la gestión y operación de la red de telecomunicaciones en una parte de la ciudad.

Al final de una licitación, como operador gerente de Eco-Cité Zenata, inwi será responsable de apoyar a la Société d'Aménagement Zenata (SAZ) en todas las etapas de desarrollo y mantenimiento de la red FTTH de esta Eco-Cité. Se acaba de firmar un acuerdo a tal efecto entre el operador de telecomunicaciones y SAZ en noviembre de 2020.

En respuesta a este evento, el subdirector general de negocio y desarrollo de inwi, Mohamed Benmahjoub, indicó que "la selección de inwi para la realización de este ambicioso proyecto confirma la experiencia del operador en términos de despliegue y gestión de redes en fibra óptica destinada tanto a profesionales como a particulares".

Por su parte, Mohammed Amine El Hajhouj, director general de la Société d'Aménagement Zenata, afirmó que "a través de esta alianza con inwi para la gestión de la red FTTH llevada a cabo por la SAZ, los futuros habitantes de la Ecociudad

Zenata podrá beneficiarse de una conexión de telecomunicaciones de fibra óptica de alto rendimiento, al tiempo que obviamente conserva su libertad para elegir cualquier operador telefónico local". Agregó que los compromisos asumidos por inwi en el marco de esta alianza en cuanto al mantenimiento y operación de la red que le ha sido encomendada, garantizan una mayor confiabilidad de la red y tiempos de intervención reducidos.

Para esta misión, y con el fin de brindar un mejor apoyo a SAZ, inwi establecerá una ventanilla única para inversores, promotores y operadores comerciales a cargo del desarrollo del proyecto Eco-Cité Zenata. "También se creará una unidad técnica por parte de inwi con el fin de ofrecer a los distintos actores una asistencia técnica y operativa permanente. También permitirá gestionar, en tiempo real, cualquier incidencia que pueda ocurrir en la red", indica el operador.

Como recordatorio, Eco-Cité Zenata cubre un área de 1.860 ha y tiene como objetivo albergar a 300.000 habitantes y crear 100.000 puestos de trabajo. Situada entre Casablanca y Rabat, la Ecociudad Zenata es la primera ciudad que ha obtenido la etiqueta de rendimiento "Ecocity Label" (ECL), emitida por Cerway (organismo internacional y operador que certifica HQE™) y también obtuvo la certificación Desarrollo HQE.



INAUGURADA INCUBADORA DE EMPRESAS MOUKAWILAB EN RABAT

La incubadora de empresas MoukawiLab de la Agencia Nacional para la Promoción del Empleo y las Competencias (ANAPEC), en la prefectura de Rabat, fue inaugurada el martes durante una ceremonia presidida por el Ministro de Trabajo e Integración profesional, Mohamed Amekraz.

MoukawiLab, iniciado por la Asociación para la Promoción de la Educación y la Formación en el Extranjero (APEFE) Wallonie Bruxelles y la Delegación General Wallonie Bruxelles, en colaboración con ANAPEC, tiene como objetivo incubar y Apoyar cualquier idea portadora o proyecto empresarial que se haya iniciado dentro de la prefectura de Rabat.

En esta ocasión, el señor Amekraz indicó que las incubadoras consideran como un enfoque innovador apoyar a los líderes de proyectos en la creación y desarrollo de su negocio, a través de altos estándares de calidad. Este innovador dispositivo está co-diseñado en el marco del programa de apoyo al emprendimiento belga-marroquí "Min Ajliki", supervisado por el ministerio. Creada por APEFE Valonia-Bruselas, esta iniciativa para apoyar el espíritu empresarial femenino está financiada por la cooperación belga para el

desarrollo. El proyecto pretende ser un catalizador para el espíritu empresarial y la innovación a nivel de la región de Rabat-Salé-Kénitra, continuó el Sr. Amekraz.

El valor agregado del proyecto se basa en la capacidad de ofrecer un seguimiento de calidad en beneficio de los líderes del proyecto brindándoles apoyo individual y colectivo para la creación y desarrollo de la empresa que impulsa su crecimiento, dijo.

Por su parte, el embajador de Bélgica en Marruecos, Marc Trenteseau, indicó que el objetivo del centro MoukawiLab es ayudar a los jóvenes emprendedores a atravesar los primeros meses de creación de su negocio, considerada la etapa más difícil.

También ayudará a los líderes de proyectos durante el período posterior a la creación de su empresa, agregó el Sr. Trenteseau, y señaló que este enfoque es parte del contexto general de fortalecimiento de las relaciones entre Marruecos y Bélgica.

Por su parte, el director general de ANAPEC, Abdelmounime El Madani, señaló que la rendición de cuentas del servicio público de ANAPEC la compromete a

de ANAPEC la compromete a apoyar a los jóvenes para obtener resultados en materia de integración económica que pueden tomar la forma de integración a través del empleo asalariado o mediante la iniciativa empresarial / Autoempleo.

ANAPEC también tiene como objetivo apoyar a los jóvenes en su iniciativa empresarial. "La Agencia ha acumulado una gran cantidad de conocimientos y experiencia en términos de hacerse cargo de los jóvenes que portan ideas de negocios en la fase de pre-creación", dijo.

Ubicado en el complejo Multiservices Akkari, albergará una serie de empresas que requieran apoyo y / o alojamiento para su desarrollo. La oferta de servicios de MoukawiLab se estructurará en torno al ecosistema local para ofrecer un máximo de servicios, eventos y momentos destacados a los creadores de negocios.

En la actualidad, MoukawiLab se encuentra en una fase de recolección de los primeros resultados de un apoyo post-creación formalizado que atiende las necesidades de los emprendedores, de ahí el interés de continuar esta alianza para el modelado de incubadoras ANAPEC en todo el territorio nacional.



okdiga

SOLUCIONES INTEGRALES
DE **CONTACT CENTER**

www.okdiga.com

+34 910 606 103 · hola@okdiga.com



CRI SOUSS-MASSA

LANZA NUEVAS HERRAMIENTAS DIGITALES

El Centro Regional de Inversiones de Souss-Massa quiere convertir a la tecnología digital en la punta de lanza de la inversión en esta región a través de tres nuevas herramientas: una guía territorial, un mapeo y un nuevo portal.

El CRI Souss-Massa lanzó recientemente tres nuevas herramientas digitales para fortalecer el atractivo de la región, incluida una guía que destaca la oferta de la región en términos de suelo industrial y oportunidades de inversiones para permitir a los líderes de proyectos un mejor acceso a la información y facilitar la toma de decisiones.

Este último destaca la oferta industrial de la región: la zona franca de Souss-Massa, el Parque Haliopolis, los parques industriales integrados de Agadir (1 y 2); las Zonas Industriales de Ouled Teima y Tiznit, así como la futura Zona de Actividad de Tata. También destaca todos los factores de atractivo de la región, así como las infraestructuras de la región de Souss-Massa y todos los proyectos de desarrollo planificados que hacen del destino de Souss-Massa un destino industrial por excelencia.

Esta guía también presenta una gran cantidad de tierra que puede ser explotada y urbanizada en zonas industriales de acuerdo con estándares operativos en beneficio de inversionistas

nacionales e internacionales a precios de salida atractivos y competitivos a escala nacional.

Así, la oferta de suelo industrial en Souss-Massa se presenta en detalle en su guía y se mapea en el sitio www.zonesindustriellessoussmassa accesible al público en general. Esta plataforma constituye un mapeo digital de zonas industriales y facilita la búsqueda de inversionistas y líderes de proyectos que deseen adquirir lotes de terreno disponibles dentro de las distintas zonas industriales de la región, en base a filtros y criterios predefinidos, como la vocación de la superficie, el método de comercialización, la superficie, el precio, la proximidad a las infraestructuras o los servicios ofrecidos.

Estas dos herramientas respaldan el plan regional de aceleración industrial lanzado en enero de 2018 bajo la presidencia de Su Majestad el Rey Mohammed VI.

A partir de ahora, el trío (guía de suelo industrial, cartografía digital y nueva plataforma digital para la presentación de archivos de inversión CRI-Invest) constituye la apuesta de un servicio digitalizado, eficiente, accesible y rápido para los líderes de proyectos industriales establecido en la región de Souss-Massa.

المركز الجهوي للاستثمار - سوس ماسة
Centre Régional d'Investissement - Souss Massa



[Informations générales](#) [Cartographie](#) [Actualités](#) [Contact](#)

La destination idéale pour accueillir votre projet

ZONES INDUSTRIELLES SOUSS MASSA



Plus de filtres

Rechercher

LEXIS MA EL NUEVO PORTAL LANZADO POR LEXISNEXIS

Lexis Ma es el nuevo portal lanzado por LexisNexis, uno de los líderes mundiales en información legal y legaltech. Accesible desde el 9 de noviembre, la plataforma presenta contenido oficial y editorial para apoyar a abogados, estudiantes y profesionales.

Lexis Ma reemplaza a Lexis Maroc, el primer portal de LexisNexis lanzado en 2013.

“Completamente rediseñado, la interfaz es particularmente intuitiva. Lexis Ma se beneficia de las tecnologías más avanzadas desarrolladas por LexisNexis. Entre las muchas innovaciones de esta nueva versión, destacaremos en particular el motor de búsqueda inteligente que permite un acceso fácil y ultrarrápido a la información”, dijo la fuente oficial.

La plataforma está completamente disponible para PC, dispositivos móviles y tabletas,

las preguntas urgentes se pueden resolver en el lugar, incluso en una situación móvil”.

A través de Ikone Juris, su representante exclusivo en Marruecos, LexisNexis tiene como objetivo apoyar a abogados, notarios, contables, académicos y juristas de entidades públicas y privadas en su práctica diaria, Lexis Ma les proporciona contenido de fuentes oficiales: el Boletín Oficial del Reino de Marruecos (BORM) en francés y árabe, códigos, leyes consolidadas y temáticas así como decisiones judiciales entre otros servicios.

El portal Lexis Ma también incluye los nueve actos uniformes adoptados por los 17 Estados miembros de la Organización para la Armonización en África del Derecho Mercantil (OHADA), así como jurisprudencia y muchos otros documentos, estudios y resúmenes que permiten entender la ley OHADA.



 LexisNexis®
RISK SOLUTIONS



LexisNexis®

LA DIGITALIZACIÓN

SE CONVIRTIÓ EN UN VERDADERO CATALIZADOR PARA EL RELANZAMIENTO DEL SECTOR INMOBILIARIO

Lo digital se ha convertido hoy más que nunca en una herramienta imprescindible para relanzar el sector inmobiliario. Esta es, en esencia, la observación realizada por los profesionales del sector durante un webinar organizado por Avito, el pasado 11 de noviembre, sobre el tema "El papel del ecosistema digital en el relanzamiento del sector inmobiliario".

Para Abdelghani Yassa, presidente de la Asociación de promotores inmobiliarios de Kénitra, la digitalización ha permitido a la profesión mantener el contacto con clientes y prospectos durante el confinamiento.

"Cuando todo se cerró en el sector, la tecnología digital nos permitió estar en contacto con los clientes. Una vez levantada la contención, pudimos materializar las ventas gracias a la prospección realizada a través de las redes sociales", explica Amine Mernissi, experta en bienes raíces.

Para él, lo digital es esa herramienta que ha permitido mantener al "paciente" bajo oxígeno mientras todo estaba paralizado durante el encierro.

"Tras el encierro, la demanda volvió gradualmente gracias a lo digital", subraya.

Para algunos promotores, la crisis sanitaria fue un

verdadero catalizador para la reorientación de la herramienta de marketing hacia lo digital. Este es el caso de Chaâbi Lil Iskane. "Durante el encierro, cambiamos de rumbo enfocándonos principalmente en lo digital para continuar con nuestras campañas de comunicación. Por lo tanto, hemos invertido en redes sociales para promocionar nuestros productos y organizar visitas virtuales a nuestros sitios", dice Hind Zaïker, gerente de marketing y comunicación de la filial inmobiliaria de Yenna Holding. La compañía pretende sacar provecho de esta experiencia para relanzar su actividad poscrisis.

Para otros promotores, el confinamiento no habrá tenido un impacto real en sus relaciones con los prospectos, ya que la herramienta digital era ya su medio esencial de comunicación y prospección. Este es el ejemplo del operador de Badr, Lil Iskane. "Ya estamos centrando nuestros esfuerzos de comunicación y marketing en lo digital. Con el encierro, fueron necesarios algunos pequeños reajustes para continuar con nuestras actividades. El consumo de redes, que aumentó durante el confinamiento, nos permitió atraer nuevos clientes", asegura Amine Sehail, gerente de marketing y comunicaciones de Badr lil Iskane. Para él, como para otros operadores, la reactivación del sector poscrisis también vendrá a través de lo digital.



EXPERIENCIA CON EL CLIENTE

SOCIETE GENERALE MAROC

LANZA SU PROGRAMA DE AGENCIAS DEDICADAS

Societe Generale Maroc acaba de abrir un centro en Casablanca dedicado a Profesionales y VSE.

Esta es la primera agencia 100% Pro-TPE, de las diez previstas en las principales zonas económicas del país. Este espacio dinámico y conectado reinventa el modelo de relación con este segmento de clientes, ofreciendo experiencia y ofertas a medida en términos de financiación, leasing, seguros y servicios bancarios diarios.

Los profesionales y las VSE representan un mercado clave para Société Générale Maroc. De esta forma, el banco continúa desplegando su plan de aceleración destinado a fortalecer su sistema de soporte y proximidad a favor de este segmento de clientes, que constituye un importante motor de crecimiento.

Societe Generale Maroc acaba de abrir un espacio dedicado exclusivamente a este target, el primero de una docena planificada en las principales zonas económicas del país.

"Beneficiándose de una ubicación estratégica en el corazón del distrito de Maarif, la agencia Twin Center en Casablanca se está renovando y se convierte en una agencia que atiende exclusivamente a la clientela de Profesionales: profesiones liberales, gerentes de negocios, comerciantes, artesanos y TPE", detalla el banco en nota de prensa.

El sistema ofrece "ofertas a medida y un soporte integral" centrado en la proximidad, la escucha y el asesoramiento. Su objetivo es ser un centro de experiencia en términos de financiamiento, arrendamiento financiero, seguros y servicios bancarios diarios.

"La Agencia 100% Pro-TPE es la encarnación de los valores del nuevo modelo relacional implementado como parte de nuestro plan de transformación Avenir 2019-2022 que tiene como objetivo, entre otras cosas, hacer la banca aún más simple y

accesible con más proximidad para una intensificación de la relación con el cliente", indica Mehdi Benbachir, DGA - Société Générale Maroc.

Societe Generale Morocco ha establecido un plan de aceleración para apoyar a las empresas muy pequeñas y a los jóvenes creadores de empresas. Se basa en cuatro componentes principales, parte de un enfoque de inclusión financiera activa, escucha y cooperación reforzada con estructuras pequeñas.

El primer componente consiste en la creación de espacios Pro / TPE en las principales zonas económicas del país. El segundo tiene como objetivo desplegar un sistema "referente de TPE" en la mayoría de las ciudades donde está presente Societe Generale Maroc. Este sistema será el punto de entrada para cualquier cliente potencial / VSE que necesite apoyo en temas relacionados con la creación de empresas, la elección de la forma jurídica, impuestos, soluciones de financiación, a la construcción de un plan de negocios, etc.

El tercer componente tiene como objetivo reestructurar la oferta bancaria de las muy pequeñas empresas para satisfacer la mayoría de las necesidades: acceso a financiamiento, desarrollo empresarial, reestructuración, gestión de caja, asistencia legal, etc. Finalmente, el plan de aceleración prevé el fortalecimiento de la proximidad mediante la organización de acciones en el campo.

Se programará un road show en las regiones para conocer a jóvenes emprendedores, comprender mejor sus dificultades en la realización de sus proyectos, pero también para permitirles intercambiar con líderes empresariales, expertos en coaching y expertos en bancos que compartirán sus experiencias y buenas prácticas.



الشركة العامة
SOCIETE GENERALE

5G: ¿DÓNDE ESTÁ EL MUNDO? ¿Y MARRUECOS?

Si bien algunos operadores se están preparando para adoptar 5G, otros ya están muy lejos. Pero, ¿dónde estamos realmente? Según el último recuento de GSA (Asociación mundial de proveedores móviles), hay 131 servicios comerciales 5G en todo el mundo proporcionados por 124 operadores de telecomunicaciones en 44 países y territorios.

En la actualidad, GSA tiene no menos de 397 operadores de telecomunicaciones en 129 países y territorios que invierten en 5G. Aunque la crisis del coronavirus ha retrasado el despliegue de esta tecnología a nivel mundial, la asociación británica parece bastante optimista.

De hecho, las últimas previsiones indican que 5G podría llegar a mil millones de usuarios para 2023. La misma fuente indica que hay más de 400 anunciados como 5G compatibles por 96 fabricantes (teléfono, tableta, PC portátil, auricular inalámbrico, router, módem, llave USB, adaptador...). De este total, 200 son teléfonos inteligentes, de los cuales 148 ya están disponibles en el mercado, y 118 módems para acceso a Internet de banda ancha fija e inalámbrica.

En cuanto a la velocidad de conexión (descarga, carga), la empresa de análisis móvil Open Signal reveló, en su último informe, que las pruebas realizadas arrojan una tasa de transferencia en Arabia Saudita de 377Mbit / s.

Los segundos en el podio son los coreanos, los primeros del mundo en desplegar una red 5G, con una tasa de transferencia de 336 Mbit / s. Australia ocupa el tercer lugar con una velocidad de 215 Mbit / s. Para el resto del mundo, el listón de los 200 Mbit / s aún no se ha cruzado.

Más allá de su contribución a Internet móvil, el 5G permitirá un aumento de velocidades, la cantidad de dispositivos conectados y una reducción de la latencia, lo que permitirá desbloquear nuevos usos. "Hoy, la ambición es permitir el despliegue lo antes posible de la red 5G con operadores de telecomunicaciones para permitir que el ecosistema digital local impulse su conectividad y aproveche al máximo las oportunidades tecnológicas y comerciales vinculadas a Internet de objetos (IOT), la nube, Big Data e inteligencia artificial", subraya Chakib Achour, director de marketing estratégico de Huawei Marruecos.

Técnicamente, Maroc Telecom, Inwi y Orange están ahora en la carrera y dicen que están listos para implementar esta nueva tecnología. Para facilitar la transición a 5G para los operadores y clientes marroquíes, la ANRT ha rediseñado el sistema legal, en particular la Ley No. 121-12, que modifica y completa la Ley No. 24-96. Además, el regulador del sector de las telecomunicaciones ya ha lanzado con éxito pruebas experimentales tanto en interiores como en exteriores.



5G

La 12ª edición de los Premios Comunicaciones Hoy ya tiene ganadores. Elegidos por el Jurado, entre las más de cien candidaturas de soluciones y proyectos TI presentadas en una edición que, dadas las circunstancias de la pandemia no ha podido celebrar su gala de entrega anual.

AWS Snowcone, ganador en la categoría de Almacenamiento y Servidores.

Salesforce Service Cloud Voice, solución ganadora en la categoría de Comunicaciones Unificadas. Finalistas: Innovaphone my Apps Cloud y el sistema telefónico 3CX.

VMware Workspace, mejor solución en la categoría de Movilidad. Han resultado finalistas Stormshield SDS for C&M Agentless y AWS Wavelength.

Mobileiron Zero Sign On, ganador en la categoría de Seguridad Informática, por delante de CyberArk Alero y ZeroFOX, las dos soluciones finalistas.

UiPath Hyperautomation platform, solución ganadora en la categoría de Software Empresarial. Resultaron finalistas: Liferay DXP 7.2 I y Microsoft Power Platform / Power APPs.

Microsoft Azure Synapse Analytics, solución ganadora en la categoría de Big Data. Amazon Forecast de AWS y NetApp Data Science Platform han sido los dos finalistas de la categoría.

Nutanix Clusters, mejor solución Cloud Computing. Los finalistas de la categoría: Microsoft Windows Virtual Desktop y Amazon Braket de AWS.

Eaton EnergyAware&xStorage, ganador en la categoría Solución para el CPD. Resultaron finalistas en la categoría: Lenovo XClarity Orchestrator y Data4 Smart DC.

Biocryptology Plataforma de Identificación, primer premio en la categoría Customer Experience. Microsoft Dynamics 365 Customer Insights y AWS Contact Lens for Amazon Connect fueron los dos finalistas de la categoría.

NEORIS Data Storytelling para análisis del impacto del COVID en la Operación de CEMEX, ganador en la categoría de Transformación-Innovación Digital. Implantación de Sistema de Planificación y Ejecución de Altia-Leroy Merlin y Modernización centro de datos de CaixaBank por vmware fueron los proyectos finalistas en este apartado.

GANADORES DE LA 12AVA EDICIÓN DE LOS PREMIOS COMUNICACIONES HOY



CURSOS ONLINE

LEGISLACIÓN

¿Y SI APROVECHAS
EL TIEMPO
QUE ESTÁS
EN CASA?

- APLICACIÓN PRÁCTICA DEL REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD)
- FIRMA Y FACTURACIÓN ELECTRÓNICA
- LEY DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (LSSI)
- PLAN DE IGUALDAD DE GÉNERO
- REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD)
- SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN



www.formantec.es



hola@formantec.es

formantec

Okdiga

SOLUCIONES DE
CONTACT CENTER

www.okdiga.com



+34 910 606 103 · hola@okdiga.com





descuelgo

PORTAL DE EMPLEO PARA CONTACT CENTER

**ENCUENTRA
EL TRABAJO QUE SUEÑAS**

Nuevo portal de empleo para
teleoperadores y empresas
de centros de llamadas

www.descuelgo.com