



Repensando el Monitoreo de la Calidad

Desde hace 30 años aproximadamente, el monitoreo de la calidad de los centros de contacto es un proceso convencional realizado casi de la misma manera por muchas –o la mayoría—de las organizaciones. La calidad representa una visión interna de lo que las organizaciones consideran una experiencia satisfactoria para sus clientes, pero los tiempos cambiaron. ¿Cuáles son los desafíos y riesgos para las organizaciones que todavía sostienen el proceso de monitoreo de calidad convencional?

Evaluaciones de Calidad Convencionales: Limitadas y Sesgadas

El típico proceso de evaluación de calidad requiere una selección aleatoria de un número pequeño de llamadas mensuales por agente. Una persona o un equipo designado dentro de la organización tiene la facultad de evaluar esa muestra en función de indicadores clave de desempeño (KPI), que a menudo se concentran en lograr ahorro de costos, incluidos tiempo de manejo promedio y resolución de la primera llamada. Tal vez, las evaluaciones más complejas intenten interpretar la percepción de calidad del cliente.

El desafío de este proceso es que no permite extraer conclusiones válidas desde el punto de vista estadístico usando una pequeña muestra de llamadas. Sin embargo, en la práctica del monitoreo de calidad convencional, dicho dato se utiliza para calcular el Puntaje del Índice de Calidad, o QIS por sus siglas en inglés. Veamos un escenario donde un agente recibe 75 llamadas por día y trabaja 22 días al mes.

- Setenta y cinco llamadas por día multiplicadas por 22 días de trabajo al mes equivalen a 1.650 llamadas por mes.
- Se monitorean cinco llamadas por mes por agente.
- El QIS sería 0,003 por ciento (5 dividido por 1.650).

Ahora bien, apliquemos formulas estadísticas estándares a estos datos. Si usted está dispuesto a aceptar un margen de error del 10% con un nivel de confianza del 90% en el volumen de este agente, necesitaría una muestra de 66 llamadas.

Si está dispuesto a aceptar un margen de error del 5% con un nivel de confianza del 95% en el volumen de este agente, entonces necesitaría una muestra de 312 llamadas.

Resulta difícil muestrear la gran cantidad de llamadas necesarias para obtener información de valor, lo que presenta varios desafíos si se desea llevar el monitoreo de la calidad a un nivel superior que verdaderamente tenga un impacto en la experiencia del cliente. Exploreemos las tres cuestiones:

- **Personal** – Los centros de contacto no están equipados con personal para desempeñarse con bajo margen de error y alto nivel de confianza. Éste es un modelo de costos muy elevados y rara vez, o nunca, vemos este tipo de modelo implementado en un período dado.



- **Tamaño de la muestra** – El muestreo aleatorio puede encontrar resistencia entre los que se ven obligados a aceptar el “coaching” y el “feedback” sobre una muestra pequeña, y con razón. Estadísticamente, el muestreo de cinco llamadas produce un nivel de confianza del 16%, pero en general los niveles de tolerancia de confianza se discuten en rangos del 90% o más.
- **Resultados sesgados** – Aun una muestra pequeña de cinco puede llevar a la organización de calidad a que realice una pre-selección e incline la muestra de manera de evitar las llamadas largas y cortas. Al no evaluar las llamadas prolongadas, se evitan situaciones en las que violan los procesos o procedimientos o se observa la necesidad de capacitación adicional para los agentes. Si no se evalúan las llamadas breves, se puede evitar el análisis y ahorros de costos potenciales asociados con trasladar un porcentaje de las mismas a la modalidad de auto-servicio.

Cómo puede ayudar la Analítica de Voz

Las soluciones de analítica de voz pueden ayudarlo a evolucionar al pasar de un Monitoreo de Calidad tradicional a un programa de Gestión de Calidad focalizado y capaz de ofrecer beneficios significativos. Por ejemplo, Verint® Analytics-Driven Quality™ permite a las organizaciones analizar y categorizar grandes volúmenes de llamadas de manera automática, ayudándolas a cruzar el “abismo de la calidad” al agregar relevancia estadística a las evaluaciones de las llamadas.

La solución puede ayudar a su organización a evaluar las llamadas en función de dos criterios:

- **Comportamientos:** Rango de acciones y formas de actuar propias de los agentes.
- **Resultados:** Resultado del proceso o problemas de comportamiento, a veces fuera del control del agente.

Verint Analytics-Driven Quality brinda la capacidad de realizar una categorización flexible de las llamadas en base a su industria, así como la emisión de informes que pueden complementar los informes de gestión de calidad actuales. A continuación se muestran algunos ejemplos de los tipos de llamadas que se puede categorizar en forma automática:

Comportamientos	Resultados
Emociones expresadas en llamadas	Escalada de llamadas
Frase de apertura apropiada o identificación de llamada adecuada	Re-llamadas (por parte del agente o cliente)
Lenguaje de espera	Incapacidad para asistir a la persona que llama
Confusión expresada en llamadas	Redirige y transfiere
La persona que llama expresa satisfacción o palabras/frases positivas usadas	Visibilidad sobre la facilidad de hacer negocio



Cómo Apalancar los Datos y el Conocimiento

Al evaluar todas las llamadas en forma automática, su organización puede obtener un muestreo estadísticamente válido así como una perspectiva completa sobre los comportamientos del agente y el cliente. También se puede lograr un conocimiento más profundo sobre los resultados que demuestran la facilidad con la que los clientes hacen negocio con usted –y los problemas de proceso que producen volúmenes innecesarios. Con todo este conocimiento, usted puede explorar oportunidades para mejorar los canales de auto-servicio que le permitan a sus clientes bajar costos y brindar a los gerentes y *coaches* una visión impulsado por datos sobre el desempeño de cada empleado.

Verint. Powering Actionable Intelligence.®

Verint® es líder global en soluciones de inteligencia procesable Actionable Intelligence® para la optimización del compromiso con el cliente, inteligencia de seguridad así como fraude, riesgo y conformidad. En la actualidad, más de 10.000 organizaciones de más de 180 países utilizan las soluciones de Verint para tomar decisiones más informadas, eficaces y oportunas. Para mayor información, ingrese en www.verint.com.

Siga-nos

