



Case Study

Chronopost





“Chronopost Internacional está presente en Portugal desde 1997 y es un socio privilegiado del sector empresarial de correo rápido bienes en todo el territorio nacional y en más de 230 países.”

Case Study: Chronopost

Desafío

- Profesionalizar el Contact Center con una solución tecnológica
- Capacitar a los agentes con una aplicación completa y fácil
- Aumentar el control sobre los indicadores de Contact Center
- Proporcionar información relevante en tiempo real a los supervisores
- Optimizar la atención y flujos de trabajo de Contact Center solución

Solución

- La instalación de un IPBX para toda la organización
- Implementación de GoContact en dos localizaciones
- Suministro de voz Inbound y Outbound, Smart Scripting, Tickets y módulo avanzado de IVR
- Press to Callback y Press to Voicemail para gestionar los picos de llamadas

Resultados

- La optimización de los flujos de trabajo con el uso de los buzones de correo inteligente
- Mejora de las órdenes de gestión establece con un “agente virtual”;
- Conocimiento profundo de todas las interacciones con los clientes, una visión Omnicanal



“Para asegurar la respuesta y la calidad de los servicios prestados a los clientes son pilares fundamentales para el éxito de Chronopost.”

“La innovación y el liderazgo tecnológico son factores que tienen diferenciando un papel fundamental en esta estrategia y la relación de excelencia que Chronopost tiene con sus clientes.”

Transportar mejores experiencias de servicio

Chronopost Internacional está presente en Portugal desde 1997 y es un socio privilegiado del sector empresarial de correo rápido bienes en todo el territorio nacional y en más de 230 países. La compañía es una filial al 100% de GeoPost Group, el holding para el mercado CEP (Courier paquete exprés) de La Poste y su estrategia consiste en reconocimiento de Chronopost como la compañía de transporte de referencia Expres hasta 31,5 kg para Portugal y para Europa, los segmentos B2B y B2C. La innovación y el liderazgo tecnológico son factores que tienen diferenciando un papel fundamental en esta estrategia y la relación de excelencia que Chronopost tiene con sus clientes.

La importancia estratégica del Contact Center

Para asegurar la respuesta y la calidad de los servicios prestados a los clientes son pilares fundamentales para el éxito de Chronopost. En este contexto, Contact Center tiene un papel muy destacado y activo no sólo en el apoyo clientes, sino en la garantía de calidad y una experiencia de servicio factores positivos y únicos que se reflejan directamente en la satisfacción del cliente.

Uno de los principales objetivos era la profesionalización del Contact Center con la introducción de tecnología que permita, por una parte, el control de indicadores fundamentales y, por otro, tomar decisiones sobre la base de estos indicadores para la mejora continua de la eficiencia y el aumento de la satisfacción del cliente.

De este modo, y para garantizar una experiencia de excelente servicio, era necesario encontrar una solución moderna que podría ser flexible y, al mismo tiempo, que cubriese las necesidades en términos de funcionalidad. Chronopost, tras estudiar las diferentes alternativas en el mercado, eligió los atributos presentados por la solución GoContact.

“De esta forma, Chronopost consigue obtener información concreta sobre quien conecta, el porque de estar conexión y el tratamiento que es realizado a cada interacción.”

Habilitar el Contact Center con GoContact

Con GoContact, Chronopost consiguió desarrollar una estructura de Contact Center más adaptada a las necesidades de su negocio. La solución de Contact Center fue implementada en dos localizaciones, Oporto y Lisboa, para líneas de Inbound y Outbound. Estos canales son utilizados para la gestión de pedidos, aunque también debe realizar un seguimiento que Chronopost realiza a sus clientes.

Paralelo a la solución de Contact Center, fue también implementado un IPBX en toda la organización, permitiendo de esta forma el direccionamiento de las llamadas del Contact Center para las extensiones del IPBX. De esta forma, es posible garantizar que los clientes hablan siempre con la persona correcta, en cualquier departamento de Chronopost.

Tras la implementación de la solución de Contact Center se permitió algunas mejoras, a nivel de FrontOffice y de BackOffice, como la tipificación de las llamadas, lo que posibilitó no solo el conteo sino la calificación de las mismas.

De esta forma, Chronopost consigue obtener información concreta sobre quien conecta, el porque de estar conexión y el tratamiento que es realizado a cada interacción. Toda esta información es rastreada a través de informes en tiempo real, posibilitando a gestores y supervisores una gestión del Contact Center y de sus equipos con más conocimiento y apoyada en datos e información.

En una perspectiva de mejora de los workflows y del servicio al cliente, la implementación de funcionalidades como IVR, smart scripts, click to voicemail y press to callback tuvo un papel muy relevante. La introducción de estas funcionalidades no solo mejoró el cumplimiento de los SLA's de la empresa, sino que también mejoró la gestión de picos en las llamadas al Contact Center.

“Al facilitar el trabajo de los diversos intervinientes del Contact Center, es posible que estos se enfoquen exclusivamente en la atención y en la resolución de las interacciones.”

Más recientemente, fueron introducidas dos funciones nuevas, un módulo de Tickets y un “Agente Virtual”. La función de Tickets agilizó los flujos de trabajo que pasaron de una óptica de email más tradicional al uso de mailboxes inteligentes, que permiten optimizar significativamente los workflows en el Contact Center. Por otro lado, el “Agente Virtual”, es un módulo avanzado de IVR que fue desarrollado e integrado con las aplicaciones internas de Chronopost, para permitir que los clientes sean informados sobre el estado de sus pedidos, sin que sea necesario comunicarse con un agente. Son este tipo de soluciones las que permiten al Contact Center de Chronopost florecer y mejorar de forma muy significativa las interacciones con sus clientes.

Consolidación de recursos y resultados

Para consolidar todo el éxito que Chronopost ha tenido en el mercado portugués, la innovación y ser líder en términos de tecnología continúan siendo dos factores fundamentales en la estrategia de la empresa.

GoContact ha colaborado con Chronopost en todo este proceso, garantizando un conocimiento más profundo del Contact Center, de la calidad de los servicios y de sus clientes. Estos factores, junto con el refinamiento de los flujos de trabajo, la mejora de la gestión de los recursos y la introducción de nuevas funciones, permiten consolidar toda la información recogida para perfeccionar de forma continua la atención y los servicios de Chronopost.

Al facilitar el trabajo de los diversos intervinientes del Contact Center, es posible que estos se enfoquen exclusivamente en la atención y en la resolución de las interacciones. Esto se traduce en la mejora de la experiencia y de la satisfacción de los clientes y al mismo tiempo de todos los agentes e intervinientes con el Contact Center y con la organización.

Testimonio de cliente



“Chronopost es responsable del servicio a clientes desde el año 2000. Pueden contarse los cambios provocados por la intruducción de la solución para Contact Center de GoContact desde su implantación en inicios del 2015. Innovadora y versatil, esta aplicación permitió una gestión completamente diferente de los recursos a través del análisis sistemático y diario de los resultados con una mejora en la calidad de servicio prestada a nuestros clientes. Es por esto que GoContact se confirma como un verdadero partner en un área extremadamente importante de la empresa por su dinamismo, disponibilidad y entusiasmo, posicionado en la búsqueda de soluciones innovadoras. Un partner a tener en cuenta!”

Carlos Pereira,
Director Nacional de Ventas y Servicios a Clientes de Chronopost



www.gocontact.com

