

Las personas son el corazón del negocio

ENTREVISTA:

Mike Mills, SVP, Global BPO Solutions



¿Cuál es la estrategia general de la compañía y cómo encaja CGS Chile en esa estrategia?

Mike Mills (MM): Cuando me uní a CGS hace tres años, mi mandato era hacer crecer el negocio de BPO a escala global. En los últimos tres años, hemos evolucionado nuestras ofertas y capacidades de servicios, y hemos puesto un enfoque especial en los procesos relacionados con las habilidades de los agentes, específicamente con la contratación, el reclutamiento y la retención de nuestros agentes.

Las personas son el activo más valioso que un centro de contacto puede ofrecer a los clientes, y uno de los principales diferenciadores de CGS es que nuestras tasas de deserción son históricamente inferiores a los estándares de la industria, lo que resulta en una mayor continuidad y consistencia con la calidad de nuestros servicios al cliente.

Nuestra visión estratégica se enfoca en la expansión selectiva y el crecimiento orgánico con nuestra diversa cartera de clientes, mientras se mantiene y prioriza la importancia de la experiencia del cliente y calidad, a través de un nivel consistente de alto desempeño. En los últimos 24 a 36 meses, he visto un cambio considerable de los clientes: antes, la razón principal para la contratación de outsourcing era la reducción de costos, pero ahora se trata de la calidad y la experiencia del cliente.

Y hablando de Chile específicamente, he tenido múltiples discusiones con Gartner, Forrester y un par de otros grupos de consultores claves que trabajan en América Latina, para hablar sobre la región y su importancia para los clientes que tercerizan servicios globales de BPO.

Se reconoce que hace una década, India era la primera opción para las empresas estadounidenses y, en los últimos cinco años, Filipinas ha sido el país elegido por sus habilidades de habla inglesa de bajo costo. Ahora que los clientes no identifican los costos como la principal prioridad del outsourcing,

Chile tiene tres diferenciadores claves para servicios tercerizados en América Latina:

1. Cuando los clientes buscan apoyo nativo de español y portugués, América Latina es su primera región de elección.
2. Chile tiene la capacidad de proporcionar soporte en inglés. Muchos clientes buscan soporte bilingüe, en su mayoría inglés-español, para sus consumidores en los EE. UU., y con las tecnologías y redes sociales que existen hoy, los clientes se están globalizando cada vez más con sus usuarios finales.
3. Con la incertidumbre en los entornos políticos en países como Colombia, Venezuela y México, los grandes clientes globales están buscando otras opciones viables en la región.

Chile ofrece varias características que son únicas en América Latina: 1) un sólido sistema educativo que brinda agentes de servicio técnico y soporte técnico de calidad; 2) capacidad de crecimiento y aceleración, en términos de flexibilidad y escalabilidad, para los call centers, y 3) competitividad de costos en comparación con otras ubicaciones de Latinoamérica. Todo esto contribuye a una experiencia positiva del cliente.

Debido a las preocupaciones sobre seguridad, privacidad de datos y estabilidad política en Brasil o Colombia, por ejemplo, que solían ser "hotspots" claves para América Latina, Chile ahora es una opción interesante en Latinoamérica.

Tiene esa estabilidad política, la seguridad y leyes de privacidad, y la tecnología habilitada para proteger los datos de los clientes, combinados con un entorno de trabajo estable y diverso que es necesario para los servicios de asistencia técnica y de atención al cliente.

Dentro de este contexto, ¿dirías que Chile juega un papel importante en el mercado de habla hispana en los Estados Unidos?

MM: La calidad del español en Chile es mejor que en los EE.UU. ya que es nativa. En los últimos 2 años, nuestro CEO Phil Friedman ha liderado el mandato de llevar más negocios de EE.UU. a Chile, pero el desafío es que los clientes están usando Costa Rica, que es menos costoso que Chile. Sin embargo, la calidad en Costa Rica es similar a la de Filipinas: alta tasa de rotación, regular calidad y escasa competencia en inglés. Entonces, lo que vemos ahora es similar a India: las empresas fueron allí hace 10 años porque era barata.

Pero se han retirado en los últimos cinco años debido a la baja calidad y la tasa de deserción. Ahora la situación está cambiando: los clientes están dispuestos a pagar más porque saben que obtendrán mayor calidad, mejor servicio al cliente, mejor sostenibilidad y consistencia en el logro de los objetivos de nivel de servicio.

Mencionaste que el recurso humano es u fuerte punto de venta para los servicios de CGS. ¿Cuáles son algunos de los otros?

MM: Realmente se trata de las personas, los procesos y las herramientas. Una de nuestras diferencias principales es que no utilizamos mano de obra subcontratada. Muchos de los competidores contratan empleados temporales, pero nosotros no hacemos eso.

Cuando hablo con clientes, eso les llama mucho la atención. Esto reduce nuestra tasa de deserción en comparación con los estándares de la industria. Tampoco subcontratamos ningún tipo de soporte administrativo: capacitación, recursos humanos, administración de personal, reclutadores, todos son internos.

Eso también es un gran diferenciador sobre otros actores de mercado que tienden a externalizar estos servicios, por lo que lleva más tiempo entrenar, más tiempo de transición, más tiempo para crecer. Los clientes buscan flexibilidad y una respuesta más rápida.

La otra comparación es nuestra relación de liderazgo de equipo, tenemos un supervisor por cada 10 o 12 agentes, mientras que muchos de nuestros competidores tienen uno cada 20, pero los clientes quieren una estructura de gestión más ágil. También nos enfocamos en las promociones internas, por lo que un agente permanece en nuestra empresa durante un promedio de 7 años - uno de los mayores plazos de la industria. Los colaboradores pueden convertirse en líderes de equipo y gerentes de calidad.

Desde otro punto de vista, somos "agnósticos" cuando se trata de herramientas y procesos. No forzamos a los clientes a utilizar nuestras herramientas ya que podemos entrenar a nuestros agentes en las que estos ya poseen. Eso permite una aceleración y transición más rápida, con menos costos iniciales para que los clientes puedan hacer la transición hacia nosotros desde otro proveedor o desde sus propios recursos internos.

Desde una perspectiva de habilitación de tecnología, Phil ha realizado una inversión significativa en los últimos 18 meses para hacer que toda nuestra red global sea redundante. Eso significa que en cada geografía, nuestros sitios están conectados de manera redundante a través de la red. Por lo tanto, si uno se cae, podemos enrutar inmediatamente las llamadas a otro sitio.

También contamos con una infraestructura redundante de telefonía y conectividad desde Rumania a Tampa, a Atlanta, a Chile y a Israel para dar una cobertura optimizada de telefonía y conectividad mundial para nuestros clientes globales.

Acerca de CGS

Durante casi 35 años, CGS ha permitido que las empresas globales, las compañías regionales y las agencias gubernamentales impulsen el rendimiento innovador a través de aplicaciones comerciales, aprendizaje empresarial y servicios de outsourcing. CGS se centra exclusivamente en la creación de soluciones integrales que satisfagan las necesidades complejas y multidimensionales de los clientes y respalden las actividades comerciales más fundamentales de los clientes.

Con sede en la ciudad de Nueva York, CGS tiene oficinas en América del Norte, América del Sur, Europa, Medio Oriente y Asia. Para obtener más información, visite www.cgsinc.com/es y síganos en Twitter [@CGSinc](https://twitter.com/CGSinc) o [@OutsourcingCGS](https://twitter.com/OutsourcingCGS) y en [Facebook](https://www.facebook.com/CGSinc).