

Extraído de Editorial MKM

<http://www.mkm-pi.com>

IBM anuncia un servicio para que las empresas mejoren la efectividad de sus campañas de marketing

- Noticias MKM -

Fecha de publicación: Viernes 15 de enero de 2010

Editorial MKM

IBM anuncia la disponibilidad de un nuevo servicio, denominado IBM Voice of the Customer Analytics (VOCA), que permite a las empresas mejorar la efectividad de sus campañas de marketing y conocer mejor las necesidades de sus clientes.

VOCA analiza, de forma anónima, millones de palabras procedentes de los contactos que, en el día a día, la empresa tiene con sus clientes (grabaciones de conversaciones, correos electrónicos, resultados de encuestas, aspectos demográficos, etc.).

Este servicio, que mantiene en todo momento la confidencialidad de los datos del cliente y que cumple con la normativa de protección de datos, identifica por un lado, tendencias globales que, por ejemplo, permiten conocer rápidamente las causas por las que los clientes se dan de baja de un servicio. Asimismo, VOCA puede detectar rápidamente incidencias relacionadas con un producto o servicio determinado, así como aspectos que se pueden mejorar en el diálogo que las empresas establecen con el cliente. Con este conocimiento, las empresas pueden tomar acciones para mejorar aquellos aspectos que son críticos para la satisfacción del cliente, como por ejemplo, modificar los guiones que siguen los teleoperadores de sus centros de llamadas o contar con información útil para tomar decisiones y hacer que sus productos sean más competitivos (un cambio de precio, como respuesta a una campaña de un competidor, por ejemplo).

VOCA utiliza tecnologías desarrolladas en los laboratorios de investigación de IBM para automatizar el análisis de la información.

Los sistemas tradicionales disponibles hasta ahora permitían determinar aspectos como la duración de las llamadas, su clasificación o los tiempos de espera para ser atendidas. Al automatizar estos análisis, este nuevo servicio que propone IBM, permite ir más allá estableciendo tendencias globales y anónimas que amplíen el conocimiento que las empresas tienen sobre las necesidades de los clientes, lo que, en definitiva, supone ofrecer un mejor servicio al cliente, señala Jorge Jiménez Molina, director de los servicios de outsourcing de procesos de IBM España, Portugal, Grecia e Israel.

Este servicio de análisis de la información avanzado se engloba dentro de la oferta de servicios de outsourcing de IBM por los que la compañía gestiona, entre otros procesos de sus clientes, todo lo relacionado con la atención cliente (sistemas CRM, centros de atención telefónica, gestión de campañas, promociones y ofertas, etc.).