



Konecta

Líder en servicios de outsourcing y Contact Center.

RELACIÓN DIRECTA ENTRE CALIDAD DE LA
INFORMACIÓN Y EL ÉXITO DEL NEGOCIO

- 1. Quién es Konecta?**
- 2. Gestión de datos en el Contact Centre**
 - Bases de datos
 - CRM: Inbound y Outbound
- 3. Contenidos y tipologías de Bases de Datos**
- 4. Errores comunes en gestión de Bases de Datos**
- 5. Soluciones previstas para errores en Base de Datos**
- 6. Case study real**
- 7. Conclusiones**

Quién es Konecta?

Outsourcing and Contact Center solutions

Desde Konecta aportamos soluciones específicas para cada sector, contando con una amplia especialización en la gestión de Recursos Humanos y Tecnológicos.

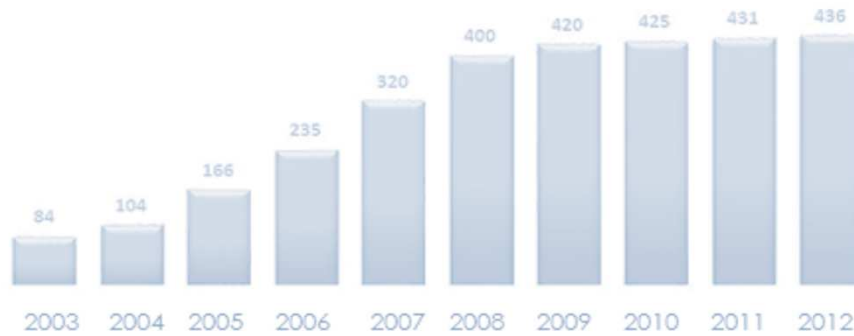


Nuestra misión es ayudar a alcanzar los objetivos de nuestros clientes, mejorando los resultados y generando valor para su negocio.

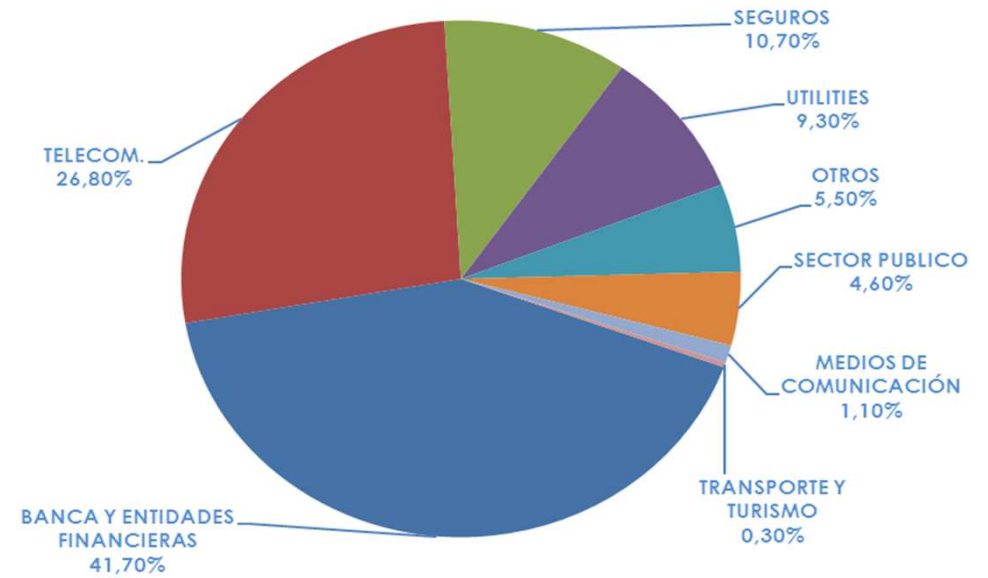


Evolución Clientes

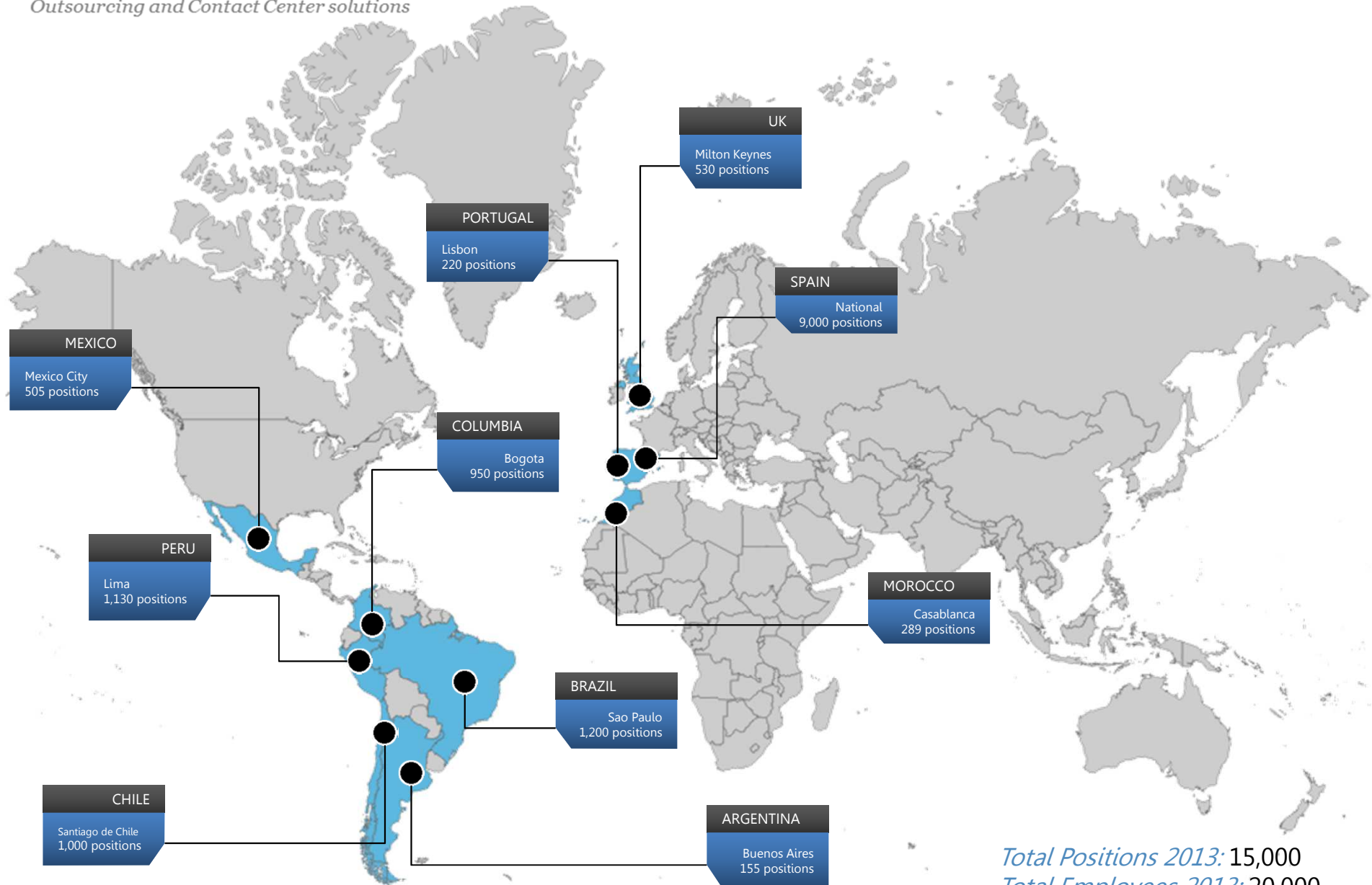
Konecta cuenta con más de 400 clientes entre los que se encuentran las principales compañías del país



Sectores



Outsourcing and Contact Center solutions



Total Positions 2013: 15,000
Total Employees 2013: 20,000

Gestión de datos en el Contact Center

- **DIFERENCIACIÓN POR EVENTO**
 - **INBOUND**
 - **INTEGRACIÓN HERRAMIENTAS MULTICANAL y CRM CORPORATIVO**
 - **DATAMINING Y SEGMENTACIÓN CLIENTES**
 - **OUTBOUND**
 - **BBDD INTERNAS (PROCEDENTES DE CRM)**
 - **BBDD EXTERNAS (PROSPECTS)**
 - **CESIÓN DE TERCEROS**
 - **ADQUIRIDAS**
 - **COLD DATA**
 - **WARM DATA**
 - **BACK OFFICE**
 - **DATA ENTRY**
 - **OTRA ACTUALIZACIÓN DE DATA**



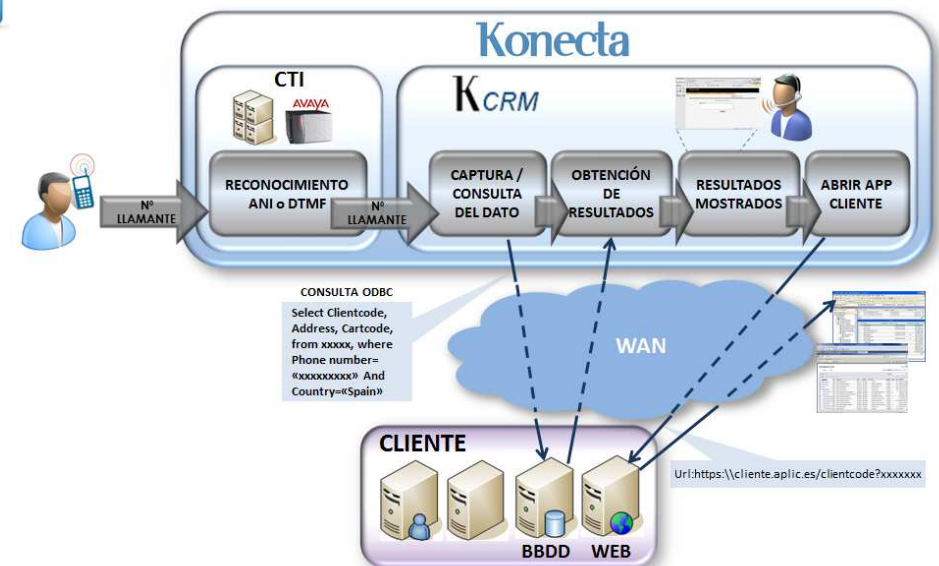
- **GESTIÓN DE INTERACCIONES A DISTANCIA CON CLIENTES**

- INBOUND
- OUTBOUND
- BACK OFFICE



- **USO DE LA MULTICANALIDAD**

- TELÉFONO
- INTERNET y SOCIAL MEDIA
- MÓVIL
- DOCUMENTO FÍSICO



- **GENERACIÓN DE VALOR AÑADIDO**
 - **MEJORA DE RENTABILIDAD**
 - CAPTACIÓN DE PROSPECTS
 - UP SELLING
 - CROSS SELLING
 - **MEJORA CALIDAD PERCIBIDA (CUSTOMER EXPERIENCE)**
- **HERRAMIENTAS IT**
 - CRM
 - GESTIÓN EVENTOS INBOUND, OUTBOUND Y BACK OFFICE

Real time

Análisis rentabilidad

Incremento calidad

Forecasting

Control de KPI's

Selección de mercado

Aumento de ventas



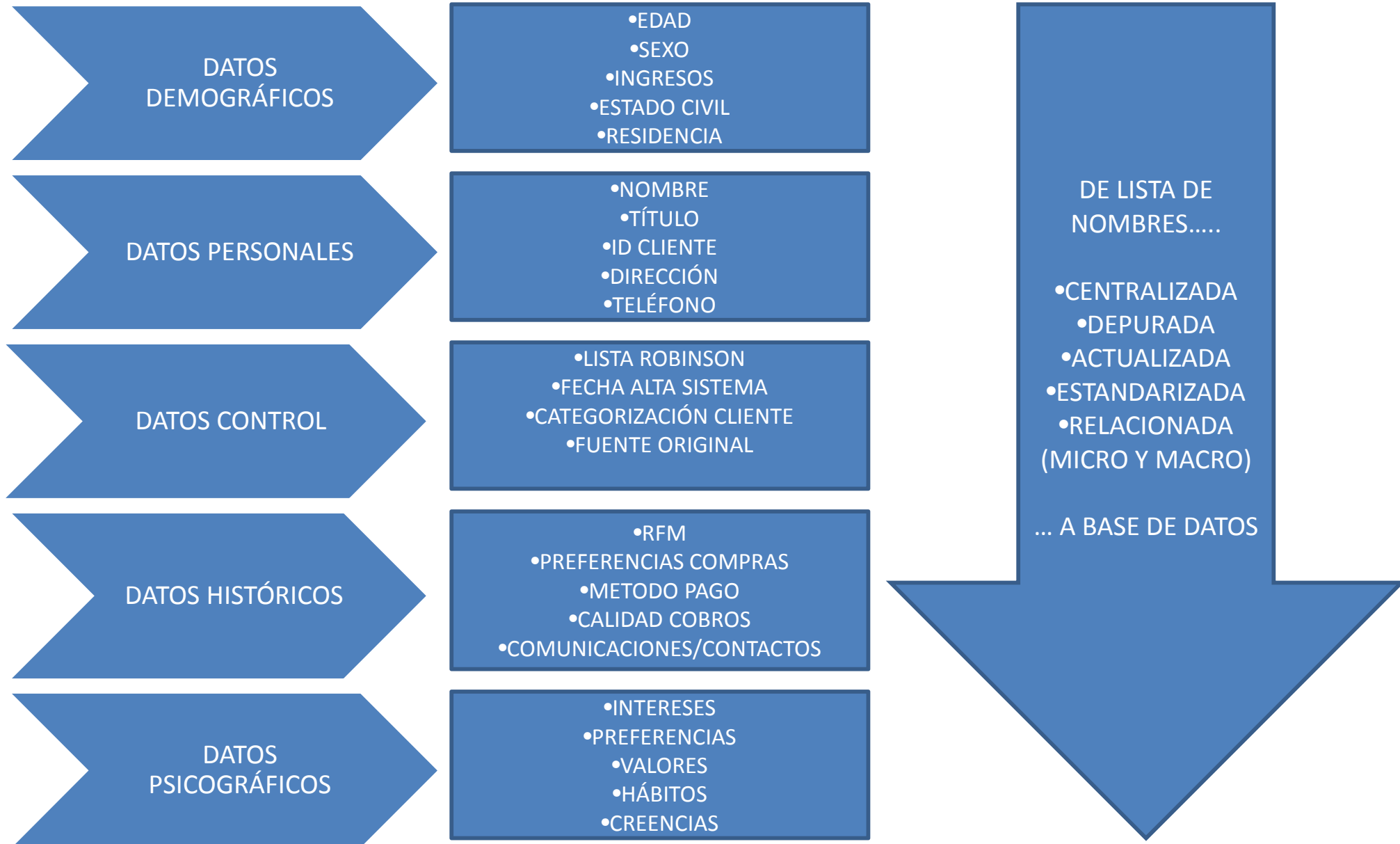
CRM



Reducción de costes
Crecimiento negocio

Contenidos y tipología de Base de Datos

Outsourcing and Contact Center solutions





BBDD actualizadas
clientes residenciales

Fuentes destacadas:

- Utilities
- Bancos
- Distribución
- Teleco.
- Aseguradoras



Adquisición a
proveedores
especializados

Segmentación bajo de
demanda por localización,
sector de actividad,
volúmenes y otros
parámetros empresariales.
Permite focalizar servicios y
productos



De fuentes públicas

Páginas blancas y
amarillas, redes sociales,
listados.

Ventajas

Conocimiento del cliente
Mejores tasas conversión

Óptimo para el B2B
Adecuado al producto

No hay coste por lead

Problemas

Sobreexplotación

Coste de adquisición
Cold data

Baja calidad del lead
LOPD

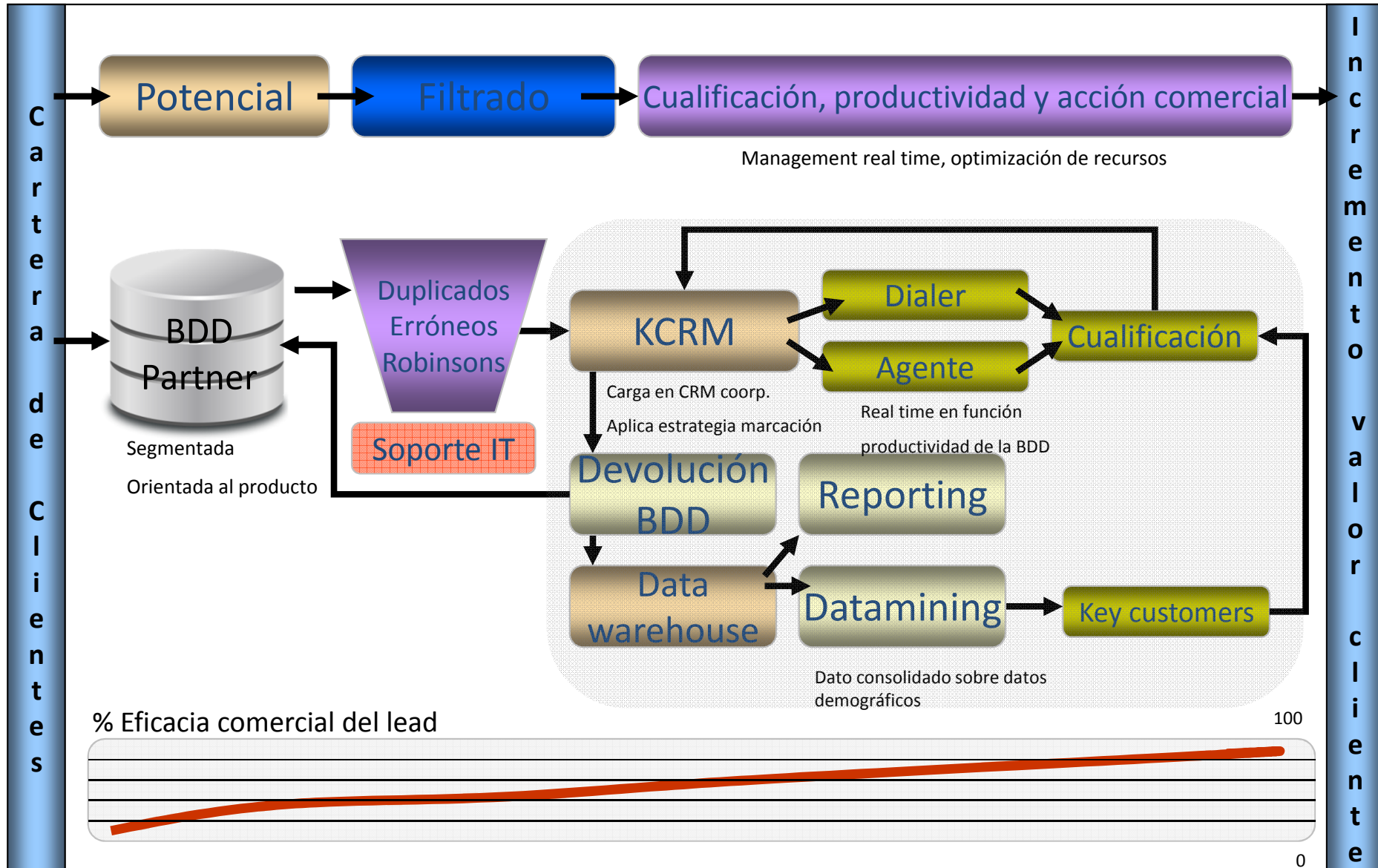
Errores en la Gestión de Bases de Datos



- **ERRORES MÁS COMUNES:**
 - INCONSISTENCIA INTEGRIDAD DE DATOS, LA DUPLICIDAD
 - PROBLEMA CON DISTRIBUCIÓN DE DATOS ENTRE USUARIOS
 - INDISPONIBILIDAD DEL DATO (24x7)
 - IMPOSIBILIDAD DE ACCESO CONCURRENTES AL DATO
 - LAGUNAS DE SEGURIDAD DEL DATO (CONTROL MANIPULACIÓN Y SEPARACIÓN)
- **CÓMO SOLUCIONARLOS Y PREVENIRLOS:**
 - PROCEDIMIENTO CALIDAD APROBADO E INTEGRADO EN ESTRATEGIA ORGANIZATIVA
 - SISTEMAS TÉCNICOS (CRM)
 - NO OLVIDAR WEB, REDES SOCIALES..... **“BIG DATA”**

Soluciones proactivas para mitigar errores en Bases de Datos

Outsourcing and Contact Center solutions



Case study real

Influencia calidad de los datos en la eficacia comercial

Caso A: Sin tratamiento

Caso B: Con tratamiento

Fase 1: Segmentación

No se tiene en cuenta tipología de clientes --- Se destinan un exceso de recursos humanos para su tratamiento

Cliente segmentados --- Personal ajustado a volumen de clientes con mayor propensión a la compra

Fase 2: Filtrado de leads

No se validan números --- Se incluyen en el CRM leads inválidos que consumen tiempo de operación

Eliminar duplicados, erróneos, robinsons --- Ahorro del 10% del tiempo de operación

Fase 3: Estrategia de contacto

Solo se tiene en cuenta el orden de carga --- No se aprovecha la cualificación del agente ni de la centralita

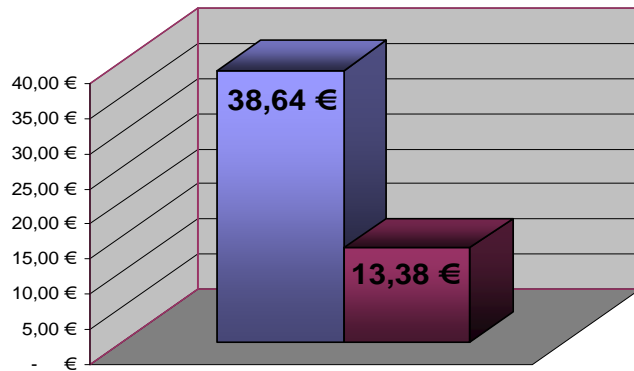
Se contacta en función de la experiencia previa --- Se priorizan los contactos válidos y se mejora en un 30% productividad y en un 20% penetración de la BDD

Fase 4: Minería de datos

No se analizan resultados por datos demográficos --- No se alimentan futuras BDD y se contacta con clientes no propensos a la compra o insatisfechos

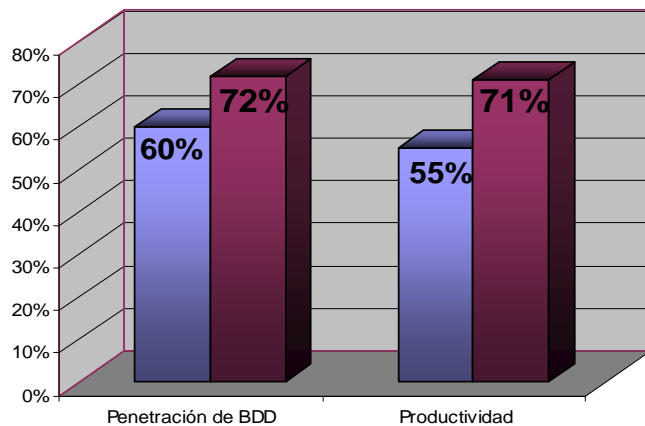
Se aplica datamining --- Se aplica inteligencia de negocio para elaborar BDD con mayor calidad y propensión a la compra de determinados productos

Coste por venta

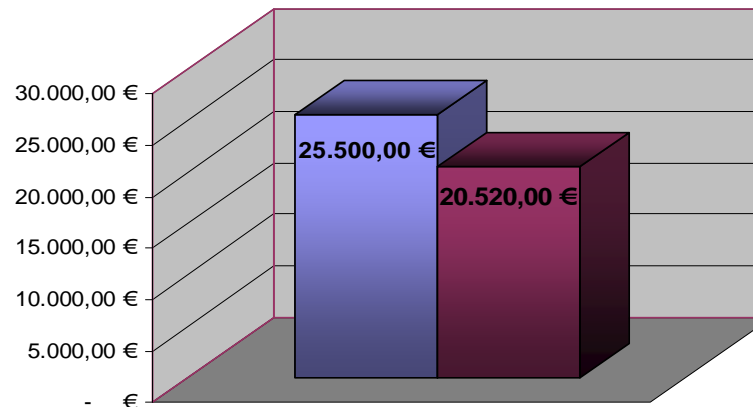


	Modelo A: Sin Optimizar	Modelo B: Optimizada
Base de datos entregada	20000	20000
Penetración de BDD	60%	72%
Productividad	55%	71%
Horas necesarias	2125	1710
Eficacia comercial	10%	15%
Clientes contactados / hora	3	6
Ventas realizadas / hora	0,3	0,9
Ventas realizadas	660	1534
Coste por venta	38,64 €	13,38 €
Coste operativo	25.500,00 €	20.520,00 €

Productividad y penetración



Coste operativo

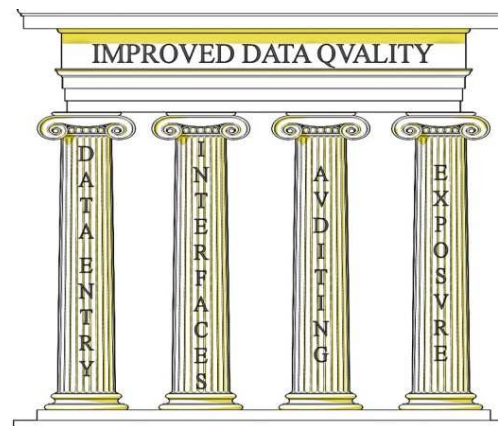


ESTRATEGIA Y
PROCEDIMIENTO

INVERSION
ADECUADA

MEDIOS
TÉCNICOS

Orientación comercial
Focus en rentabilidad
Especialización en Business Intelligence



Konecta

Gracias por su atención

Avda. de la Industria 49, 28108 Alcobendas Madrid
comercial@grupokonecta.com
www.grupokonecta.com