

## Avaya adquiere Sipera

Avaya adquiere Sipera, proveedor internacional de soluciones de Comunicaciones Unificadas. Entre las funcionalidades de la plataforma Sipera, se destaca *Session Border Control (SBC)* y una variedad de aplicaciones de seguridad para comunicaciones. Con esta adquisición, Sipera se convierte en parte integral de Avaya, fortaleciendo su portfolio de UC con un conjunto de funcionalidades SBC de nivel empresarial y personalizables, destinadas a las conexiones de enlace troncal de protocolo de inicio de sesión (SIP).

Alan Baratz, VP ejecutivo y presidente

de Global Communications Solution de Avaya, señala: 'El amplio portfolio de Sipera para empresas se articula a la perfección con nuestra arquitectura de comunicaciones unificadas de Avaya Aura. En forma conjunta, ayudaremos a los clientes a simplificar la implementación, administración y mantenimiento de entornos de comunicaciones unificadas y centros de contacto de múltiples proveedores, a la vez que ofreceremos una mayor flexibilidad para respaldar a los empleados móviles y a distancia que utilicen los equipos que mejor se ajusten a sus necesidades.'



Alan Baratz, VP ejecutivo y presidente de Global Communications Solution de Avaya

En combinación con Avaya Aura, las soluciones de Sipera proporcionan a los clientes comunicaciones por VoIP, troncales SIP, videoconferencias, comunicaciones en nube, mensajes instantáneos y herramientas de colaboración para trabajadores, independientemente de dónde se encuentren y del equipo comercial o personal que utilicen.

## Teleperformance, la Compañía del 2011 según Frost & Sullivan

Teleperformance ha sido galardonada como la mejor empresa del sector de los contact centers con el Premio Frost & Sullivan 2011 a la Compañía del Año por su estrategia de crecimiento y penetración del mercado y por su implementación de nuevas tecnologías y de productos innovadores. La consultora avala la gestión que el equipo de Teleperformance está realizando ya que se desmarca de la tendencia inmovilista que está experimentando el sector de los Contact Centers.

A lo largo de estos últimos años, la empresa ha implementado un sistema que ofrece a sus clientes la posibilidad de escoger entre una gran variedad de opciones en cuanto a servicios, precios e idiomas en los que ser atendido. Además, Teleperformance se ha posicionado como una consultora capaz de satisfacer las necesidades, no sólo de sus clientes, sino de sus consumidores finales.

La consultora, tras haber analizado todo el sector ha determinado que Teleperformance es merecedora de este galardón gracias a tres características de negocio, en primer lugar por su crecimiento orgánico, sostenido en el tiempo y diversificado; también por su variedad en la cartera de productos y servicios, lo cual permite ofrecer soluciones personalizadas a los clientes; y, por último, por su fortaleza financiera que ha ayudado a generar confianza entre los accionistas, socios y clientes.

## Atento, primer año en Chaco

Atento celebró el primer aniversario de su plataforma instalada en la ciudad de Resistencia, en Argentina. Allí, ya trabajan más de 1000 agentes, convirtiéndose así en el primer empleador privado de la provincia del Chaco. La mayoría de los empleados son jóvenes de entre 18 y 25 años de edad y el 67% son mujeres. La compañía ofrece a sus empleados programas de recursos humanos considerados únicos en el sector, en Argentina.

En el acto, estuvieron presentes Jorge Capitanich, gobernador de Chaco; Eduardo Aguilar, ministro de Economía, Industria y Empleo; Juan Manuel Pedrini, ministro de Gobierno, Justicia, Seguridad y Trabajo; Jorge Canteros, procurador general, y clientes y empleados de Atento. La visión de Atento recoge la aspiración de generar formación, empleo y ciudadanía en los países donde la compañía está presente. Este compromiso se traduce en la puesta en marcha de numerosos programas en todo el mundo, a favor de la educación, de la integración laboral y de la generación empleo de calidad a nivel local.

## Alcatel-Lucent recibe una oferta para la cesión de Genesys

Alcatel-Lucent recibe una oferta vinculante de 1,5 billones de dólares por parte de la empresa Permira, para la cesión de su negocio de Genesys. El cierre del acuerdo, previsto para principios de 2012, está sujeto a revisión por el Comité de Inversiones Extranjeras en Estados Unidos (CFIUS), así como a todas las aprobaciones y consultas previas necesarias en varios países.

En 2010, Genesys informó ventas de aproximadamente 500 millones de dólares. El acuerdo contemplado incluiría la transfe-

rencia de aproximadamente 1800 empleados en todo el mundo, el equipo directivo y la estructura empresarial existente para asegurar la continuidad sin problemas con clientes y otros accionistas.

Ben Verwaayen, CEO de Alcatel-Lucent, dijo: 'Hemos concluido positivamente nuestra evaluación de opciones estratégicas para nuestros negocios de Enterprise y Genesys. La adquisición prevista por Permira permitirá prosperar aún más a este rentable negocio. Respecto a Enterprise, hemos



Ben Verwaayen, CEO de Alcatel-Lucent

llegado a la conclusión que reteniéndolo y fortaleciéndolo, servirá de una mejor manera a Alcatel-Lucent y a nuestros clientes. Nuestra dirección elegida es aprovechar las conexiones naturales que existen entre los clientes de Enterprise y Carriers, y aplicar de manera proactiva las fortalezas de Enterprise y el impulso de las comunicaciones unificadas y redes de datos con ellos.'



Hacemos negocios en las redes sociales y sabemos como reproducirlos en su empresa

TecnoVoz 2.0

## TecnoVoz 2.0, los nuevos canales sociales al contact center

TecnoVoz impulsa TecnoVoz 2.0, su nueva unidad de negocios que desarrolla productos y servicios para integrar las redes sociales al centro de contactos. Incluye la nueva solución *Interactive Social Response (ISR)*, incorporada a la plataforma *Approach*, para dar respuestas inteligentes desde Facebook y Twitter.

Gerardo Andreucci, director general, afirma: 'Cada vez más, las compañías van a buscar una mayor independencia frente a las plataformas genéricas de social media, porque la inversión en estos canales será muy importante, y no podrá quedar librada a la voluntad de Facebook o Twitter. Por eso, estas compa-

ñías ya están desarrollando un mix entre estas plataformas abiertas y otras que permiten más control y flexibilidad en la gestión de la comunidad de usuarios y clientes'.

'En TecnoVoz, nos especializamos en entender cómo nuestros clientes gestionan sus contactos con los clientes. Primero fue el boom de las plataformas de call centers, después, con la masificación de los celulares vimos la necesidad de una herramienta que permitiera administrar de forma centralizada este canal, y ahora, el desafío son las redes sociales'.

TecnoVoz 2.0 comprende una serie de productos y servicios que incluye desarrollos propios y alianzas con terceros espe-



Gerardo Andreucci, director general

cializados en el diseño de estrategias de comunicación en el nuevo ecosistema de medios sociales. Una de ellas es el aplicativo *ISR*, diseñado para crear flujos inteligentes de respuestas automatizadas en las distintas plataformas de redes sociales. La solución además permite que las consultas de los usuarios, de ser necesario, escalen los operadores del contact center, integrando las tecnologías de auto respuesta con los servicios personalizados'.

### QBC, plus en cobranza

QBC, proveedor argentino de servicios de contacto con clientes, acaba de participar como sponsor del 5º Congreso Nacional de Consumo y Medios de Pagos. QBC es hoy una de las compañías con mayor crecimiento en la industria de Contact Center en Argentina con clientes tales como Banco Columbia, Banco Comafi, Bonesi, Clarín, FCR, Italcred, Medife, Antina, Tarjeta Naranja y Tarjeta Shopping, entre otros.

Todos los recursos involucrados en QBC apuntan a mejorar la cobranza o flujo de fondos de los clientes, sin dañar los niveles de servicio y, si es posible, mejorando ese indicador. Mas allá de la gestión sobre la cartera morosa que nos haya sido asignada, QBC desarrolla indicadores de calidad del crédito que brinda información relacionada a sus clientes que muchas veces permite actualizar la política de crédito o comercial de la entidad.



### Epson: nuevo call center en Perú

Epson centraliza su call center para toda América Latina en Perú, con el objetivo de concentrar todas las comunicaciones en un solo lugar, con recursos más sofisticados y optimizando los tiempos de espera. Perú fue el país elegido como sede central del call center, luego de realizarse un análisis entre los distintos países de la región. En San Pablo, Brasil, se encuentra ubicado otro call center para atender exclusivamente en idioma portugués, que opera con los mismos sistemas y depende de Perú.

La cobertura actual del Call Center incluye los siguientes países: México, Costa Rica, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Brasil, Chile y Paraguay, Uruguay y Argentina; próximamente se espera añadir a Guatemala, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Panamá, República Dominicana y Bolivia. La gran mayoría de consultas de los usuarios son principalmente técnicas, pero también se reciben consultas referidas a características de productos, ubicación de distribuidores, horarios de atención, etc.



## Aspect, ahora también para redes sociales

Aspect presenta *Social Media Channel Integration*, su nuevo canal de integración de medios sociales. La solución apunta a ayudar a las empresas a convertir sus compromisos en redes sociales en diálogos productivos con el consumidor que generen una experiencia positiva y ofrezcan un valor importante al negocio. Con esta solución, las organizaciones pueden administrar mejor sus interacciones con los consumidores actuales que están hiper-conectados y que cada vez más se apoyan en los medios sociales no sólo para comunicarse con amigos y colegas, sino que también buscan respuestas

sobre productos y servicios.

Serge Hyppolite, vicepresidente de Administración de Producto de Aspect, señala: 'La popularidad y poder de los canales de comunicación sociales los ha convertido en un componente integral de la experiencia total del consumidor y un canal crítico de administración para las organizaciones. Nuestros clientes están incorporando cada vez más los medios sociales en sus estrategias de contacto con el consumidor para ayudar a administrar la opinión y lealtad asociadas a sus productos y servicios'.

A través de *Aspect Unified IP* y el *Canal*



Serge Hyppolite, vicepresidente de Administración de Producto de Aspect

de *Integración de Medios Sociales* de Aspect, las organizaciones pueden posicionarse de manera única para generar más valor al negocio a través de este canal de comunicación usando sus operaciones existentes y mejorando el tratamiento enfocado en el cliente. Las capacidades de involucramiento social de Aspect ayudarán a nuestros clientes a convertir la interacciones sociales con los consumidores en conversaciones significativas y mutuamente benéficas'.



# DAL PMS

Flexibilidad y Modularidad en una sola plataforma

DAL PMS es una plataforma multiservicio para Carriers Telefónicos a la que se le pueden incorporar diferentes soluciones como ser IVR's de alta capacidad, USSD, Voice Mail, Calling Card, SMS, entre otras.



## SOLUCIONES DAL PMS



- Amplía el negocio de las compañías de telefonía móvil a bajo costo.
- Desarrolla nuevas y variadas aplicaciones interactivas que facilitan y promueven la utilización de servicios.
- Mejora el aprovechamiento de las capacidades de las redes GSM.



- Solución de mensajería unificada completa e integrada fijo / móvil.
- Accede a los mensajes mediante un archivo de audio adjuntado al correo electrónico.
- Funcionalidades de Múltiples casillas y Delivery.



- Realiza campañas de atención e interacción con Bases de Datos.
- Optimiza el uso de recursos accediendo a información personalizada del cliente.
- Integración con otras aplicaciones aprovechando un manejo de múltiples protocolos y tecnologías.



## Altitude con Apex América, nuevo valor en BPO

Altitude Software acaba de firmar un acuerdo de cooperación por el que Apex América soporta sus servicios de voz, chat, E-mail, SMS, Web y Redes Sociales, para ofrecer a sus clientes una mayor variedad de servicios, BPO, de valor agregado. Andrés Braceras, gerente de Altitude Software para Argentina, Uruguay y Paraguay, comenta: 'Estamos seguros de que con este acuerdo podremos brindar una propuesta diferente a los clientes y nos ayudará a potenciar la estrategia de crecimiento que hemos venido sosteniendo a lo largo de los años.'

Mediante la alianza, ambas compañías buscan generar una mayor sinergia

y seguir creciendo con nuevos clientes y oportunidades de negocio en los mercados latinoamericano e internacional. Luciano Giesso, director comercial de BPO de Apex América, agrega: 'Altitude es un aliado clave para seguir posicionándonos como partner estratégico y como número uno desde la perspectiva de nuestros clientes, en todos los servicios que brindamos dentro de nuestra división de Customer Care, y en todos los mercados en que operamos.'

Apex América es una empresa de BPO con más de 8 años de experiencia que provee servicios a numerosas compañías internacionales y regionales, algunas de ellas For-



Andrés Braceras, gerente de Ventas de Altitude Software para Argentina, Uruguay y Paraguay, junto a Luciano Giesso, director comercial BPO de Apex América

tune 500, en diversas industrias tales como telecomunicaciones, servicios financieros, consumo masivo y tecnología, y lo hace desde sus propios centros, estratégicamente localizados para satisfacer las necesidades de sus clientes en cuanto a lenguaje, costos y proximidad.

### Mitrol, detección de emociones en tiempo real

En el marco de la última edición de Speech Tek –uno de los principales eventos de la industria de reconocimiento del habla– realizada en la ciudad de Nueva York, USA, Mitrol presentó su solución de detección de emociones en tiempo real, para centros de contacto.

Carlos Massad, director de Mitrol, comentó: 'La presentación de la solución en tiempo real, nos posicionaron de forma diferencial ante el sector a nivel mundial. Así como es una demostración de la capacidad argentina'. La compañía mantuvo encuentros con referentes de la industria, como el presidente de la Asociación de Consultores en Telecomunicaciones y el de la de constructores de IVR.



### Clienting ya prepara el ciclo 2012 de profesionalización

Clienting Group concluye su Xº Ciclo de Profesionalización, iniciado el 5 de mayo. El mismo se llevó adelante con la actuación de speakers nacionales e internacionales, referentes en la materia de las capacitaciones dictadas: Jornada de Atención de Quejas y Reclamos, Xº Congreso Regional de Contact Center & CRM, Social Media Marketing Workshop, Workforce de Gestión de Recursos Humanos, y Seminario de Business Analytics.

La 7ª Maratón de Contact Center fue el broche de oro que hizo finalizar el ciclo 2011 de actividades de Clienting Group. De cara al 2012, el reto será mantener los contenidos respondiendo a las necesidades del mercado, adaptándolos e incorporando nuevas temáticas que acompañen la madurez que la región presenta como desafío.



## CyT, potencia la productividad del contact center

CyT promueve nuevas funcionalidades de Orion, su plataforma para contact centers. Una de ellas es Discador Preview, que permite elevar la productividad de los recursos en la atención o realización de comunicaciones masivas, tanto para campañas salientes como entrantes. La solución permite grabar llamadas, realizar reportes detallados y, al mismo tiempo, efectuar campañas de marketing salientes. Comenta Raúl Farré, gerente comercial: 'La idea es poner al alcance de nuestros clientes un completo conjunto de herramientas de informática y tele-comunicaciones diseñado para elevar la productividad de los recursos físicos, tecnológicos y humanos de su empresa.'

'Los agentes y grupos pueden agendar futuras promesas de contacto, visualizando también datos de los contactos pendientes y administrando las campañas salientes, ya que permite gestionar los contactos de una base en forma más personalizada y eficiente, lo cual es sumamente útil en aquellos casos donde se necesita generar una relación uno-a-uno entre un agente y su contacto.'

'Algunos ejemplos de aplicación más frecuente entre nuestros clientes están las campañas de cobranzas, donde la repetición del llamado por parte del mismo agente genera una mayor respuesta a la promesa de pago del cliente; las campañas de ventas, donde suele cerrarse una pre-venta en un



Raúl Farré, gerente comercial

llamado inicial, pero luego es necesario un segundo contacto para que el cliente otorgue la aprobación definitiva de la compra que realiza; ó cualquier tipo de campaña en aquellos Contact Centers, donde se estila repartir la base de contactos en partes iguales entre el grupo de agentes, a fin de generar mayor equidad y compromiso entre ellos.'

**VOCALCOM**  
CRM & Call Center Technology

Inbound ACD & IVR • Outbound Predictive Dialing • Virtual Hosted Solutions • Agent Scripting Tools  
Avaya CTI & Dialer • Web-based & MultiChannel Solutions

## VoIP CONTACT CENTER SOLUTIONS

Proveedor de Soluciones para...

- > Servicio al Cliente
- > Cobranza
- > Telemarketing
- > Call / Contact Centers
- > Comunicación y Medios
- > Sector Educativo
- > Servicios Financieros & Hipotecas
- > Recaudación de Fondos
- > Aseguradoras
- > Agencias de Viajes
- > Sector Salud



www.vocalcom.com

Tel: + 54 (11) 4345 7500 • email: contacto@vocalcom.com.ar

Argentina • Bélgica • Brasil • Canadá • Dinamarca • Francia • Alemania • Italia • Emiratos Arabes Unidos  
Marruecos • México • Países Bajos • Portugal • España • Túnez • Reino Unido • Estados Unidos