

Iris Global innova en su Contact Center para que sea más digital, transversal y basado en datos

- Iris Global participa en el libro de tendencias editado por la Asociación Española de Expertos en la Relación con Clientes (AEERC) como referente en el sector seguros.
- Ana Isabel Queipo, directora de Operaciones de Iris Global, ha sido la encargada de dar voz a las innovaciones que se están llevando a cabo en la compañía.
- Digital, pero más humana, transversal para llegar a todos y la inteligencia de los datos para ayudar mejor al usuario son las claves de la estrategia de relación con los clientes de Iris Global.

Madrid, xx de enero de 2021.- **Iris Global**, especialista en asistencia integral, ha presentado las líneas básicas de la estrategia que está llevando la compañía en su relación con el cliente en el marco del libro de tendencias publicado por la Asociación Española de Expertos en la Relación con Clientes (AEERC).

Según Ana Isabel Queipo, directora de Operaciones Iris Global, habrá más digitalización a todos los niveles, para tener más información y agilizar el servicio al cliente. *“Las herramientas informáticas están para que podamos centrar todos nuestros esfuerzos en escuchar activamente, aportar soluciones y poder empatizar mejor con nuestros usuarios. Queremos que nuestros agentes sean más efectivos, por supuesto, y también más afectivos”*.

En el sector seguros, las esperas de un cliente para ser atendido pueden ser vitales. Cuando un cliente llama a su seguro es que ha tenido algún problema o un accidente y necesita soluciones ágiles y concretas. Para ello, Iris Global está haciendo una apuesta decidida por la automatización de procesos, Inteligencia Artificial, tecnologías en la nube, uso de asistentes virtuales o feedback automático. Todo ello en un entorno multicanal incluyendo, por ejemplo, acciones proactivas en redes sociales. Cada nueva herramienta o vía de comunicación que se activa es un nuevo conducto de venta, fidelización y negocio. Especialmente, se ha tenido en cuenta un escenario en el que la pandemia seguirá presente, acelerando aún más procesos como el comercio electrónico o la atención al cliente no presencial.

Con estas innovaciones, el Contact Center de Iris Global se convierte en un acelerador interno que permite detectar y aplicar mejoras. Puede ser un corrector capaz de detectar imprevistos, anomalías o procesos mejorables. Así, no solo reacciona a las peticiones de los clientes, sino que se convierte en una herramienta de prevención. *“No solo queremos que quien nos contacte se sienta atendido y se le resuelvan sus problemas. Se trata de evitar que los tenga, y un Contact Center pionero como el nuestro puede conseguirlo”*, señala Queipo.

Además, el uso de estas tecnologías permite acceder a una enorme cantidad de información que supone un gran valor para las empresas que ayude en la toma de decisiones, plantee alternativas y próximas líneas de actuación, así como que identifique nuevas líneas de negocio... Como explica la directora de Operaciones de Iris Global, *“Centralizando y tratando adecuadamente toda esta*



información tendremos una visión 360 de nuestros clientes, de nuestros servicios, de nuestros canales de venta, del propio Contact Center... Un 'customer journey' mucho más definido y útil a nivel estratégico, que, bien gestionado y compartido, puede ser una auténtica mina de oro corporativa"

Toda la información corporativa puede aportar un servicio de atención al cliente verdaderamente útil y generar un impacto social positivo, más allá de la propia satisfacción de los clientes en sus relaciones con la empresa. Es necesario que las compañías multipliquen su impacto por encima de ese radio de acción. Muestra de ello es que, en respuesta a las demandas del público para elegir empresas comprometidas con la sociedad y el planeta, Iris Global ha implantado la norma ISO14001, reduciendo su impacto medioambiental.