**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Operación de servicios en *Contact Center* y BPO |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 260102011 - Atender requerimientos de los clientes de acuerdo con procedimiento técnico y normativa de procesos de negocios. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 260102011-02. Recepcionar las solicitudes del cliente de acuerdo con manual de servicio y normativa vigente. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 3 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | La comunicación en BPO |
| BREVE DESCRIPCIÓN | A través de este componente formativo el aprendiz debe apropiar los elementos y conceptos necesarios, relacionados con la comunicación en *Contact Center* BPO, todos sus procesos y características, que le permitan afianzar habilidades y destrezas que garanticen interacciones exitosas con clientes a través de los diferentes canales propios de este sector. |
| PALABRAS CLAVE | Comunicación, calidad, vocalización, redacción, claridad, escucha |

| ÁREA OCUPACIONAL | Ventas y servicios |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

1. **Tabla de contenidos**

**Introducción**

**1. La comunicación en *Contact Center* BPO**

1.1 Tipos de comunicación

**1.1.1 *Comunicación verbal.***

1.1.1.1 Técnicas de producción vocal

1.1.1.2 Dicción, vocalización, pronunciación, respiración y postura

***1.2.1 Comunicación no verbal.***

1.2.1.1 Comunicación escrita

1.2.1.2 Redacción, ortografía, etiqueta net, digitación

2. **Canales de comunicación en *Contact Center* BPO**

2.1 Barreras de la comunicación

2.2 Técnicas de sondeo

* 1. Normas de calidad propias del *Contact Center* BPO

1. **Desarrollo de contenidos**

**Introducción**

La comunicación es quizás una de las actividades más importantes y necesarias durante la vida del ser humano y el ejercicio habitual de la misma, permite la adquisición de nuevos conocimientos, relacionamientos sociales permanentes, expresión de sentimientos e ideas, al igual que emociones y todo estos, a su vez pasan a ser la base de toda relación exitosa; es por esta razón que se hace necesario abordar esta misma comunicación vista desde el ámbito laboral y en especial en los entornos del *Contact Center* BPO.



Para lo cual y a través de estecomponente formativo se realizará un reconocimiento de las cualidades comunicativas que se deben mantener para una correcta y exitosa interacción con clientes en las empresas de *Contact Center* BPO, abordando los conceptos y los procesos inherentes para este tipo de desempeños, de manera tal que se pueda comprender la importancia que tiene la comunicación en la industria.

Es importante tener en cuenta que al reconocer las cualidades comunicativas necesarias para la interacción con clientes se clarificará que la importancia de la comunicación no está centrada solamente en las comunicaciones verbales, sino que ella hace parte de un conjunto de actividades y habilidades que se relacionan entre sí y, que de nada sirve afianzar una u otra, ya que para generar procesos comunicativos exitosos no solo es suficiente hablar bien, sino que es necesario utilizar otras formas de comunicación que al final demostrarán que complementan las formas de comunicación verbal.

Adicionalmente y a través de este reconocimiento se tendrán en cuenta las condiciones, las características y los entornos donde se generan los procesos comunicativos, así como los canales necesarios para ello, de manera que al finalizar se cuente con el suficiente conocimiento para poder aplicar estrategias de comunicación en áreas del *Contact Center* BPO, enmarcadas por parámetros de calidad, pertinencia y asertividad.

**1. La comunicación en *Contact Center* BPO**

Cuando se habla de comunicación se hace referencia a una de las necesidades más importantes de todos los seres humanos, ya que por medio de esta se transmiten sentimientos, ideas, información y actitudes a otras personas, generando en ellas reacciones tanto positivas como negativas, las cuales afianzan ese proceso de expresar y recibir mensajes.

Durante toda la historia de la humanidad la comunicación ha estado presente, de hecho, no existe ningún momento o espacio de la vida del ser humano donde no se estén generando procesos de comunicación, puesto que,se trata de una actividad que se aplica en cualquier contexto, espacio y momento.



Dentro del ámbito empresarial y en especial con la aparición de los *Contact Center* BPO, la comunicación ha tomado una mayor relevancia, debido a que este es uno de los contextos donde se hace vital la buena comunicación, sobre todo cuando de interactuar con clientes se trata.

Es claro y como se mencionaba anteriormente, la comunicación no solo se presenta en el ámbito personal, el ámbito laboral también es uno de los contextos generadores de comunicación, ahora bien, si la comunicación se da dentro del marco de generar relaciones con clientes, es allí donde cobra gran relevancia, ya que a través del tiempo se ha podido demostrar que toda buena comunicación con clientes logra mejores experiencias, al igual que incrementa la productividad de toda compañía.

Es así como las áreas de *Contact Center* BPO no son la excepción, ya que esta industria tiene como factor principal para funcionar y ser productiva la comunicación con sus clientes, de esta depende que las compañías se mantengan en el mercado y dentro de la industria, sus estrategias de comunicación resultan ser claves a la hora de satisfacer las necesidades de los clientes, pues, para nadie es un secreto que mientras se logre generar comunicaciones empáticas, claras y concretas con los clientes, mayor será su intención de permanecer con la empresa y mayor será su grado de satisfacción con la misma.

**1.1 Tipos de comunicación**

Teniendo en cuenta que la comunicación es un proceso mediante el cual las personas transmiten y reciben permanentemente diferentes mensajes es importante precisar que este es un proceso que no se da por sí solo, requiere de unos factores específicos que sin ellos difícilmente se generarían espacios de comunicación, los cuales podrá conocer mediante el siguiente recurso de aprendizaje:

| Recurso tipo infografía interactiva  DI\_CF3\_1.1\_TiposdeComunicacion |
| --- |

Ahora bien, dentro del proceso de comunicación, además de los factores que participan, existen dos formas universales para su realización, las cuales tienen como principal objetivo facilitar el proceso independiente del contexto, el canal y el código que se utilice. Ellas son:

* La comunicación verbal.
* La comunicación no verbal.

Las cuales buscan que los mensajes emitidos se reciban, se comprendan y generen una retroalimentación como respuesta a ese mensaje enviado.

***1.1.1 Comunicación verbal.***

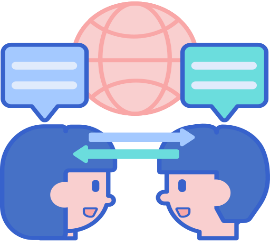
Es aquella donde el mensaje se transmite utilizando la palabra, sea de forma oral o escrita, como por ejemplo:

* La conversación en una reunión de dos o más personas.
* La lectura del periódico o de un correo electrónico.
* Una conversación telefónica o un discurso, etc.

En otras palabras:

Toda interacción que se genere a partir de la utilización de las palabras representadas en una serie de códigos comunes para los interlocutores corresponde a la comunicación verbal.

Adicionalmente, es importante tener en cuenta que dependiendo del canal que se utilice para este tipo de comunicación se le puede dar un direccionamiento a la misma, como suele suceder cuando una persona lee un periódico o ve a través de la televisión una pauta publicitaria, allí se está generando una comunicación con un direccionamiento de una sola vía, porque el emisor puede recibir el mensaje, decodificarlo e interpretarlo, pero no puede emitir una respuesta, es decir, la comunicación es en un solo sentido.



Por otro lado, si la interacción se genera a través de una reunión, una charla cara a cara, una conversación a través de un chat o un teléfono, se podría decir que es una comunicación verbal de doble direccionamiento, porque el emisor lanza el mensaje y el receptor escucha, decodifica, interpreta y responde, lo cual significa que se trata de una comunicación de doble vía en la que el emisor tiene la oportunidad de recibir el *feedback* o la respuesta del mensaje emitido.

**Técnicas de producción vocal**

De acuerdo con lo anteriormente expuesto sobre la comunicación verbal es importante precisar que esta es quizás la más común y la más utilizada en las diferentes interacciones humanas, por lo cual requiere prestar una mayor atención a aspectos fundamentales como la producción vocal, de manera que garantice una adecuada comunicación verbal.

**Recuerde que:**

| Operador de servicio al cliente hablando por teléfono en la oficina. Foto gratis | La técnica de producción vocal es “*el uso adecuado de la voz, implica un aprendizaje y, como tal, debe pasar por diferentes etapas que van desde la concienciación de la técnica fonatoria hasta su empleo de forma inconsciente y automática”* (Bustos, 2012). |
| --- | --- |

Las diferentes técnicas de producción vocal son:

| Mapa mental interactivo  DI\_CF3\_1.1.1.1\_TécnicasProducciónVocal |
| --- |



Así, y de acuerdo con el contexto del *Contact Center* BPO, las técnicas de producción vocal se convierten en las diferentes estrategias que se adoptan para desarrollar cualidades en la voz que garantizan para el caso particular del BPO, interacciones exitosas con clientes.

**Dicción, vocalización, pronunciación, respiración y postura**

Para tener una excelente comunicación verbal no es suficiente manejar buenas tonalidades de la voz y buenos ritmos de conversación, se requiere mantener una buena dicción y vocalización de las palabras, lo cual implica realizar un esfuerzo adicional al momento de marcar los movimientos de la boca al hablar, lo cual permite mejorar la producción vocal y además ayuda a que la pronunciación de las palabras se realice de manera más clara y nítida, lo que permitirá al interlocutor entender mucho mejor el mensaje que se le transmite.

La correcta pronunciación puede depender de varios factores, como por ejemplo:

* Lugar de nacimiento.
* Condiciones físicas de los órganos de la boca.
* Factores asociados al nivel cultural y social.

Es importante estar pendiente de cualquier dificultad que se genere al pronunciar una o varias palabras, porque de no hacerlo de manera correcta, puede generar dificultad para comprender los mensajes que se envían o interpretaciones equivocadas de los mismos.

Para mantener una pronunciación correcta de las palabras es importante tener en cuenta los siguientes *tips:*

* Antes de emitir un mensaje se deben conocer las palabras que se van a utilizar en el mismo (vocabulario).
* Desarrollar el hábito de la lectura en voz alta, este ejercicio permite realizar un autorreconocimiento de la expresión verbal propia.
* Escuchar y repetir de forma correcta la pronunciación de las palabras que generen dificultad.
* Escuchar canciones y cantarlas, las canciones son una muy buena herramienta, puesto que ayudan a pronunciar las palabras aplicando la correcta entonación.
* Hablar siempre, esto permite además de mejorar la pronunciación, mejorar el vocabulario, el uso de la voz y la seguridad al hablar, la cual se debe proyectar.

Finalmente, es importante mencionar la respiración y la postura como características inmersas dentro del conjunto de la producción vocal, puesto que estos dos aspectos juegan un papel importante dentro de la comunicación verbal.

La respiración en la comunicación oral cumple la función de almacenar en los pulmones el aire que se requiere para poder realizar intervenciones orales de manera tranquila y pausada, evitando que el emisor del mensaje se escuche agitado o ahogado durante la transmisión de este.



Ahora bien, para que esta función se pueda realizar de forma correcta es importante tener en cuenta que se debe realizar una muy buena administración del aire, y esto se consigue a través de ejercicios sencillos donde se inhala, se retiene el aire y posteriormente se expulsa de forma pausada, garantizando poder tener el aire durante toda la intervención oral que se realice.

Este tipo de ejercicio es recomendable que se realice a diario o de manera frecuente, lo cual le permitirá al emisor controlar cada vez con mayor eficiencia y seguridad la respiración en los procesos de comunicación verbal.

Con respecto a la postura, es claro que de esta depende la voz que se desea proyectar en un proceso de comunicación verbal, por ejemplo, si se está manteniendo una conversación telefónica y el emisor del mensaje se encuentra acostado o recostado, es muy probable que su voz se perciba perezosa, sin fuerza y sin energía.



Por otro lado, si esa conversación telefónica se mantiene adoptando una postura de sentado con la espalda recta y tomando una posición de poder, muy seguramente el tono de voz reflejará seguridad, confianza, empatía y entusiasmo en el interlocutor, lo que sumado a las características anteriormente mencionadas dejan como principal resultado procesos de comunicación verbales eficaces, efectivos y productivos.

***1.2.1* *Comunicación no verbal.***

Hasta el momento se han tratado conceptos relacionados con la comunicación verbal, lo que indica que ha llegado el momento de mencionar la comunicación no verbal, la cual se define como:

Una forma de comunicación adicional, que no requiere el uso de la palabra y en cambio sus mensajes están expresados a través de las diferentes partes del cuerpo, tales como: gestos, posturas, miradas, etc., que se pueden generar de manera voluntaria o involuntaria y su principal objetivo es la expresión de emociones.

De igual forma, es importante señalar que, así como en la comunicación verbal existen las técnicas de producción vocal, existen factores que intervienen en la comunicación no verbal y por lo general están asociados al comportamiento que el emisor asume al momento de emitir algún mensaje.

Estos factores son:

| Recurso de aprendizaje tipo tarjetas  DI\_CF3\_1.2.1\_ComunicaciónNoVerbal |
| --- |

Es importante tener en cuenta que la comunicación no verbal logra complementar la comunicación verbal, porque cuando se utilizan las dos formas en las acciones comunicativas se logran emitir mensajes mucho más fáciles de entender, más completos, mucho más contextualizados y asertivos.

**Comunicación escrita**

Como concepto de comunicación escrita se puede decir que es una forma de comunicación que permite expresar sentimientos, emociones, conocimientos, opiniones, etc. por medio del papel, desde los tiempos antiguos y en la actualidad a través de los medios digitales, en los que se utiliza como recurso dicho tipo de lenguaje.

De igual forma, la comunicación escrita se caracteriza por tratarse de una manera de comunicación que no está supeditada a la inmediatez y tampoco a un espacio físico para poderse dar, al contrario, el emisor responsable de emitir el mensaje puede construir un texto que contenga la información que desea transmitir y este puede llegar a un número indeterminado de receptores en diferentes lugares y momentos.

Otra característica de la comunicación escrita es que perdura en el tiempo, ya que los escritos permanecen y no se olvidan como suele suceder con la comunicación oral, además, esta forma de comunicación logra abarcar un mayor número de receptores, por lo cual, se puede calificar como un sistema de comunicación masivo. 

Adicionalmente, es importante destacar que, aunque se trata de una forma de comunicación, esta no es precisamente de doble vía, ya que la relación que se establece entre el emisor y el receptor es simplemente la de envió del mensaje y recepción del mismo, ya que en la mayoría de los casos el emisor no obtiene del receptor una respuesta inmediata, es más, a veces ni se recibe.

**Redacción, ortografía, etiqueta net, digitación**

Para generar contenidos escritos, es decir, redactar, es necesario tener en cuenta aspectos que garanticen la construcción de buenos escritos y que al mismo tiempo resulten de fácil comprensión para los lectores, por eso antes de iniciar la elaboración de un texto se debe pensar en los elementos que se describen a continuación.

| Slider  DI\_CF3\_1.2.1.2\_Redacción |
| --- |

Después de resueltas estas inquietudes se procede con la redacción del texto, realizando lo que se conoce como el texto borrador, sobre el cual después de una revisión se podrán realizar los justes y las correcciones necesarias para dejar como resultado del proceso de redacción el texto final, que podrá ser compartido con los destinatarios del primer interrogante.

Es importante tener en cuenta que cada vez que se produce un texto se debe mantener:

* Una estructura mínima que contenga ideas principales y secundarias.
* El desglose o ampliación del mensaje que se quiere transmitir a través del texto.
* Un cierre o conclusiones.

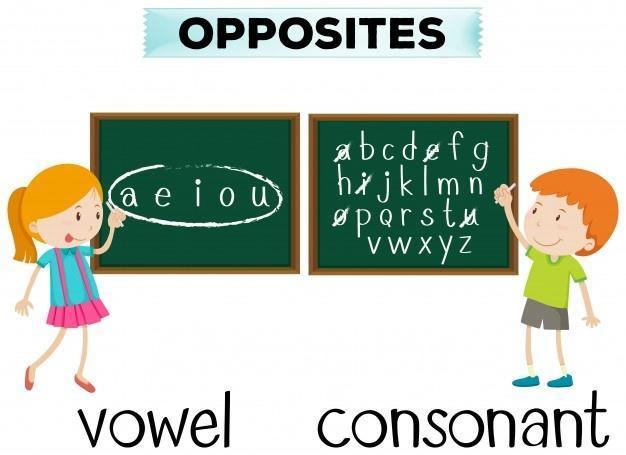
Este esquema permite que el escrito sea coherente, pertinente y de fácil comprensión para el lector.

Ahora bien, es imposible hablar de textos y su construcción sin tener en cuenta la ortografía, la cual es posible definir como:

| Mano de la escritura de negocios en el papel en la oficina Foto gratis | El conjunto de reglas que regulan un escrito, en términos de la utilización correcta de las letras y los signos de puntuación, que en su estricta aplicabilidad permite unificar los criterios ortográficos para la correcta utilización del idioma. |
| --- | --- |

A continuación, se resumen las principales reglas ortográficas utilizadas en el idioma español.

| Recurso de aprendizaje tipo slider  DI\_CF3\_1.2.1.2\_ReglasOrtográficas |
| --- |



Dado que hasta este momento ya se tiene un panorama más amplio acerca de las formas de redacción y ortografía que se deben tener presentes al momento de generar procesos de comunicación escritos, es momento de hablar sobre la netiqueta y el protocolo que se debe mantener cuando se generan textos utilizando el canal de los medios electrónicos, principalmente la Internet, el correo electrónico y las redes sociales.

La netiqueta o la etiqueta net son las diferentes reglas de etiqueta que se deben acatar cada vez que se realizan procesos de comunicación a través de la Internet, de su aplicación depende evitar malas interpretaciones de los mensajes, generar percepciones negativas de quienes los emiten y crear desconfianza e inseguridad en el uso de este canal de comunicación.

En la actualidad existe un conjunto de reglas de comportamiento en la Web, las cuales han sido creadas y promovidas por los propios usuarios, para aportar seguridad y humanidad a las comunicaciones que desde este medio se realizan.

En cuanto a las reglas generales de etiqueta net se pueden mencionar:

| Recurso de aprendizaje tipo infografía interactiva  DI\_CF3\_1.2.1.2\_ReglasBásicasNetiqueta |
| --- |

Es importante tener en cuenta que el anterior conjunto de reglas aplica también para interacciones a través de foros, redes sociales, chats, grupos sociales y profesionales existentes en la Web, y se sugiere la permanente utilización con el ánimo de que los usuarios mejoren permanentemente sus experiencias a través de estos espacios.

Ahora y en relación con lo que se ha venido mencionando, es necesario seguir identificando qué otras condiciones se requieren o se deben cumplir para una correcta comunicación escrita, entonces se debe dar la mirada obligada a la digitación, actividad que consiste en escribir, ya sea información, datos o textos utilizando el teclado de una computadora o incluso, aún todavía, el teclado de una máquina de escribir.

El ejercicio de la digitación es una de las competencias básicas obligadas y necesarias que toda persona debe desarrollar para tener un desempeño óptimo, bien sea en los entornos laborales, académicos e incluso sociales, entonces, ¿qué se debe hacer para tener una buena digitación?

En primera instancia se debe realizar el reconocimiento de la herramienta que se va a utilizar para digitar, que en este caso en particular será el teclado de la computadora, el cual se encuentra divido en cuatros zonas:

| Recurso de aprendizaje tipo gráfico activo  DI\_CF3\_1.2.1.2\_ZonasHerramienta. |
| --- |

El manejo adecuado del teclado es una de las partes más importantes para el éxito en la construcción rápida y correcta de documentos escritos en la era de la tecnología, por lo que se sugiere conocerlo y aprender a usarlo eficientemente.

La zona alfanumérica a su vez se encuentra subdividida en cinco filas denominadas superior, dominante, guía, inferior y muda, las cuales tienen como principal función facilitar la ubicación de los dedos en las teclas al momento de digitar. Cada una de las filas del teclado cumple una función específica, la cual debe conocer y aprender a usar, con el fin de desarrollar habilidad en su uso*.*

Estas zonas son:

| Recurso de aprendizaje tipo gráfico interactivo  DI\_CF3\_1.2.1.2\_ZonaAlfanumérica |
| --- |

Con respecto a la ubicación de los dedos se debe tener en cuenta que deben estar colocados sobre la fila guía, de la forma que se presenta a continuación.

| Recurso de aprendizaje tipo video  DI\_Video\_CF3\_1.2.1.2\_UbicaciónDedosTeclado |
| --- |

Al momento de realizar la actividad de digitación se debe mantener una postura correcta, de manera que posteriormente no se genere cansancio en algunas partes del cuerpo. Se sugiere adoptar la siguiente postura:

| Recurso de aprendizaje tipo video  DI\_CF3-video\_1.2.1.2\_PosturaCorrecta |
| --- |

Por último, es necesario mencionar que para afianzar la habilidad de la digitación se deben realizar ejercicios permanentes que permitan memorizar el teclado y la ubicación de los dedos en el mismo, al punto que el proceso de digitación se pueda realizar sin tener que mirar el teclado.

**2. Canales de comunicación en *Contact Center* BPO**

Desde sus inicios y hasta hoy la función principal de las empresas de *Call y Contact Center* BPO ha sido generar y mantener interacciones exitosas con los clientes, condición que ha obligado a que esta industria se encuentre en transición permanentemente, tratando de encontrar medios y formas innovadoras para mantener el contacto con los clientes.



En sus inicios los *Call Center* se centraban en la interacción con los clientes solamente a través del teléfono, lo cual le permitió abarcar un mayor número de clientes gracias a la inmediatez de este como principal y casi único canal de comunicación hasta ese momento.

Posteriormente y con el auge de la Internet las empresas de *Call Center* logran dar un salto gigante hacia lo que hoy conocemos como multicanalidad, pasando de ser *Call Center* a *Contact Center*, pero ¿por qué antes *Call Center* y ahora *Contact Center*?

La razón es sencilla, a partir de la implementación masiva de servicios de Internet empiezan a aparecer diferentes medios y formas de comunicación entre las personas, como por ejemplo, los correos electrónicos y la mensajería instantánea, lo que le permitió a la industria ampliar mucho más su espectro de atención a clientes, y es en ese momento cuando se empieza a ver la industria como *Contact Center* y ya no solamente como *Call Center*.

En 1995 se genera otro *boom* en el mundo con la llegada de las redes sociales, las cuales en sus inicios tenían solamente un enfoque social, pero con el tiempo las industrias como la de BPO empezaron a ver las redes sociales como una oportunidad para mejorar las interacciones con sus clientes, poder llegar a ellos de una forma más masiva a como lo hacían a través del teléfono y sobre todo llegar por diferentes medios, como respuesta a las exigencias de atención que demandan las nuevas generaciones de clientes.

Entonces, es a partir de ese momento que la industria pasa de ser monocanal (teléfono), a ser multicanal (teléfono, redes sociales, chat, MSM, email), utilizando más de un canal de atención para sus clientes, garantizando mayor acceso a la información por parte de sus clientes, inmediatez, facilidad y flexibilidad en cuanto acceso a la información, mayor cobertura cuando se requiere atención 24/7, mayor acercamiento con los clientes y lo más importante aumentando los niveles de satisfacción de los mismos.



En la actualidad y con la evolución tecnológica que vive el mundo la industria del BPO sigue cambiando en cuanto a la forma de interactuar con sus clientes, ya que ha pasado de utilizar la multicanalidad para anclarse en la omnicanalidad, la cual le permite a la industria seguir manejando los diferentes canales de comunicación, como son: el chat, el *e-mail*, las redes sociales, el teléfono y la presencialidad, ya no de manera separada, sino integrada, tratando de adaptarse para dar mayor respuesta a las necesidades de los clientes modernos y mejorando su servicio.

**2.1 Barreras de la comunicación**



Son todas aquellas situaciones u obstáculos no previstos que se puedan presentar durante una interacción con otra u otras personas y que dificultan o dañan el proceso comunicativo. Dichas dificultades en la comunicación se pueden dar debido a tres razones o tipos de barreras comunicativas, las cuales conoceremos a continuación.

| Recurso de aprendizaje tipo slider  DI-CF3\_2.1\_BarrerasComunicación |
| --- |

En conclusión, el realizar procesos de comunicación en las condiciones anteriormente mencionadas o incluso en alguna otra de características similares darán como resultado deficiencias en los procesos comunicativos, ya no se podrá realizar la correspondiente decodificación de los mensajes, no se generará el *feedback* esperado y por ende no habrá comunicación.

**2.2 Técnicas de sondeo**

“La calidad de nuestro pensamiento 

está en la calidad de nuestras preguntas” (Elder y Paul, 2002).

Como se ha visto la industria del *Contact Center* BPO tiene como función misional generar permanentemente interacciones con los clientes, las cuales deben cumplir con parámetros de efectividad, claridad, concretud y eficiencia que permitan generar en los usuarios niveles óptimos de satisfacción.

Cumplir con lo anteriormente mencionado no es una tarea fácil, además de requerir muy buenas habilidades comunicativas para entregar información o dar respuesta a las necesidades de los clientes, también requiere desarrollar muy buenas competencias para obtener información de los mismos, por lo cual una de las estrategias más utilizadas tiene que ver con las técnicas de sondeo y formulación de preguntas, las cuales desde su conceptualización resultan ser una interrogación que se realiza con el ánimo de obtener alguna información mediante las respuestas que a partir de allí se generan.

En gestiones con clientes se utilizan diferentes tipos de preguntas, el criterio de aplicación de una u otra depende de factores relacionados con el contexto, el tipo de información que se quiere obtener e incluso el tipo de cliente con el que se interactúa. Algunos de los tipos de preguntas más utilizados son:

| Recurso de aprendizaje tipo slider  DI\_CF3\_2.2\_TécnicasSondeo |
| --- |

**Recuerde:** el uso de técnicas de sondeo por parte del operador de un *Contact Center* es indispensable, debido a que mediante estas se puede conocer las necesidades del cliente, con el fin de ofrecerle un servicio más personalizado.

**2.3 Normas de calidad propias de *Contact Center* BPO**

Los centros de contacto se han convertido en los mejores aliados para las empresas, generando puentes de comunicación entre ellas y sus consumidores, lo cual obliga a la industria de BPO a estar generando constantemente estrategias enfocadas a mejorar las condiciones de interacción con los clientes, lo que redunda en la mejora constante de sus procesos de calidad enfocados a los usuarios finales.

Teniendo en cuenta lo anterior, y dado el crecimiento y posicionamiento de los *Contact Center* en el mercado en los últimos años se hace necesario empezar a pensar en la forma de poder estandarizar los procesos que al interior de dicho sector se generan y poder contar con normas que regulen y garanticen el óptimo cumplimiento de los mismos, en otras palabras, la industria del BPO requiere implementar procesos de calidad.

En el año 2009 aparece la primera norma de calidad para *Call y Contact Center* denominada Sistema de gestión de calidad del centro de llamadas ISO 15838, publicada por el Comité Europeo de Normas, la cual tenía como principal finalidad definir las condiciones técnicas necesarias para que los *Call y Contact Center* mejoraran la calidad del relacionamiento con los clientes, a partir de principios de implementación de infraestructuras adecuadas, sistemas de medición, evaluación y monitoreo de las percepciones de los clientes.

Posterior a la norma ISO 15838 aparece la norma de calidad ISO 18295-1 la cual exige a los centros de contacto la gestión permanente de las interacciones de los clientes y por primera vez, contempla la accesibilidad para los clientes a través de los diferentes canales de contacto (teléfono, chat, *e-mail*), de igual forma exige la implementación de procesos para la gestión de quejas y reclamos. En concordancia con las políticas de relacionamiento empresa-cliente.

Con los años han venido apareciendo más normas de calidad enfocadas en la atención de clientes para la industria de BPO, como por ejemplo, las demás versiones de la norma ISO 9001 que quizá es una de las más reconocidas en el mercado y que año tras año realizan procesos de actualización, para el año 2021 la versión vigente es ISO 18295 2021 centros de contacto para el cliente.

En cuanto a las normas de calidad internacionales para la industria de *Contact Center* y BPO, se destaca la norma COPC (Customer Operation Performance Center), la cual funciona como un sistema integrado de métodos que permiten conocer el desempeño de la organización, mediante actividades enfocadas en la estrategia, el control de gestión y la inteligencia de negocios, tiene como principios mejorar la satisfacción de los clientes y reducir costos al proveer excelentes servicios.

Sin embargo y a pesar de que la norma COPC es quizás la norma de calidad diseñada exclusivamente para empresas de *Contact Center* BPO, en la actualidad su proceso de certificación es uno de los más costosos y en Colombia solamente tres empresas cuentan con dicha certificación.

1. **Material complementario**

| Tema | Referencia APA del material | Tipo de material  (video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del recurso o  archivo del documento o material |
| --- | --- | --- | --- |
| La comunicación no verbal | Domínguez, Mª. (2009). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades. *Razón y Palabra,* vol. 14, núm. 70, noviembre-enero. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478047.pdf> | PDF | <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478047.pdf> |
| Partes del teclado | Eduteka. (2005). *Técnica práctica para aprender a digitar.* Eduteka. <http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Teclado2> | Portal libre para docentes | <http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Teclado2> |
| Reglas de etiqueta net | Eduteka. (2002). *Las 10 reglas básicas de la netiqueta.* Eduteka. <http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Netiqueta> | Portal libre para docentes | <http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Netiqueta> |
| Técnicas de producción vocal | Bustos, I. (2012). *La voz. La técnica y la expresión.* Editorial Paidotribo. <http://www.paidotribo.com/pdfs/707/707.i.pdf> | Libro | <http://www.paidotribo.com/pdfs/707/707.i.pdf> |
| Técnicas de sondeo | Elder, L. y Paul, R. (2002). *El arte de formular preguntas esenciales.* Fundación para Pensamiento Crítico. <https://www.criticalthinking.org/resources/PDF/SP-AskingQuestions.pdf> | Texto | <https://www.criticalthinking.org/resources/PDF/SP-AskingQuestions.pdf> |

**d. Glosario**

| **Término** | **Significado** |
| --- | --- |
| Calidad | Ejecución de actividades con excelencia y eficiencia. |
| Comunicación | Proceso mediante el cual el emisor envía un mensaje al receptor y este lo codifica, interpreta y emite una respuesta. |
| Comunicación no verbal | Proceso mediante el cual se realizan procesos comunicativos utilizando como medio el cuerpo, los movimientos de las manos, los gestos, etc. |
| Comunicación verbal | Proceso mediante el cual se emiten mensajes utilizando la palabra. |
| Digitación | Proceso mediante el cual se introducen datos en una computadora o incluso a través de una máquina de escribir de manera eficiente, ágil y precisa. |
| Red social | Espacios en Internet creados por personas con intereses, preferencias y gustos comunes. |
| Sondeo | Formulación de interrogantes como medio para obtener información. |

1. **Referencias bibliográficas**

Marcos, S. y Garrán, M. (2017). La comunicación oral. Actividades para el desarrollo de la expresión oral. *Ogigia* 21: 47-66. <https://revistas.uva.es/index.php/ogigia/article/view/3402/2782>

Maya, A. (1990). *La comunicación escrita*. SENA. <https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/3823/cartilla_04_comunicacion_escrita.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Maya, A., Sánchez, D., Niño, A. y Avella, J. (1990). *La comunicación verbal y no verbal*. SENA. <https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/3825/cartilla_03_comunicacion_verbal_no_verbal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Niño, B., Rodríguez, M., Rodríguez, R., Ahumada, J., Murcia, R. y Duque, O. (1985). *Qué es la comunicación.* SENA. <https://hdl.handle.net/11404/5150>

Rubio, D. (2018).Netiqueta institucional*.* *Revista Estudios Institucionales*, Vol. V, Nº 8. p. 227-241<http://revistas.uned.es/index.php/EEII/article/view/22181/pdf>

1. **Control del documento**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor (es) | Nadia Patricia Granados Amado | Instructora técnica BPO | Regional Distrito Capital – Centro de Gestión de Mercados Logística y Tecnologías de la Información | Septiembre 2021 |
| Ana Vela Rodríguez Velásquez | Diseñadora instruccional | Regional Distrito Capital – Centro de Gestión Industrial | Septiembre 2021 |
| Ana Catalina Córdoba Sus | Revisora metodológica y pedagógica | Regional Distrito Capital – Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica | Septiembre 2021 |
| Rafael Neftalí Lizcano Reyes | Asesor pedagógico | Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura | Septiembre 2021 |
| Julia Isabel Roberto | Diseñadora y evaluadora instruccional | Regional Distrito Capital – Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica | Septiembre 2021 |

1. **Control de cambios**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad temática)**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del cambio |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor (es) |  |  |  |  |  |