

# Vocalcom : El regreso de un líder a la cabeza de la innovación

Innovar de nuevo, innovar siempre. Para Vocalcom, más que un mantra, es un método probado para aportar lo mejor a los contact center. Karine Palacios, que acaba de incorporarse a la empresa como Directora de Producto, ida a conocer su nueva hoja de ruta!

**B**ajo el efecto de la digitalización del customer journey y de la transformación de los hábitos de consumo, la relación con el cliente ha sufrido cambios importantes. Las expectativas de los consumidores no cesan de aumentar, al tiempo que las marcas han hecho de la experiencia de cliente la primera promesa que deben cumplir para conseguir y fidelizar a los consumidores. Para Karine Palacios, que se ha incorporado recientemente a [Vocalcom](#) en calidad de Directora de Producto, después de 15 años en el mercado internacional de la relación con el cliente, se trata de una evidencia: «la volatilidad de los customer journey digitales de los clientes ha supuesto la consagración de la importancia de los datos de cliente y las soluciones CRM que los estructuran. El desarrollo de la automatización y la asistencia utilizando la IA dentro de los contact center, han supuesto un cambio radical. Ante esta realidad, Vocalcom desarrolla su oferta para permitir a las empresas de crear customer journeys más creativos, con un compromiso más proactivo, incluso predictivo, proponiendo interacciones en el canal preferido, en el momento oportuno y con el mensaje pertinente. El objetivo es crear o reforzar este fuerte vínculo entre la marca y el cliente.

## Apostar por las ventajas y saberes de siempre...

«Los clientes utilizan ahora una amplia gama de canales, con motivaciones diversas y comportamientos volátiles. La visión del cliente que tiene la empresa es por consiguiente más fragmentada. Para los servicios de atención al cliente, el reto consiste en reconciliar la información



para controlar el journey», afirma Karine Palacios. En el núcleo de este reto están los datos del CRM, que gracias a la IA, están mejor organizados. «Es la base de la excelencia. Las marcas necesitan conocer al cliente para tomar decisiones estratégicas, tanto como para ayudar a los colaboradores de los contact center a mantener conversaciones «hechizantes» con los clientes». Desde hace ya 15 años Vocalcom tiene un acuerdo perfecto con Salesforce para la integración nativa de este. Se trata de una ventaja estratégica que Karine Palacios tiene toda la intención de ampliar en su hoja de ruta de innovación, al integrar la solución Hermes a los demás líderes del CRM. La idea es enriquecer los módulos de servicios, marketing y ventas de los CRM gracias a un motor de routing omnicanal y predictivo, Hermes. «Una integración perfecta de los datos al servicio de una estrategia de cliente más proactiva es sinónimo de unos clientes más satisfechos porque «nos anticipamos a sus deseos», pero es sinónimo también de unos agentes más serenos, al estar mejor armados para aportar satisfacción a los clientes.» Agentes que buscan más flexibilidad y autonomía, pero también ayuda para cumplir con sus cometidos.



Karine Palacios  
Chief Product Officer



Esta flexibilidad se logra principalmente con el Cloud. De hecho, de aquí al final del primer semestre, una nueva versión de las soluciones Cloud posicionará a Vocalcom como el socio predilecto de las marcas para sus estrategias de compromiso del cliente predictivo, dirigidas por su CRM.

## La fuerza de un ecosistema completo

Desde siempre, Vocalcom ha apostado por alianzas con socios con fuerte valor añadido, con integradores para favorecer la apropiación de las soluciones en el terreno y para contribuir a alimentar la innovación. «Aportamos a los clientes de Vocalcom lo mejor de la innovación, basándonos en un ecosistema selectivo de nuestros socios líderes y complementarios para nuestras ofertas.» subraya Karine Palacios. En ese sentido, Vocalcom acaba de firmar una alianza estratégica con Infobip. «La integración de Infobip en la plataforma de Hermes permitirá a nuestros clientes desarrollar su estrategia de compromiso proactivo hacia un modelo no intrusivo y más rentable, basado en la aceptación del contacto por parte del usuario a través de los canales digitales, como complemento de las llamadas de voz»

«Concebimos Vocalcom como una plataforma CCAAS abierta y ágil, para que nuestros clientes puedan elegir las aplicaciones que mejor se adapten a su estrategia y mantener su competitividad frente a la velocidad fulgurante de la innovación tecnológica en el mercado de la CX» concluye Karine Palacios. La apertura como medio para innovar mejor... ¡Un camino ambicioso con la ruta bien marcada para el 2022!