



“Es una gran responsabilidad ser partner de grandes empresas líderes de sectores estratégicos”

Jesús Monroy

Marktel compañía especializada en la externalización de procesos de negocio (BPO), referente en el sector, proporciona servicios de Atención al cliente, Fidelización y Retención, Soporte técnico, Venta y Gestión de cobros. Trabaja en un ecosistema digital con un plan de innovación continúa integrando omnicanalidad, inteligencia artificial, plataformas de autoserivicio y tecnologías propias con el fin de mejorar la eficiencia en la prestación de sus servicios.

Con 22 años de experiencia en el mercado, factura anualmente unos 130 millones de euros, dispone de 14 centros de operaciones en España, Portugal y Colombia, cuenta con 7.000 empleados. Su amplia cartera de clientes,

todos ellos pertenecientes al Ibex35, líderes de sectores como banca, telco, seguros, energéticas, grandes superficies y seguridad, entre otras, les avalan sobre la buena ejecución que realizan en sus servicios.

Hablamos con Luis Martín, el director general de Marktel que nos describe en líneas generales los servicios que presta a sus clientes.

Marktel es mucho más que una empresa de externalización de procesos de negocio. Cuenta con soluciones digitales propias, gracias a un ecosistema de empresas tecnológicas que dan soporte y mejoras continuas a nuestra operación, aportando a nuestros agentes herramientas basadas en Inteligencia Artificial que facilitan su labor y añaden valor en la relación con el cliente.

Somos expertos en Servicios Comer-

ciales, convertimos *leads* en clientes. En Atención a clientes y usuarios, construimos soluciones con el fin de mejorar la experiencia de los clientes en cada interacción. En Fidelización y Retención, trabajamos cada día para generar prescriptores de las marcas de nuestros clientes. En Soporte técnico nuestro personal con alta capacitación técnica nos permite ofrecer un servicio más eficiente, ágil y de mayor calidad. En Gestión global de riesgo e impago, realizamos estudios predictivos que nos ayudan a prevenir el impago y gestionar la deuda.

Nuestros clientes nos confían sus servicios porque no sólo nos dedicamos a realizar el servicio en sí mismo, sino que realizamos una reingeniería de procesos en busca de mejoras en los flujos de trabajo, que permitan optimizarlos y obtener un mayor rendimiento con un cos-



te, esfuerzo y tiempo inferior al que necesitarían estos, garantizándoles un mayor rendimiento en la rentabilidad de sus negocios. Disponemos de los recursos, infraestructuras y experiencia necesaria para obtener un resultado óptimo y mejorar los KPIs de nuestros clientes.

En este mundo tan hiperconectado, mediante la IA, la analítica avanzada y la automatización nos permite conocer y analizar los patrones de comportamiento de los clientes. Sus gustos, inclinaciones, aficiones del consumidor y en función de ello poder ofrecerles las soluciones más adecuadas a sus necesidades. La relación con los clientes ha cambiado mucho, porque hemos pasado de un consumidor que atraído por la publicidad compraba sin más, a un consumidor omnicanal que no sólo consume, sino que también opina y refleja su parecer en las redes sociales. Es más exigente y eso requiere un trabajo muy minucioso, de conocerle bien para poder ofrecerle los servicios que más le satisfacen, y adelantarnos a sus expectativas.

Estas tecnologías nos permiten obtener un conocimiento más profundo de las necesidades y preferencias de nuestros clientes. Speech Analytics es otro sistema avanzado de tecnología que interpreta la voz y procesa la información, para entre otras funcionalidades, realizar un control de calidad interno en cada una de las llamadas, siempre con el fin de mejorar para ofrecer una excelente experiencia de cliente.

¿Cuál es la diferencia con sus competidores?

Nuestra principal diferencia reside en una estrategia basada en la integración de la consultoría, el desarrollo de soluciones digitales y la gestión de servicios. Mediante la consultoría de procesos, diseñamos modelos orientados a mejorar la experiencia de cliente. Con el desarrollo de soluciones digitales, incorporamos de manera natural la automatización en favor de eficiencia. Y, por último, la gestión de servicios, donde ponemos foco en el *engagement* del equipo. Un equipo cualificado, comprometido y motivado.

Quiero destacar la importancia de la analítica de los datos que denominamos Marktel Analítica Integral Operativa, modelo basado en Business Intelligent, mediante el cual se analizan los datos acumulados en los servicios operados del cliente final para obtener los mejores resultados en tiempo real, incorporando la Inteligencia Artificial como modelo conductor a lo largo de la vida del cliente permitiéndonos conocerlo mejor y poder tomar decisiones en tiempo real para ofrecerle una solución totalmente personalizada.

También disponemos del Sistema Integrado de Gestión que actúa en dos áreas: Quality y Technology Management. La primera, atiende los esquemas de calidad, gestión de riesgos, organización de procesos y procedimientos, que normalizan la excelencia como base de la gestión operativa. Y la segunda, Technology Management, formada por los esquemas de continuidad de negocio, ciberseguridad, normativas y *compliance*.

Me imagino que la crisis económica derivada de la pandemia ha originado impagos o demora en el pago a bancos y aseguradoras. Es uno de los grandes servicios que prestan a estas empresas.

Nuestros procesos abarcan el ciclo completo de la gestión global del riesgo, desde la prevención del fraude, gestión de impagos, cobro y recobro. Mediante la labor de nuestros especialistas, gestionamos el cobro de la deuda contraída, otorgando un trato escrupuloso a la imagen de marca de nuestros clientes.

Entrenamos a nuestros profesionales para que adquieran capacidades como la empatía, el dinamismo, y la negociación efectiva. Además, establecemos líneas verticales diferenciadas por sectores y nos apoyamos en soluciones tecnológicas que permiten una gestión ágil de los datos y una mayor eficacia.

Marktel ha incorporado Inteligencia Artificial para mejorar los procesos de selección de su propio personal. ¿En qué consiste?

El departamento de IT de Marktel ha desarrollado un Bot que es un innovador sistema de Inteligencia Artificial aplicado a la selección de Recursos Humanos, que permite reducir en un 50% los costes de búsqueda de personal. Este Bot propicia el uso más eficiente de los recursos, ya que identifica y recomienda a los candidatos adecuados para cada puesto. Esto hace que los propios candidatos se sientan motivados y cómodos, lo que redundará en una menor rotación de personal en la compañía.

Mediante la formulación de preguntas de analítica psicológica a los candidatos, el Bot es capaz de tomar decisiones gracias al Procesamiento del Lenguaje Natural para llegar a determinar el perfil de cada candidato y recomendar el puesto más apropiado para cada uno, en función de sus capacidades y cualidades personales. Perfeccionar este sistema ha supuesto una fuerte inversión en I+D+I, pero ha merecido la pena. Hay que tener presente que el 85% de la base de costes de compañías BPO son los empleados, por lo que afinar bien en encontrar al candidato adecuado es fundamental.

En Marktél hemos apostado decididamente por la automatización de procesos y la digitalización de la compañía, porque sabemos que es la única manera de aspirar al error "0" en la gestión y ser más eficientes en los servicios que ofrecemos. Nuestra cultura de empresa nos exige un proceso de innovación continua para ir más allá de los requisitos que nos pide el cliente y garantizar la excelencia en el servicio. Rasgo diferencial respecto a nuestros competidores. Tenemos niveles de satisfacción muy altos debido a los resultados que logramos.

Hablemos de las certificaciones que posee Marktél, que son las que avalan la calidad de la actividad que desarrolla y una garantía para sus clientes.

Sin ninguna duda, porque nos importa la calidad, sostenibilidad y seguridad en todas las acciones que realizamos, cumplimos con todos los requisitos en materia de normativas y certificaciones para cada uno de los ámbitos de la empresa. Entre las más significativas, contamos con la Certificación de AENOR UNE-EN ISO/IEC 27001, Seguridad de la Información, porque la información y los datos son uno de los principales activos de las organizaciones y para Marktél es un objetivo prioritario y trasladada a nuestros clientes confianza. Contamos también con la Certificación AENOR UNE-EN ISO 22301, Sistema de Gestión de Continuidad de Negocio, que garantiza la seguridad y actividad de las empresas ante cualquier panorama de riesgo. Obtener esta certificación se ha convertido en un factor imprescindible para garantizar la capacidad de reacción inmediata y la continuidad de



cada servicio de forma ininterrumpida. Es un orgullo y satisfacción el haber conseguido esta certificación en plena crisis provocada por la pandemia, ya que ninguno de los servicios de nuestros clientes se vio afectados.

Otras certificaciones no menos importantes con las que contamos son Sistema de Gestión de Riesgos UNE-EN ISO 31000, Gestión de Servicios TI UNE-EN ISO/IEC 20000-1, Servicios de Centro de Contacto con el Cliente UNE-EN ISO 18295, Gestión de Calidad UNE-EN ISO 9001 y Sistema de Gestión Ambiental UNE-EN ISO 14001.

En su sector, ¿cuál es el mayor desafío? ¿Qué fenómeno se avecina como realmente innovador?

En mi opinión, la analítica del dato y concretamente el estudio de la interpretación de la voz humana, ya que es el gran desafío para todas las empresas más punteras del sector. Los investigadores continúan impulsando el estudio del habla humana, utilizando inteligencia artificial avanzada, modelos y tecnologías de procesamiento del lenguaje natural para desarrollar la lingüística computacional. Mediante interacciones de audio grabadas convertirlas en datos se pueden identificar patrones que po-

drían mejorar las interacciones futuras en los servicios de atención al cliente.

Esta tecnología es una potente herramienta para poder realizar análisis de las tendencias, identificar con mayor acierto las necesidades, analizar la efectividad de las campañas y como he comentado anteriormente realizar un control de calidad interno en cada una de las llamadas. Es una herramienta muy valiosa para mejorar la atención al cliente.

Los enfoques más recientes para el reconocimiento de voz automatizado utilizan modelos de lenguaje de red neuronal que tienen en cuenta más datos, no sólo la voz, sino que intervienen otros factores como las pausas, el tono de voz, entre otros, lo que permite transcripciones más precisas.

Estudios de la consultora McKinsey revelan que identificar la voz de los usuarios comporta ahorros de hasta el 30% en los procesos de gestión y mejora en un 10% la satisfacción del cliente.

Los datos procedentes de la voz humana ofrecen una información muy cualificada que no se puede conseguir a través de otras fuentes ■

Fotos: Luis Salvador Martín