

Cliente: CAS Corp

Web: www.cascorporate.com

Industria: Venta Directa

País: Miami - FL, USA

Posiciones: aprox. 250

DESAFÍO:

- Incrementar leads y mejorar índice de conversión
- Controlar y obtener estadísticas de rendimiento
- Aumentar ventas globales
- Seguimiento y control de entrega
- Promover la deslocalización de su operación

SOLUCIÓN:

- Mensajes automáticos de voz y sms y marcación predictiva
- Sistema de gestión de medios e indicadores de rendimiento
- Herramientas de marcación automática para incremento de productividad de "Re-órdenes"
- Actividades de FollowUp y gestión automática del shipping
- Hosting y agentes remotos

RESULTADOS:

- Incremento de tasa de conversión a un 54%
- Venta por reórdenes alcanzó un 38%
- Gestión diaria de 23.000 con un talk-time de 50 minutos
- Agentes remotos y expansión hacia otras locaciones

Caso de Estudio

Corporate American Solutions

SOBRE CAS CORP.

Líderes en venta directa

Corporate American Solutions (CAS) es una organización con base en Miami, FL. que realiza la comercialización y venta directa de sus productos, a través de su propio call center de 250 asientos. Fundada en 2003 ha logrado una posición destacada en la industria de la Venta Directa debido a sus altos índices de conversión y estrategias de fidelización.

EL DESAFÍO

Consolidar estrategias de venta directa para llevar a cabo planes de expansión

Incrementar generación de leads y mejorar índice de conversión

El principal desafío de CAS Corp se centraba en el mejoramiento de su índice de conversión. La meta establecida fue alcanzar 56% de conversión, tomando como base de partida el 37% actual. Del mismo modo se buscaba incrementar la cantidad de leads a través de la diversificación de estrategias.

Controlar rendimiento de los medios

Otro de los requerimientos establecidos por CAS Corp orientado a la toma de decisiones, era contar con la capacidad de control total y obtención de estadísticas de rendimiento de las campañas en los medios.

Incrementar ventas globales

Dentro de las estrategias y metas definidas, CAS Corp planteó incrementar las ventas globales creando un área de "Re-órdenes", con el fin de generar nuevas ventas a clientes existentes. "Re-órdenes" contaría con objetivos de venta propios no inferiores al 30% de las ventas totales de la organización.

Seguimiento y control de entrega

Para reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente, CAS Corp definió un proceso logístico que debía ser apalancado con estrategias a nivel del contact center y la aplicación de gestión.

“Hemos obtenido un incremento de productividad del 22% solamente utilizando el marcador predictivo y los resultados de la incorporación del IVR son excelentes”

Luis Cariola
CEO, CAS Corp.

Deslocalización

Dentro los planes de CAS Corp estaba el desafío de mantener el control de la operación y los estándares de calidad que los caracteriza, independientemente a la ubicación geográfica de los agentes.

LA SOLUCIÓN

Gestión integral del ciclo para venta directa

Se planteó una solución integral que cubriera de manera global la estrategia de venta directa de

CAS Corp, incluyendo desde la personalización de las funcionalidades de contact center hasta el desarrollo del front-end para la gestión del ciclo completo y la integración entre ambas plataformas para potenciar los resultados.

Mensajería automática de voz y sms y marcación predictiva

Para el incremento de leads se definieron nuevas estrategias a través del contact center que acompañaron las campañas en los medios televisivos. Las mismas se basaron en:

- Mensajes de voz y texto, masivos y automatizados y campañas de *press-one*
- Telemarketing a través de campañas de marcación predictiva

A su vez se optimizó la gestión de leads a través de:

- Distribución automática de leads
- Call-back automático de las llamadas abandonadas
- Monitoreo, grabación y calificación de vendedores en base a atributos configurables

Sistema de gestión de medios e indicadores de rendimiento

En la aplicación de front-end desarrollada se incluyeron herramientas para la gestión de medios que abarcaron, por ejemplo, la administración de las pautas publicitarias, inventario y administración de *Toll Free Number*, asignación de presupuestos para cada campaña, entre otros.

Adicionalmente, se generaron indicadores de rendimiento orientados a la toma de decisión (conversión por medio, costo por llamada, costo por orden, entre otros) y herramientas de análisis de rentabilidad y respuesta de las campañas.

InConcert Worldwide Presence



Marcación Automática para incrementar productividad de “re-órdenes”

Se implementaron campañas de marcación predictiva para las “re-órdenes”, totalmente integradas a la aplicación de gestión.

La estrategia se basó en aplicar reglas de negocios y filtros sobre la base de clientes existentes y generar listas con éstos para ser procesadas cada día por un marcador predictivo.

Actividades de FollowUp y gestión automática del shipping

La aplicación de front-end permitió el registro de todas las actividades de FollowUp (confirmaciones de pago y de envíos a clientes, reclamaciones, rechazos, reenvíos, cambios en la forma de pago, upsale) y automatizó el proceso de shipping mediante campañas de marcación.

Hosting y agentes remotos

Se implementó la funcionalidad de agentes remotos y la operación desde múltiples locaciones, manteniendo centralizada la logística y el *core* de los procesos.

LOS RESULTADOS

Incremento de los índices de conversión

Se logró incrementar la tasa de conversión en un 54% promedio y las ventas generadas en el área de Re-órdenes llegaron al 38% de las ventas globales.

Se alcanzó una gestión diaria de 23.000 llamadas obteniendo un “Talk-Time” superior a los 50 minutos por hora para cada vendedor.

Las iniciativas de Deslocalización y Teletrabajo han sido desplegadas con un absoluto control sobre los recursos y los procesos, cuidando al máximo la adherencia a los estándares de calidad y operativos de Coporate American Solutions.

Con la concreción de los planes de expansión de Coporate American Solutions, se logró un crecimiento operativo de 80 estaciones de trabajo distribuidas en Colombia y Perú a las cuales se suman 65 Teletrabajadores ubicados en Colombia y México, conectados al sistema desde su hogar.

InConcert Worldwide Presence

