

CAPACITACIÓN

Marcadores.

¿Qué es un marcador automático?

Dialers

Como lo adelanta su nombre, un marcador automático es una tecnología que dispara llamadas telefónicas de forma automática, sistematizando así el trabajo de los agentes. Con ellos, puedes lograr una comunicación proactiva entre tus agentes y clientes en todo momento.

A su vez, trabajar con estos marcadores hacen que tus campañas de mercado saliente las más eficientes.



¿Por qué utilizar marcadores automáticos?

En primer lugar, utilizar los marcadores automáticos de uContact te ayudará a agilizar y automatizar tus procesos de marcado. Además, con el tiempo, también podrás saber con exactitud cuántas veces necesitas llamar a una determinada lista de contactos para conectar con una persona.

A su vez, los marcadores permiten alcanzar:

- Productividad máxima de los agentes.
- Campañas salientes eficientes.
- Mejoras en el rendimiento del Contact Center.
- Una mejor experiencia del cliente (CX).



¿Cómo funcionan?

Dialers

Aunque es verdad que existen distintos tipos de marcadores -cada uno con funcionalidades específicas-, todos necesitan de algunas configuraciones básicas para funcionar:



**Tiempo entre
llamadas**



Activado



A tiempo



**Lista de números para
marcar**



Agentes disponibles

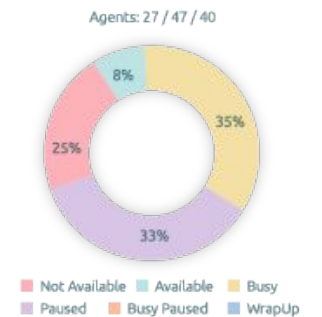
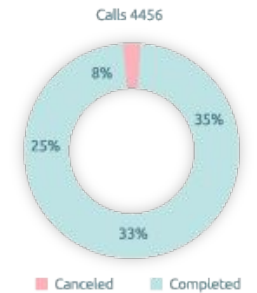
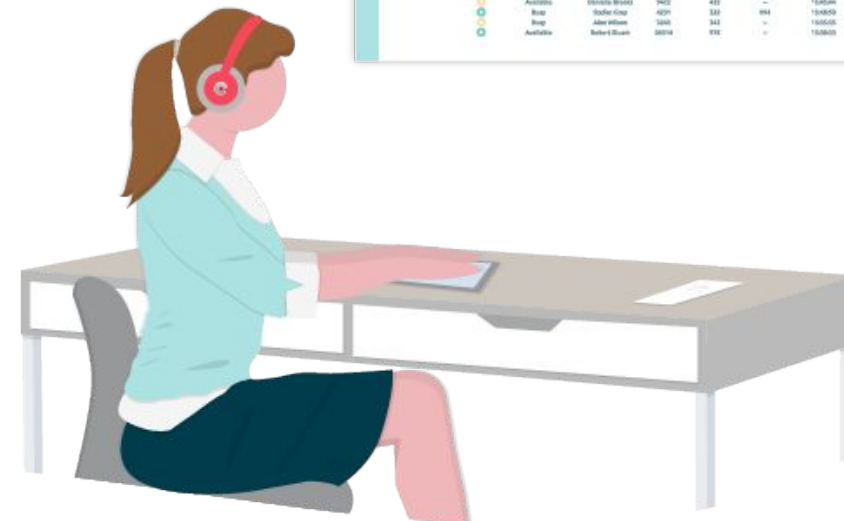
¿Cómo funcionan?

Dialers

Cuando los marcadores son ejecutados por el sistema, este marca los números que el marcador debe llamar de la base de datos que tiene cargada, y qué hacer en caso de que sucedan los siguientes escenarios: la llamada sea derivada a buzón de voz, de ocupado o sea no atendida.

Asimismo, es posible configurar el tiempo que debe esperar el marcador antes de cortar la llamada y tipificarla como no atendida, ocupado, entre otros.

¿Lo mejor? Si la llamada figura como perdida, no atendida, puesta en espera, enviada a buzón de voz o fuera de servicio; **el marcador se encargará de llamar de vuelta al contacto.**



Los marcadores automáticos pueden ser configurados para llamar a más de un tipo de número de teléfono (Home, Work, Mobile, Priority o Unknown), dependiendo de la hora y las especificaciones establecidas al cargar la lista. Por ejemplo, si esta establece que luego del horario laboral promedio el marcador tiene que discar el número personal del cliente (Mobile).

Los diferentes tipos de números de teléfono son:



Home



Work



Mobile



Priority

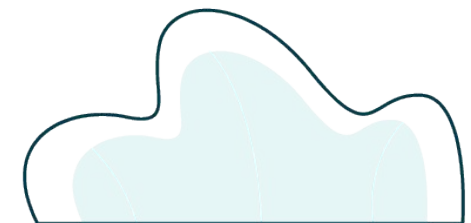


Unknown

Dentro del rango temporal establecido, el marcador llamará a la lista de acuerdo con la lógica establecida, sin importar cuál haya sido el número principal cargado en la lista. Esto quiere decir que, si el sistema encomienda al marcador a llamar al teléfono móvil del cliente **(M)** si es fuera de horario de oficina, el marcador hará esto aunque el número principal asociado a ese cliente al cargar la lista haya sido el del trabajo **(W)**.

Si hay un número prioritario (P), el marcador ignorará cualquiera de las reglas establecidas y lo llamará primero. Mientras tanto, los números de tipo 'Desconocidos' (U) -es decir, que se desconoce si son teléfonos móviles o de trabajo- indican al marcador que los debe dejar para el final de la cola de llamado. A su vez, se pueden excluir tipos de número de teléfono dependiendo de la hora, para así evitar llamar ciertos números en un mal momento.

Aunque el marcador cambie el número que tiene que llamar, mantendrá la cantidad de reintentos que deberá ejecutar para cada uno. ¿Por qué? Porque, de esta manera, no excede el máximo de reintentos definido por número para cada campaña.





Se debe ser cuidadoso con las reglas de marcado, dado que puede pausar o detener el flujo de marcado de acuerdo con las reglas establecidas, así como también afectar el tiempo entre llamadas de los agentes (lo cual retrasa los reintentos de los números que no pudieron ser contactados).





máximo de canales según el marcador

Los marcadores no pueden realizar más llamadas que las configuradas por el marcador.



Sobremarcado

El sistema hará más llamadas que agentes tenga disponibles. De esta forma, podrás saber cuántas veces tienes que llamar para conectar con una persona.



Time-Out

Cuánto tiempo quieres que el marcador suene antes de proceder al siguiente contacto de la lista.



Tiempo entre llamadas

Tiempo mínimo que el marcador tiene que esperar antes de ejecutar el próximo intento (al mismo número o a otro si el que estaba marcando llegó a su máximo de reintentos).

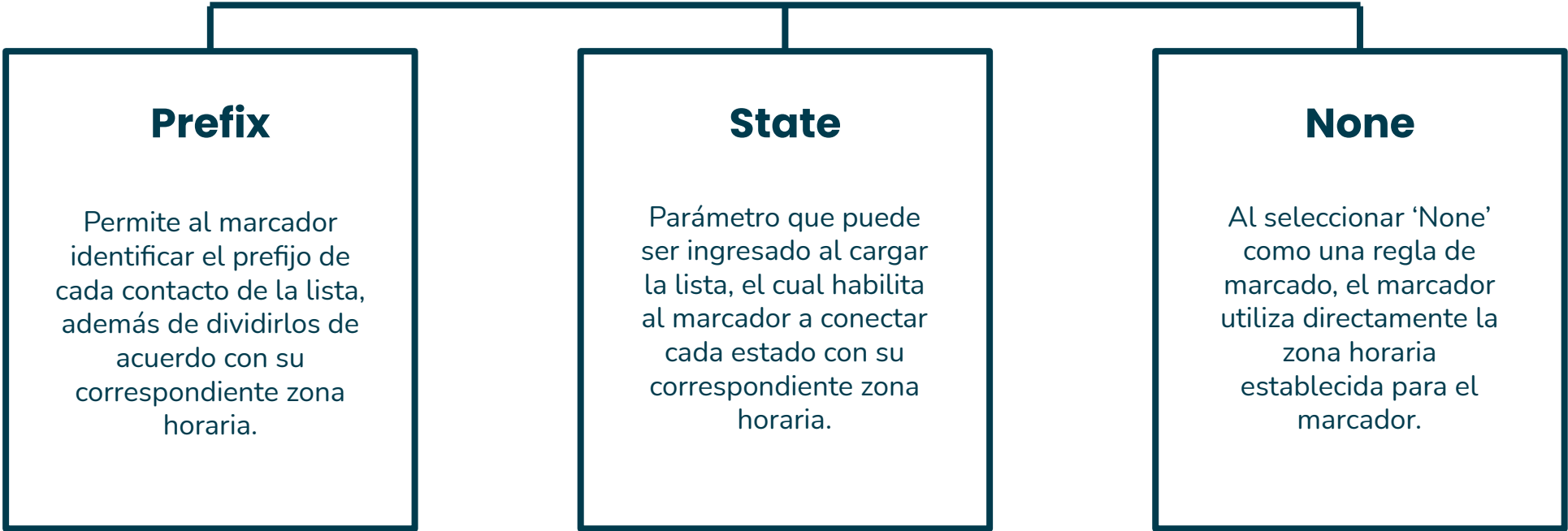


Reintentos

Máxima cantidad de veces que el mismo número deberá ser llamado antes de proceder al próximo número de la lista.



Al crear un marcador, existe la opción de establecer ciertas reglas de marcado, las cuales determinarán su comportamiento al consumir las listas que le son cargadas. En esta sección, entre otras cosas, puedes seleccionar el país y zona horaria en la que funcionará, y luego identificar tres métodos de clasificación de listas:



Cada lista podrá ser cargada para una zona horaria diferente, lo cual quiere decir que el marcador hará las llamadas de aquellas listas que se encuentren activas de acuerdo con la zona horaria a la que pertenecen. A su vez, el tiempo de marcado en la configuración corresponderá con la zona horaria.

Ejemplo:

Si el marcador está agendado para funcionar en la zona horaria predeterminada en el sistema, el primer cliente de la lista será llamado en cierto período de tiempo dentro de esa zona horaria.



Las llamadas pueden ser clasificadas según los siguientes estados, o **tipificaciones**:





Todas las disposiciones están asociadas a una acción. De cualquier manera, existe una configuración que sea ‘No Acción’ que es utilizada para aquellas disposiciones en las que el cliente ya fue contactado, por lo que no hay necesidad de seguir intentando.

Respool



Si una llamada es atendida por un cliente, pero solicitan ser llamadas más tarde, ese contacto puede ser insertado nuevamente en la lista en el horario solicitado.

Respool Alternative



Igual que el ‘Respool’, pero llama al número alternativo primero, eliminando el actual. Es útil cuando ese número no pertenece más al cliente en cuestión.

DNCR



Número que manifiesta su deseo de no ser contactado nunca más y es trasladado a una ‘lista negra’ con todos los números que no pueden ser contactados.

Reschedule



Cuando una llamada es reagendada. Por ejemplo, el cliente pide para ser llamado al otro día, lo cual hace que no sea más parte de esa lista, pero sí sea insertado en el flujo de marcado del día solicitado.

Tipo de marcadores.

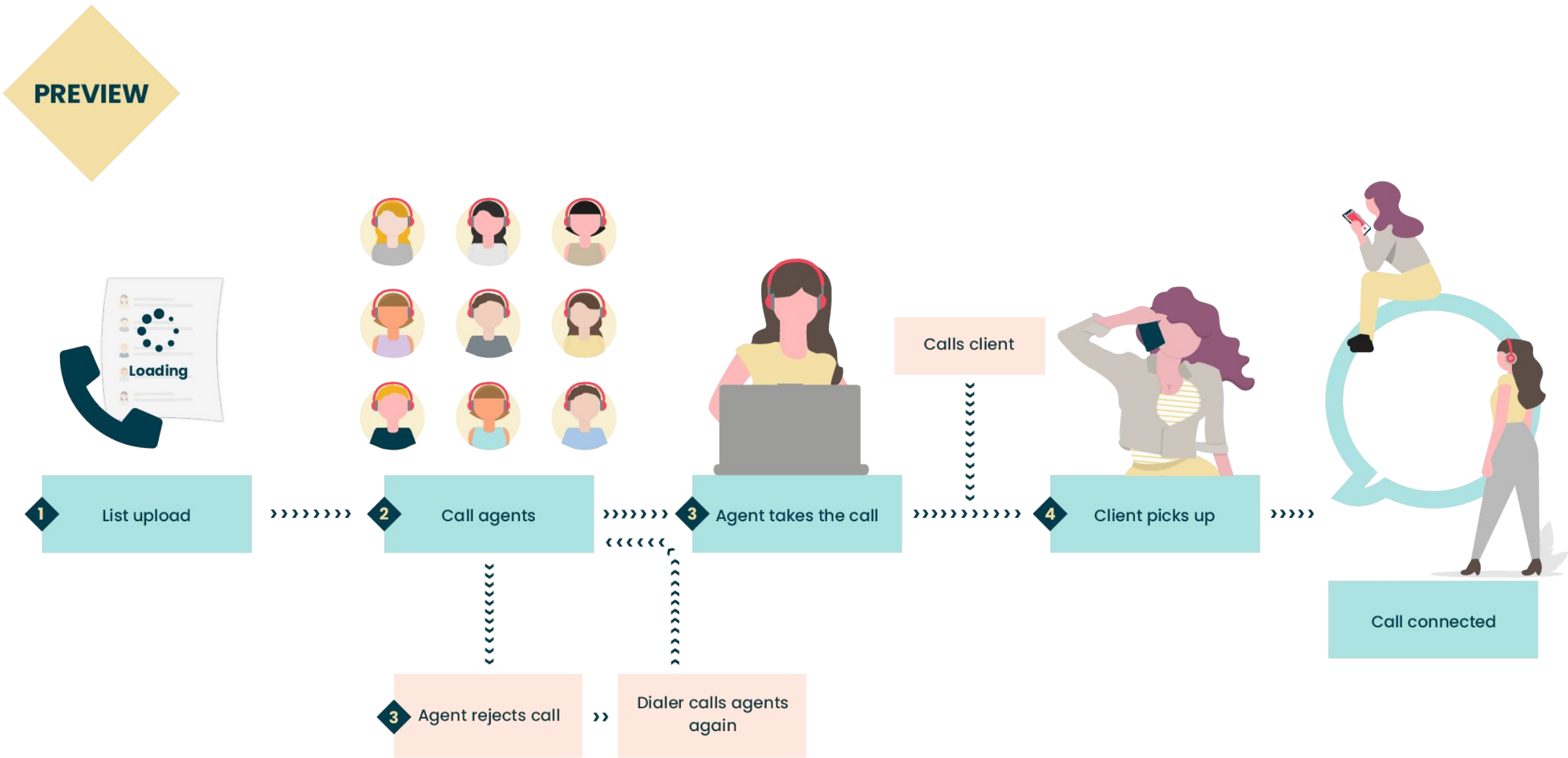


◆ Marcador Preview.

Este tipo de marcador automático llama primero al agente y le da la opción de atender o no la llamada, a no ser que el marcador tenga activada la opción de 'respuesta automática'. En tal caso, el agente no puede rechazar la llamada porque ya fue atendida automáticamente.

Por el contrario, si decide tomarla, se ejecuta la llamada al cliente y el agente la escuchará sonar, podrá cancelarla -entre otras cosas-, tal como si fuera una llamada manual. Básicamente, entonces, **el marcador Preview funciona con base en la disponibilidad del agente.**





¿ Por qué Preview?

La información de la llamada es entregada al agente antes de conectar con el cliente, lo cual le **permite estudiar el caso y aumentar las chances de alcanzar el éxito.**

No hay tasa de abandono, ya que siempre hay un agente disponible una vez que la llamada ha sido efectuada.

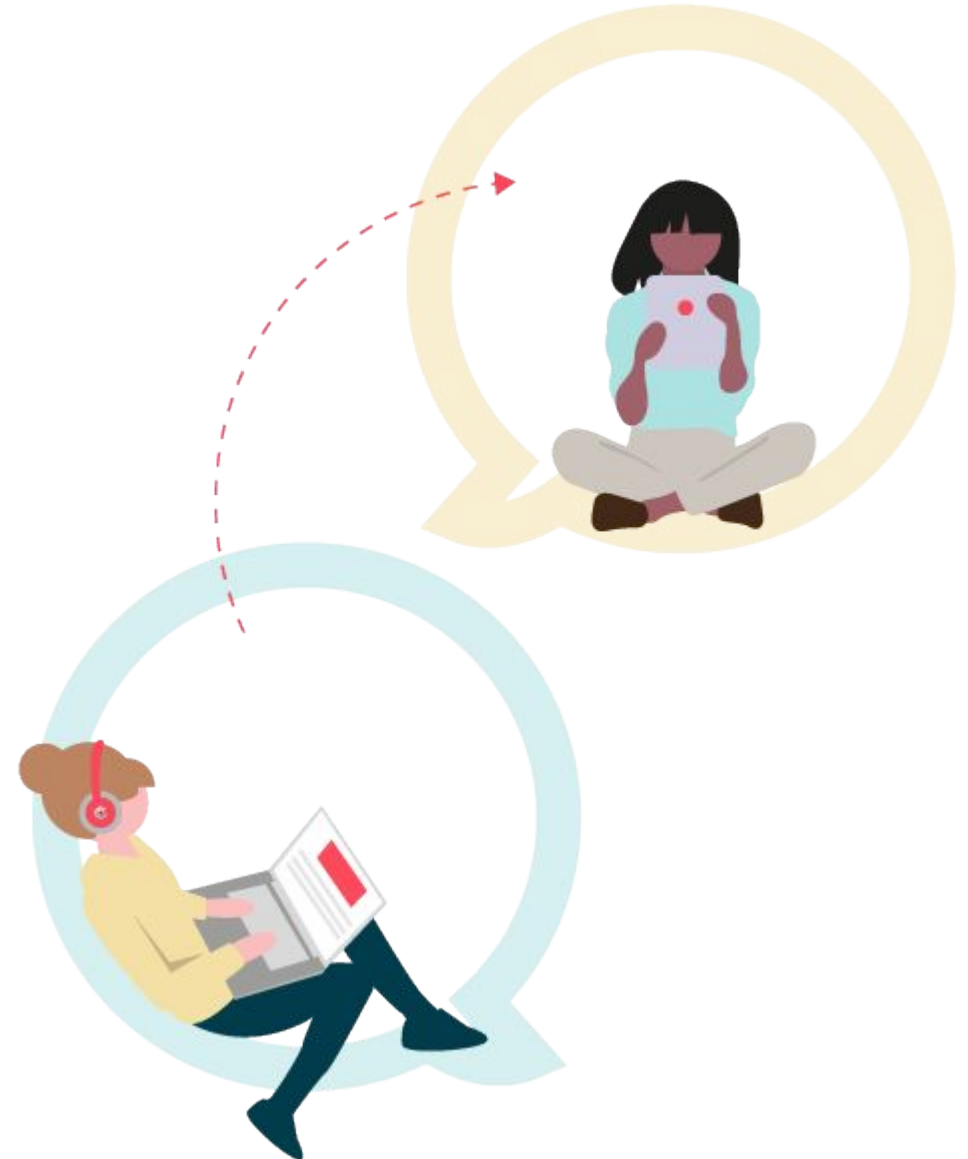
Son perfectos para:

Contact Centers con **poco (o moderado) volumen de llamadas**, dado que simplifican el proceso de marcado, al igual que los marcadores Progresivos, pero sin la propiedad de contacto.

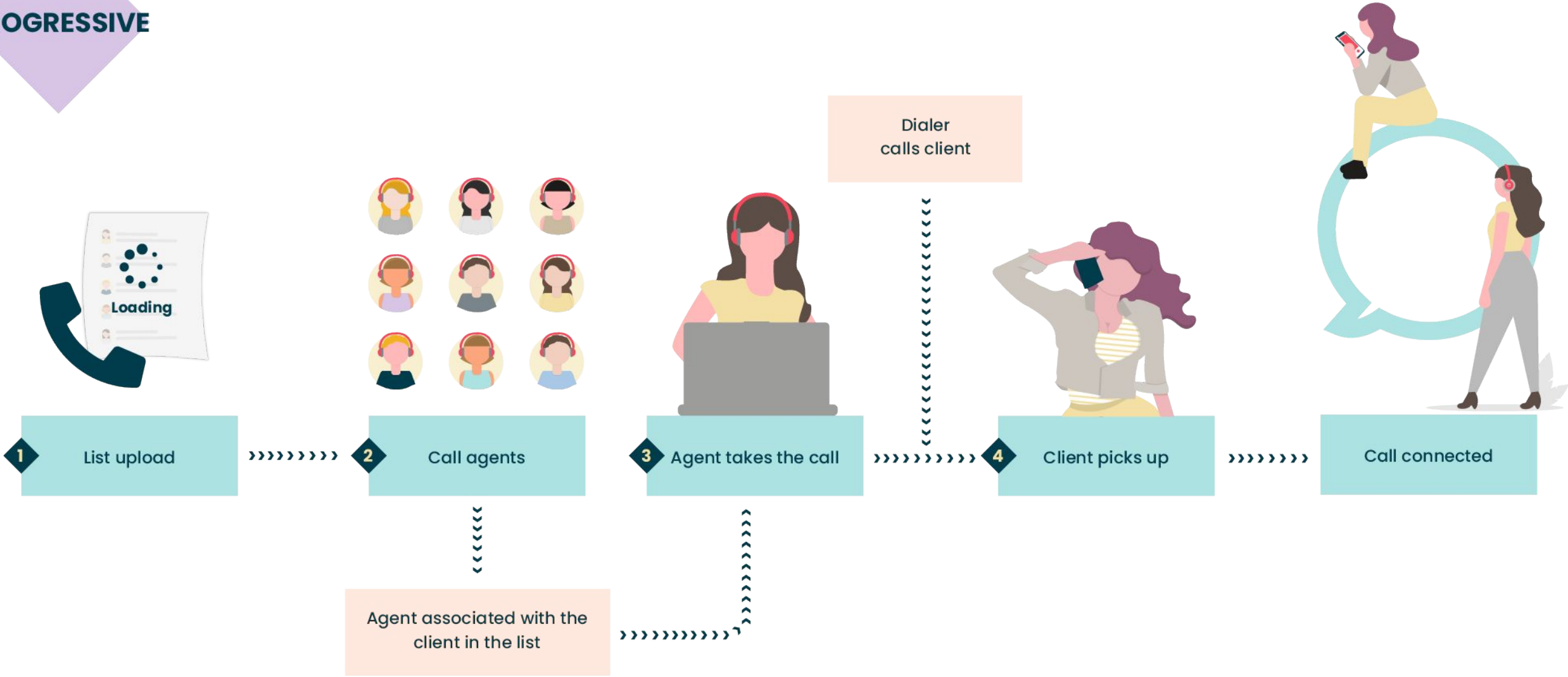


Marcador Progresivo.

Este marcador funciona de una forma similar al Preview, con la única diferencia que, en este caso, cada cliente tiene un agente específico asociado y solo interactúa con él. Esto quiere decir que cada vez que el cliente reciba una llamada del Contact Center, tendrá que ser hecha por el agente que le fue asignado.



PROGRESSIVE



¿Por qué Progresivo?

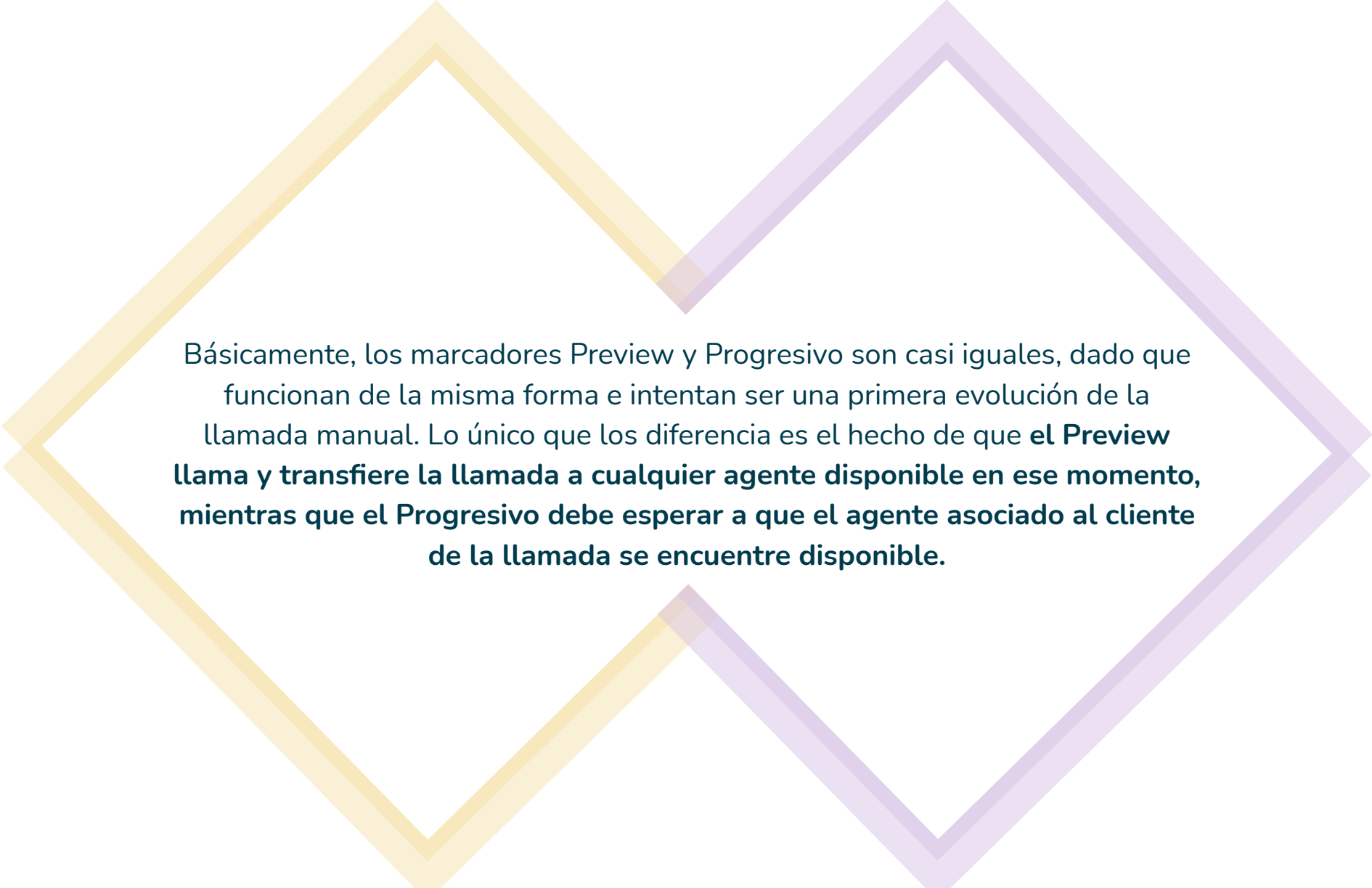
Dado que cuenta con propiedad de contacto, en aquellos casos en los que el contacto de la lista tenga un formulario asociado, le mostrará al agente toda la información de interacciones anteriores con ese cliente. Esto permite la construcción de una relación más sólida y personalizada entre ambos.

Permite mejor segmentación de la lista de contactos y una distribución más equitativa del trabajo.

**Son perfectos
para:**

Contact Center con poco o moderado volumen de llamadas, dado que ayuda a agilizar el proceso de marcado.

Similares, sí; pero no iguales.

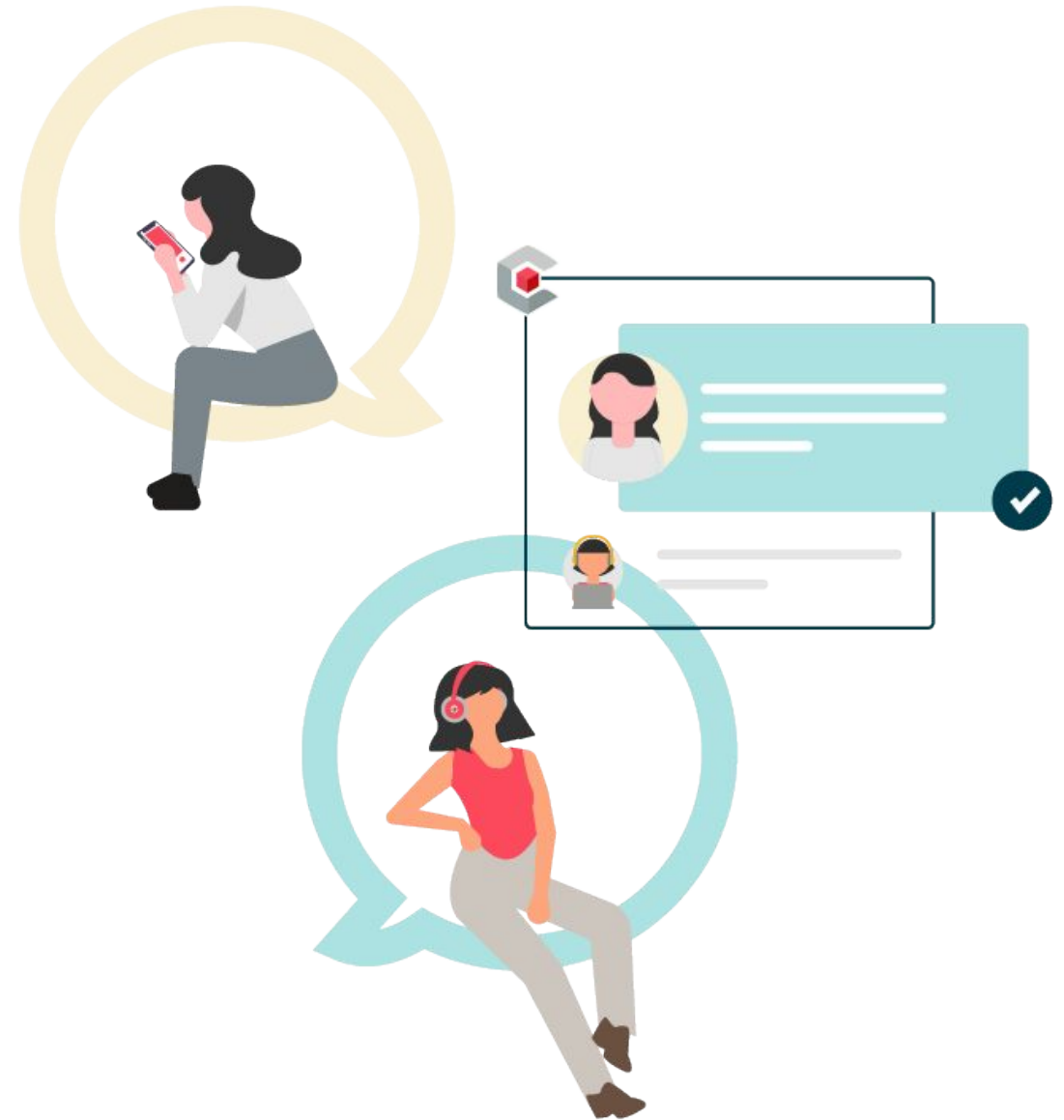


Básicamente, los marcadores Preview y Progresivo son casi iguales, dado que funcionan de la misma forma e intentan ser una primera evolución de la llamada manual. Lo único que los diferencia es el hecho de que **el Preview llama y transfiere la llamada a cualquier agente disponible en ese momento, mientras que el Progresivo debe esperar a que el agente asociado al cliente de la llamada se encuentre disponible.**

◆ Marcador Reverse Progressive.

El marcador Reverse Progressive es una nueva configuración de los marcadores de uContact que funciona casi de la misma manera que el Progresivo, pero al revés. Es decir, **llama primero al cliente y luego le transfiere la llamada al agente que este tiene asignado.**

De esta forma, no solo se pueden identificar los buzones de voz, sino que también hace que los agentes no puedan cortar las llamadas que están siendo ejecutadas y tampoco escuchan el tono. De todas maneras, al tener propiedad de contacto, solo pueden realizar una llamada por agente disponible, por lo que puede aumentar los tiempos de espera en comparación con otro marcador.



REVERSE
PROGRESSIVE



¿Por qué el Reverse Progressive?

Dado que cada llamada es asociada a un agente en particular, **este tipo de marcador no utiliza el sobremarcado** y realiza una llamada por agente disponible.

Facilita el control del número de llamadas que tiene que hacer cada agente, ya que tiene propiedad de cartera y le asigna una llamada específica a cada uno.

Dado que el marcador llama primero al cliente, **el agente no escucha la llamada sonar o ir a buzón de voz.**

Son perfectos para:

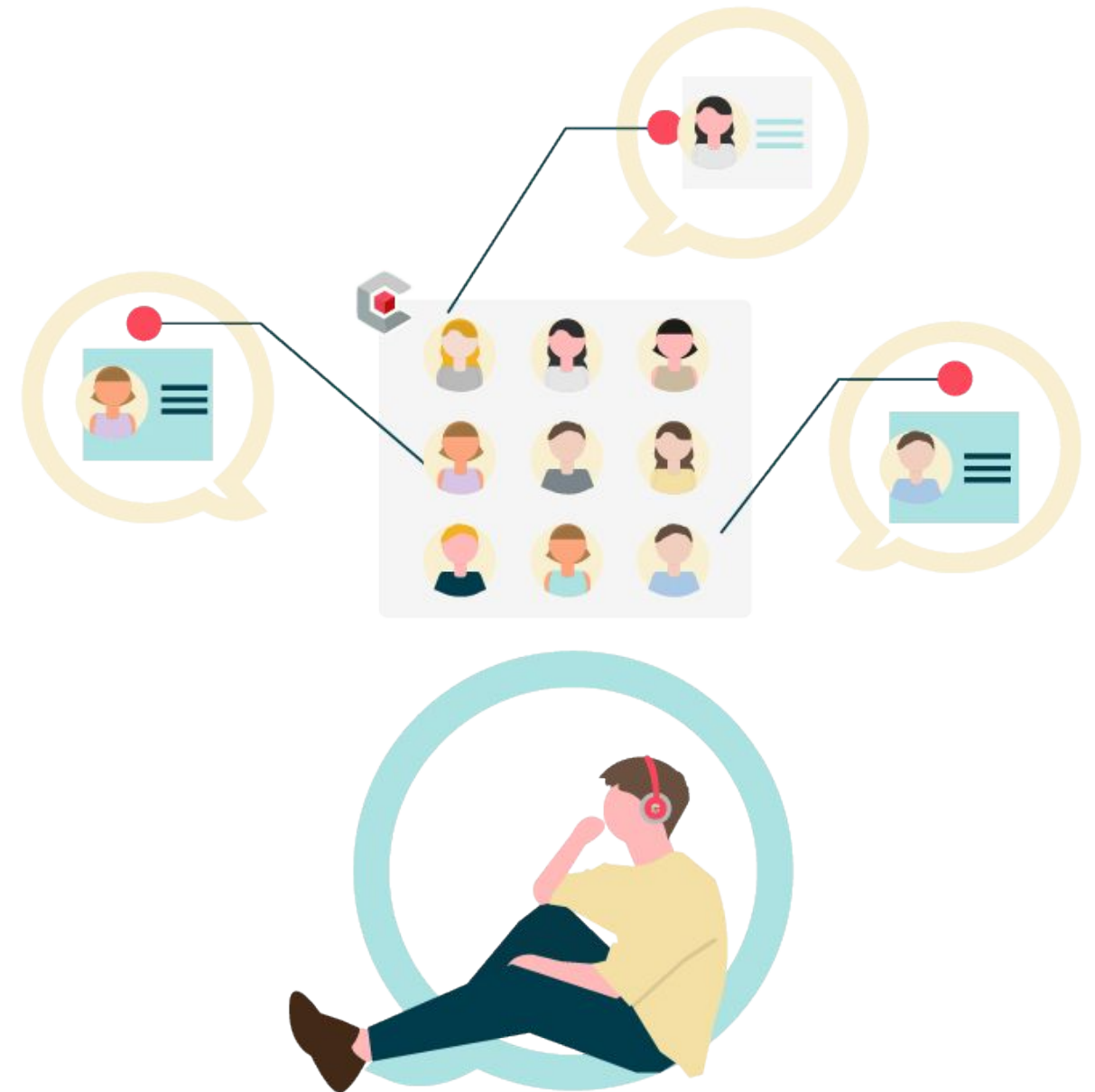
Empresas que trabajan en campañas de Cobranzas y que se benefician de la propiedad de cartera.

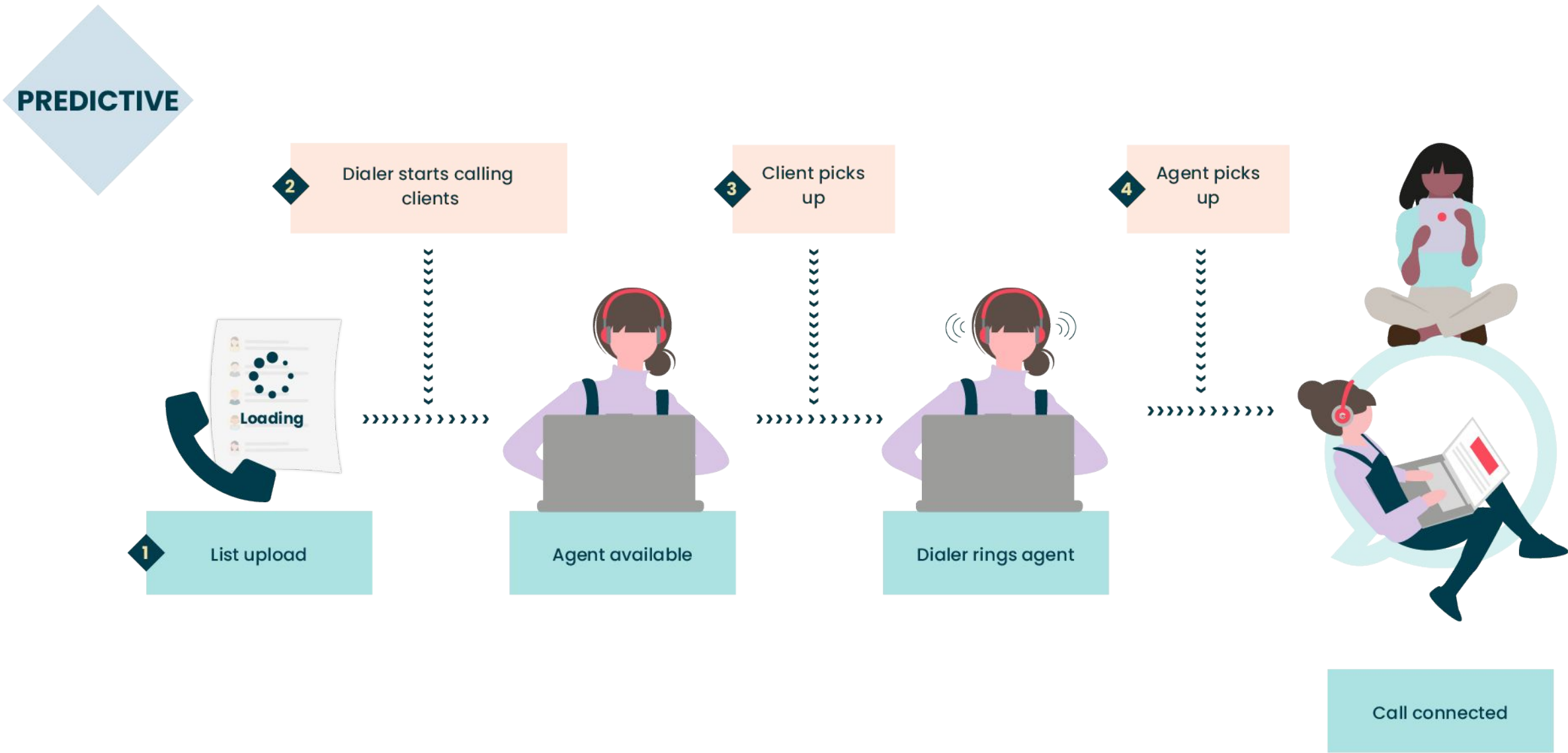
A su vez, son perfectos para cualquier empresa que quiera evitar que sus agentes corten las llamadas antes de que sean atendidas por los clientes.

◆ Marcador Predictivo.

Este marcador llama a un número y, cuando atiende, conecta la llamada con un agente que esté disponible. Lo bueno de este tipo de marcador es que **busca tener a los agentes ocupados la mayor parte del tiempo, bajando así los tiempos 'muertos' entre llamadas.**

Cabe destacar que, por la forma en la que este marcador trabaja, existe la posibilidad de que se pierdan o abandonen las llamadas por no existir agente disponible. De todas formas, estas llamadas se vuelven a intentar más adelante.







Máximo de canales por agente

Número máximo de canales, calculado con base en la cantidad de agentes conectados y el número máximo de llamadas concurrentes por agente.



Tasa de Abandono

Máximo porcentaje permitido de llamadas que el cliente colgó sin ser atendido por un agente. Si este valor sube, se debe ajustar para que marque menos intensamente..



Descanso

Por cuánto tiempo se quiere que el marcador suene antes de colgar y tipificar la llamada, y avanzar hacia el siguiente número de la lista.



Tiempo entre llamadas

Tiempo en minutos que el marcador debe esperar antes de realizar el próximo reintento.



Reintentos

Cantidad máxima de veces que el mismo número será llamado antes de seguir al siguiente número en la lista.

¿Por qué el Predictivo?

Con un porcentaje mayor de llamadas hechas de forma simultánea basada en el aprendizaje de la disponibilidad, **los agentes pasan menos tiempo inactivos.**

Baja el tiempo muerto de los agentes, haciendo que menos puedan atender la misma cantidad de llamadas.

Bajo tiempo de espera para el agente, ya que el marcador realiza cálculos estadísticos que le permiten saber cuántas llamadas tiene que hacer en determinado momento para lograr tener a la mayor cantidad de agentes ocupados de forma simultánea.

Son perfectos para:

Aquellos negocios que basan su estrategia comercial en campañas de llamadas en frío (salientes) y que quieren alcanzar una mayor amplitud de clientes generando así más oportunidades. **Potencian el volumen de llamadas y conectan a los agentes con clientes.**

Tips & Instrucciones:

- 1

Si el valor ‘Otros’ incrementa, es probable que los números de la lista sean incorrectos o que haya un problema con el proveedor de telefonía.
- 2

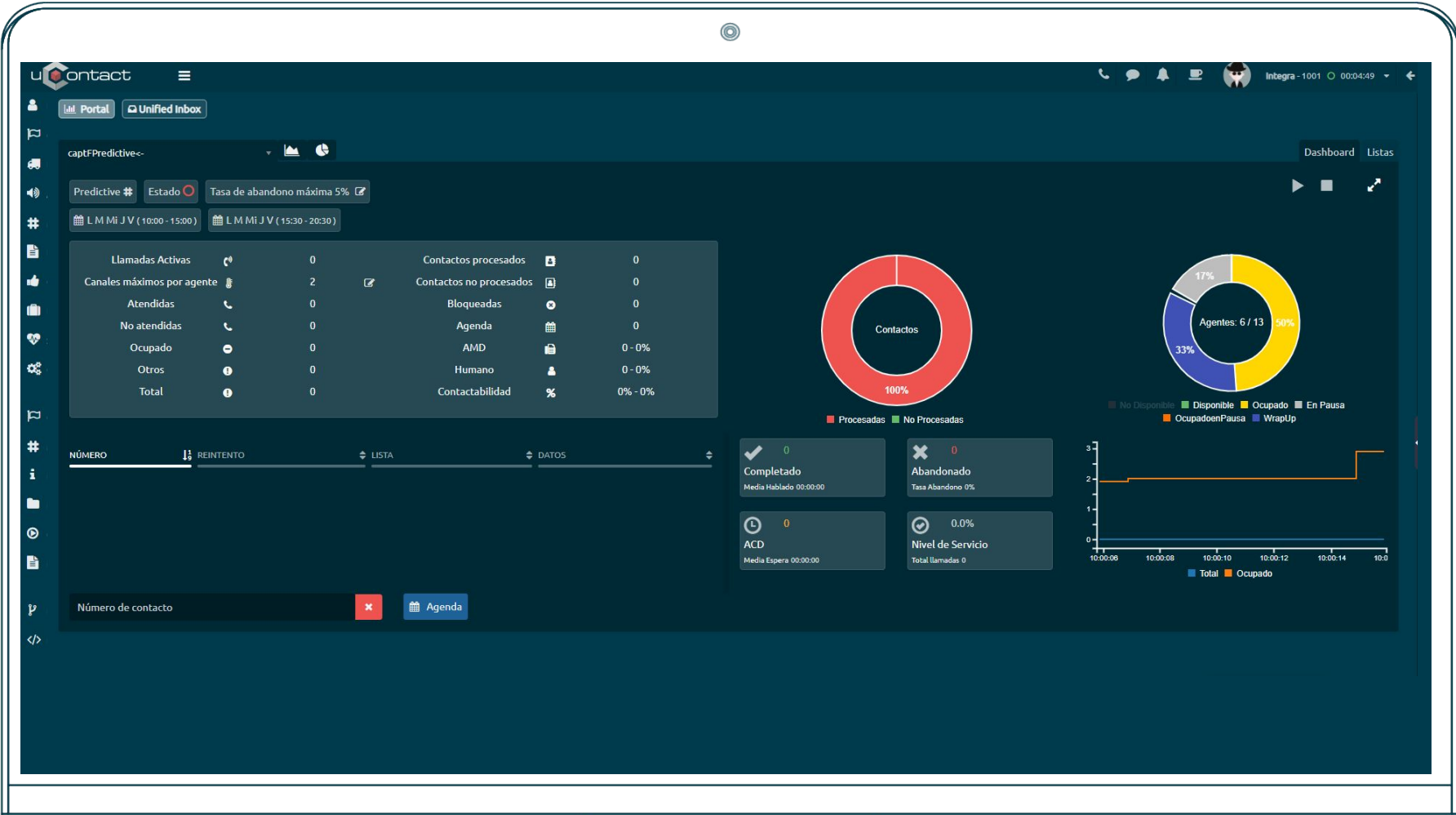
La ‘Tasa de Abandono’ no debería superar el 5%.
- 3

Cambiar el número máximo de canales por agente tomando en cuenta el grado de contactabilidad y la tasa de abandono.
- 4

Los niveles de ‘Ocupación’ se pueden ver en la gráfica de los agentes. El porcentaje del área verde corresponde al número de agentes libres.
- 5

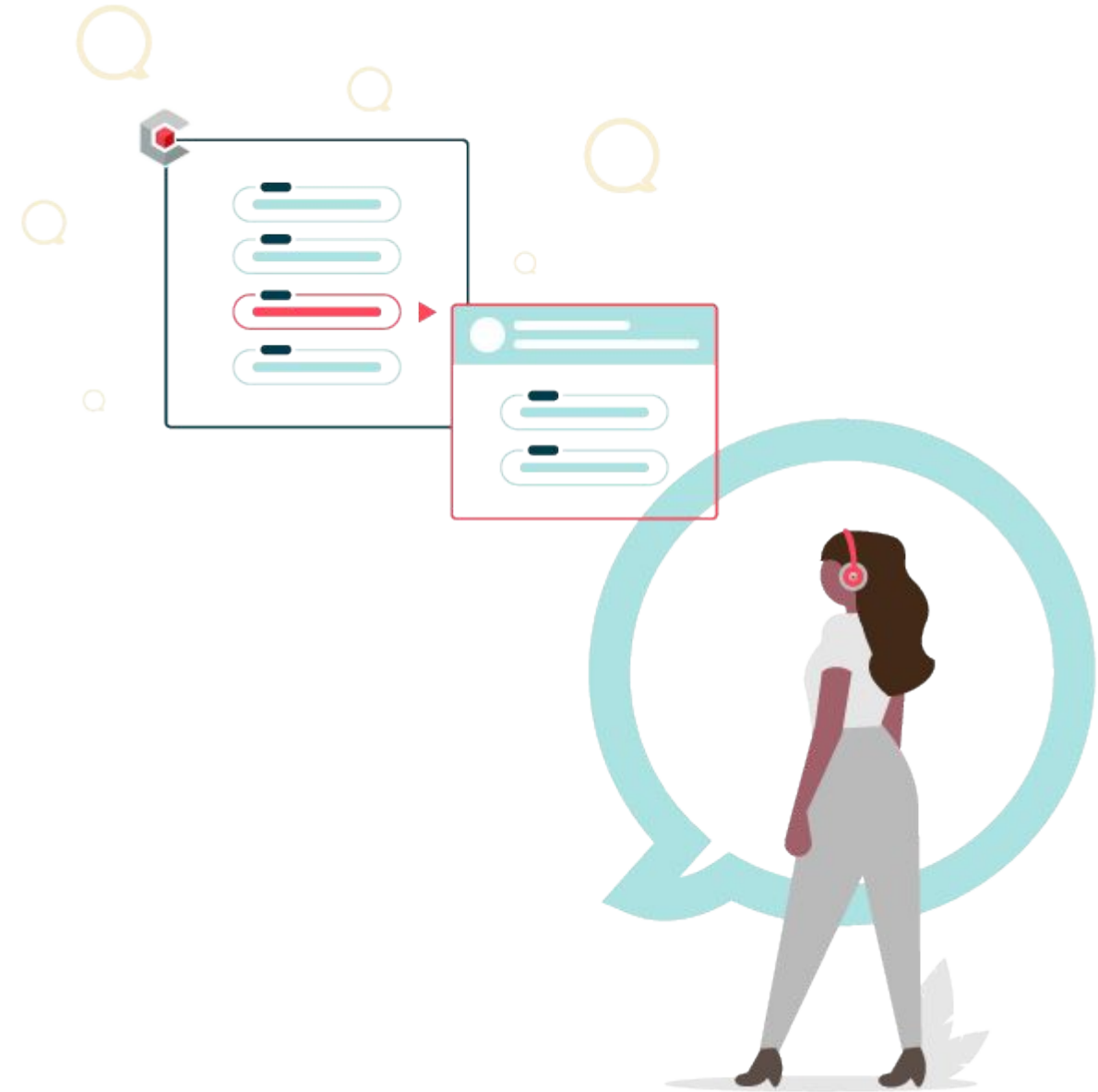
La tabla indica la próxima llamada en la cola del marcador.
- 6

Chequear la actividad de la ‘Lista Negra’ (DNCR) si la cantidad de números bloqueados aumenta considerablemente, .



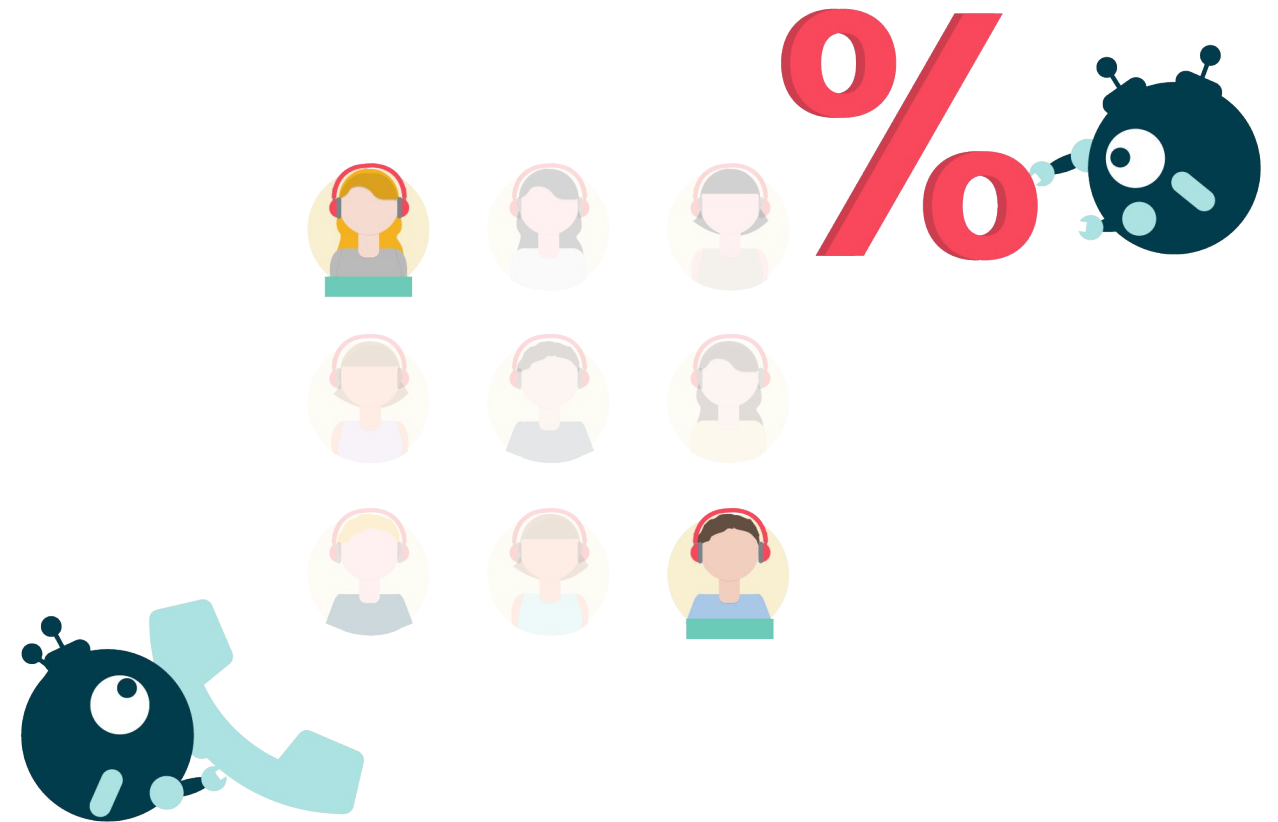
◆ Power Dialer.

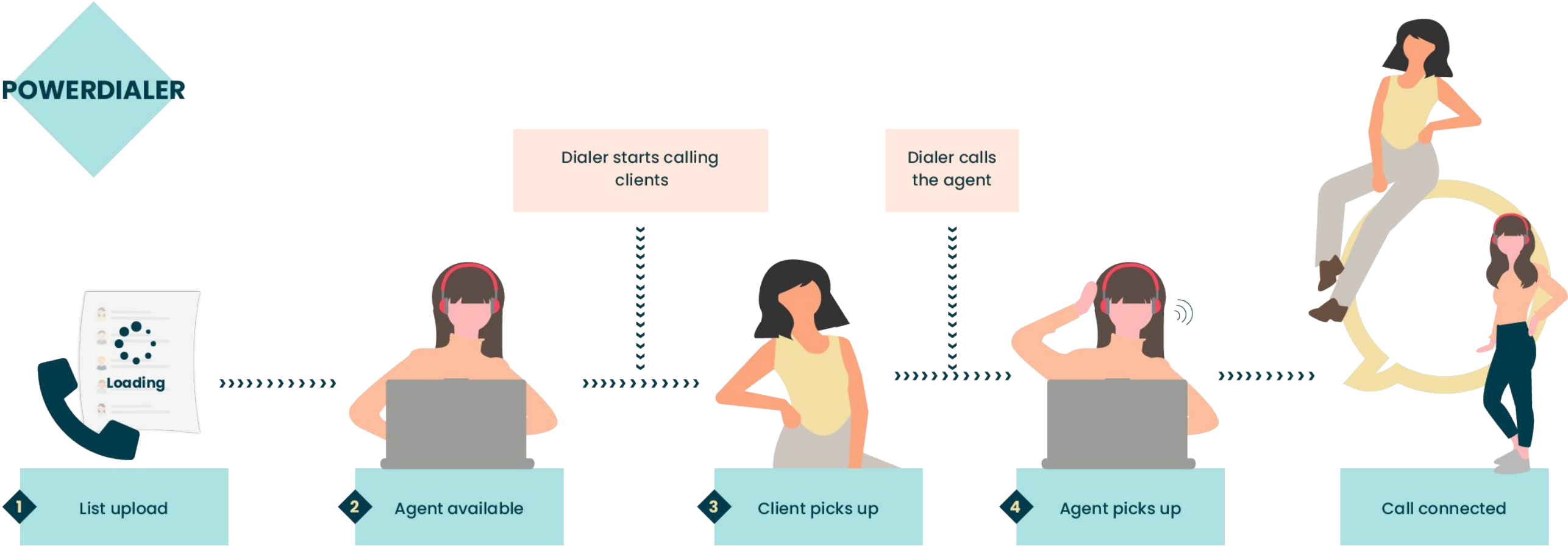
Como el marcador Predictivo, el Powerdialer llama a los clientes primero, pero con un cálculo más en tiempo real del nivel de sobremarcado. Asimismo, pone un límite a la cantidad máxima de canales que debe utilizar.



Lo que hace este marcador es detectar cuando hay un agente disponible y realizar la llamada al siguiente contacto de la lista, teniendo en cuenta el parámetro de **Sobremarcado** definido.

En otras palabras, **la cantidad de llamadas que el marcador debería hacer para alcanzar a un cliente**, teniendo en cuenta el número máximo de canales habilitados y agentes disponibles para la campaña.







Sobremarcado

Qué tanto sobremarcado se le configurará al marcador, teniendo en cuenta el grado de contactabilidad de la lista. Si no es de buena calidad, se podrá establecer un sobremarcado mayor para así generar más llamadas. En aquellos casos que se requiera marcado 1 a 1 con agentes libres, el sobremarcado deberá ser 0%.



Descanso

Por cuánto tiempo se quiere que el marcador suene antes de colgar y tipificar la llamada, y avanzar hacia el siguiente número de la lista.



Tiempo entre llamadas

Tiempo en minutos que el
marcador debe esperar antes
de realizar el próximo
reintento.



Reintentos

Cantidad máxima de veces que el mismo número será llamado antes de seguir al siguiente número en la lista.

¿Por qué Powerdialer?

El marcador detecta un agente libre y hace la llamada al siguiente registro de la lista, teniendo en cuenta el sobremarcado. Este calcula la cantidad de llamadas a partir del porcentaje elegido, ajustándose al máximo de canales para el marcador.

Son perfectos para:

Contact Centers con equipos de trabajo grandes, dado que brindan mejores y más personalizadas experiencias para los consumidores. A pesar de que se realizan numerosas llamadas, **el tiempo entre que el cliente atiende y el agente comienza la conversación es mínimo.**



Power & Predictivo

Comparémoslos.

**El sobremarcado
se calcula**

Fijo con un %

El sobremarcado se define según el número de llamadas que el Powerdialer tiene que hacer, **basado en el número de agentes disponibles, sin sobrepasar el máximo número de canales establecidos para la campaña.**

VS.

**El sobremarcado
se calcula**

De forma estadística

El sobremarcado se calcula **de forma estadística de acuerdo con las predicciones hechas por el marcador**, teniendo en cuenta la información previa y el número de canales por agente.

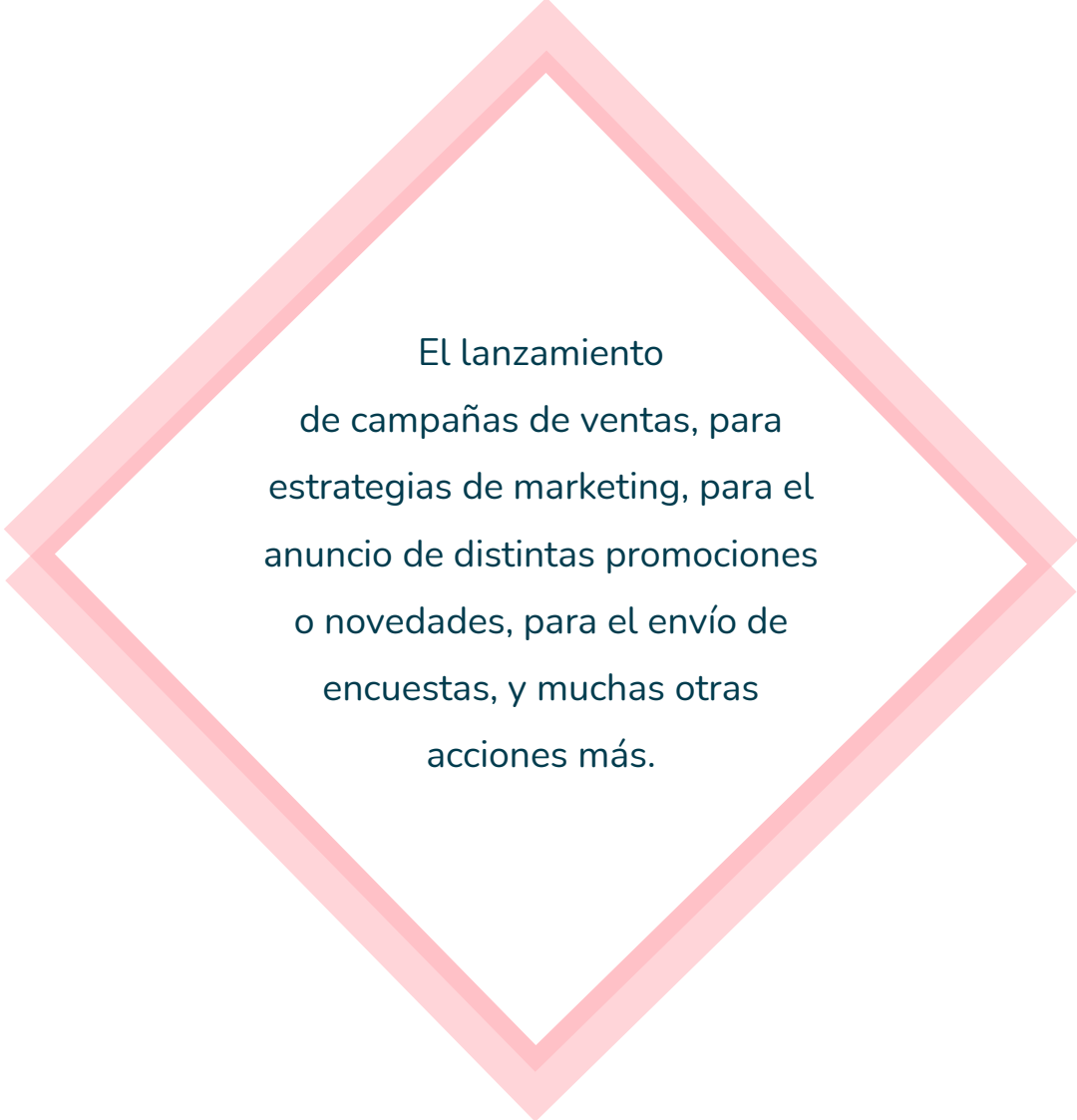
Voice Broadcast.

Voice Broadcast es un tipo de marcador que permite enviar mensajes pregrabados, encuestas, recordatorios y otros puntos de contacto hacia una lista de contactos dentro de un período de tiempo específico. De esta forma, es posible evitar tener un agente en vivo en aquellas listas de marcado y campañas en las que no se considere necesario.

El marcador Voice Broadcast tiene una variante conocida popularmente como campañas 'Presione Uno'. En estos casos, **se utiliza el Voice Broadcast para enviar mensajes pregrabados que le indican a los clientes que presionen 1 si están interesados en el servicio.** Si los clientes lo hacen, el marcador los redirige a la campaña correspondiente. Cabe destacar, que, en este modo, si no hay agentes disponibles, la variante Press-One del Voice Broadcast no realizará más llamadas.



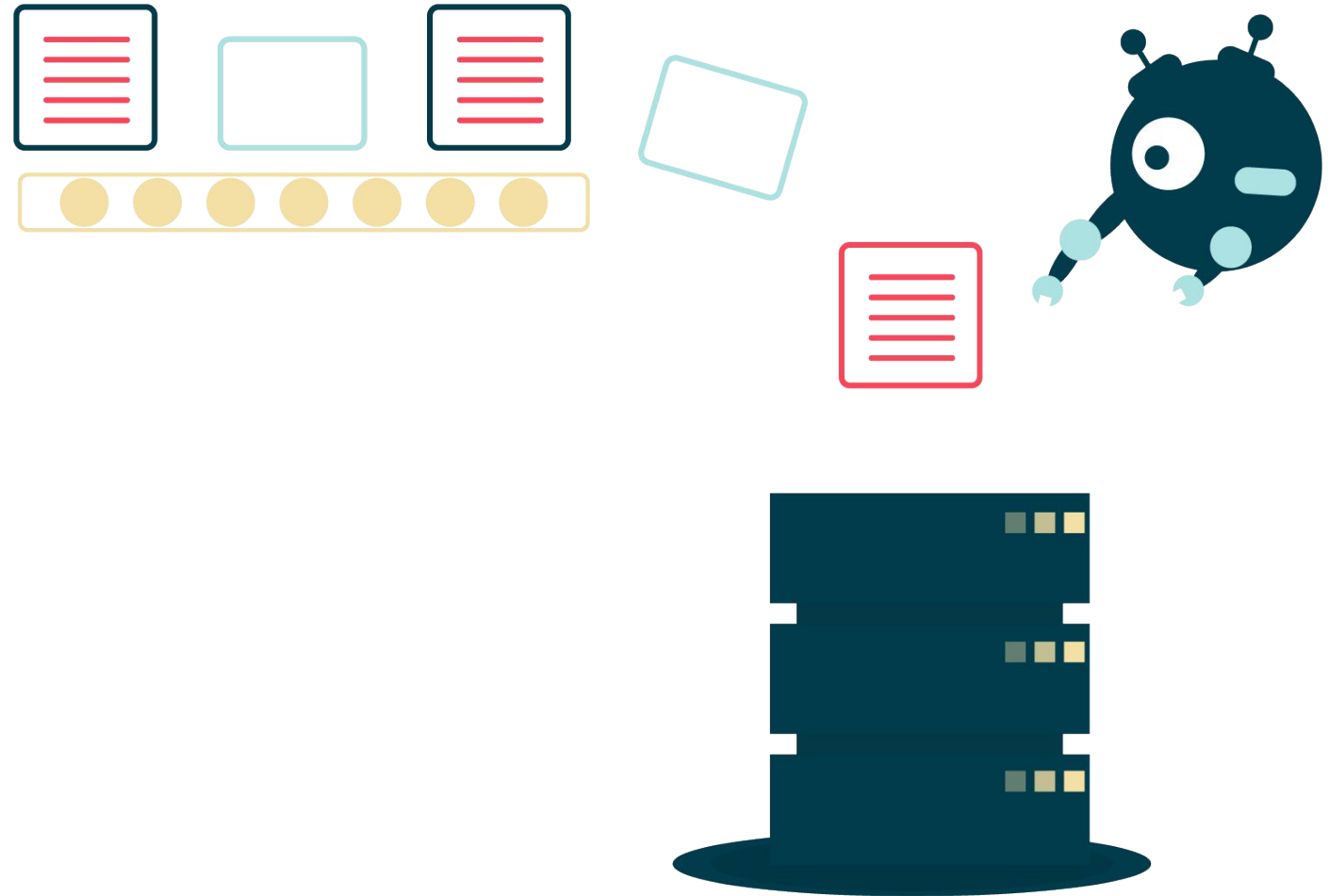
Voice Broadcast es perfecto para:



El lanzamiento
de campañas de ventas, para
estrategias de marketing, para el
anuncio de distintas promociones
o novedades, para el envío de
encuestas, y muchas otras
acciones más.

Listas & Agenda.

Como fue planteado con anterioridad, **todos los marcadores trabajan con base en una o más listas de contactos y agendas.** En otras palabras, funcionan teniendo en cuenta la base de datos de contactos asociada a la campaña y las llamadas que tienen definidas en su agenda.



Como lo indica su nombre, una lista es un **grupo de nombres, teléfonos y otros datos de contacto** que se **deben cargar al marcador para ser contactados**. De todas formas, existen más de un tipo de listas:

Listas activas

Lista de contactos a llamar por el marcador.

Listas desactivadas

Lista que tiene contactos a llamar, pero es ignorada porque ha sido desactivada de forma manual o porque se encuentra fuera de horario.

Lista Negra o DNCR

Lista de contactos que no quieren (o no pueden) ser contactados y que serán bloqueados por el marcador.





Las **Listas Negras (DNCR)** son utilizadas para evitar llamar determinados números que por alguna razón no se pueden contactar. Por lo tanto, bajo ninguna circunstancia el marcador podrá contactar a todos aquellos contactos que pertenezcan a esta lista. Estas pueden establecerse para aplicar para una campaña en particular o para todas las campañas existentes.

Télefono;Campaña[;**Compañía**][;Título][;Nombre]

5989877645;CampPredictiva<-;**Empresa**;Doctor;Juan Perez

Todas las listas deben incluir:



Campaña

Las listas se suben al
marcador en cuestión, y
siempre deben estar
asociadas a una
campaña.



**Número de
teléfono y tipo
de número**



Datos

Toda la información y
las variables que se
quiere que el marcador
complete en los
formularios (fecha y
hora, cantidad de
deuda, y más).



**Números
alternativos**

Números a contactar en
caso de que el prioritario
se encuentre ocupado o
no se pueda alcanzar.



Prioridad

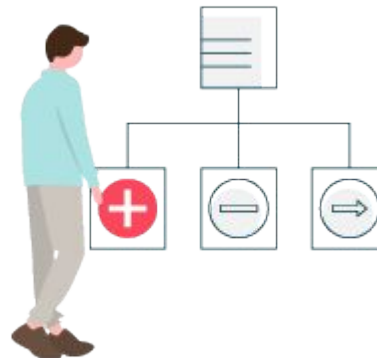
El orden en el que se
quiere que el marcador
realice las llamadas.

Para que la lista sea marcada, debe:

Estar activa



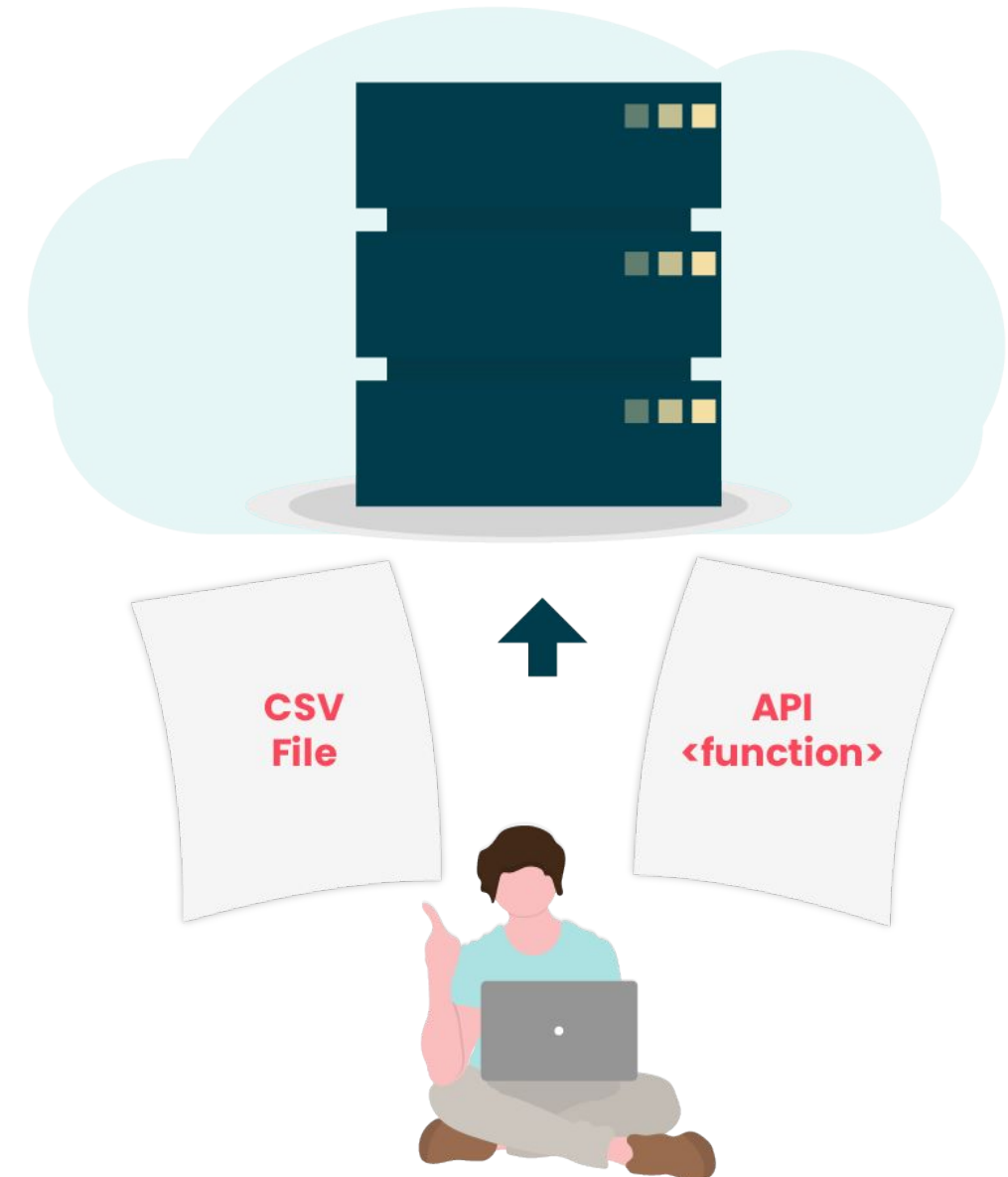
**Tener un % de
prioridad entre
listas**



**Tener una zona
horaria establecida**



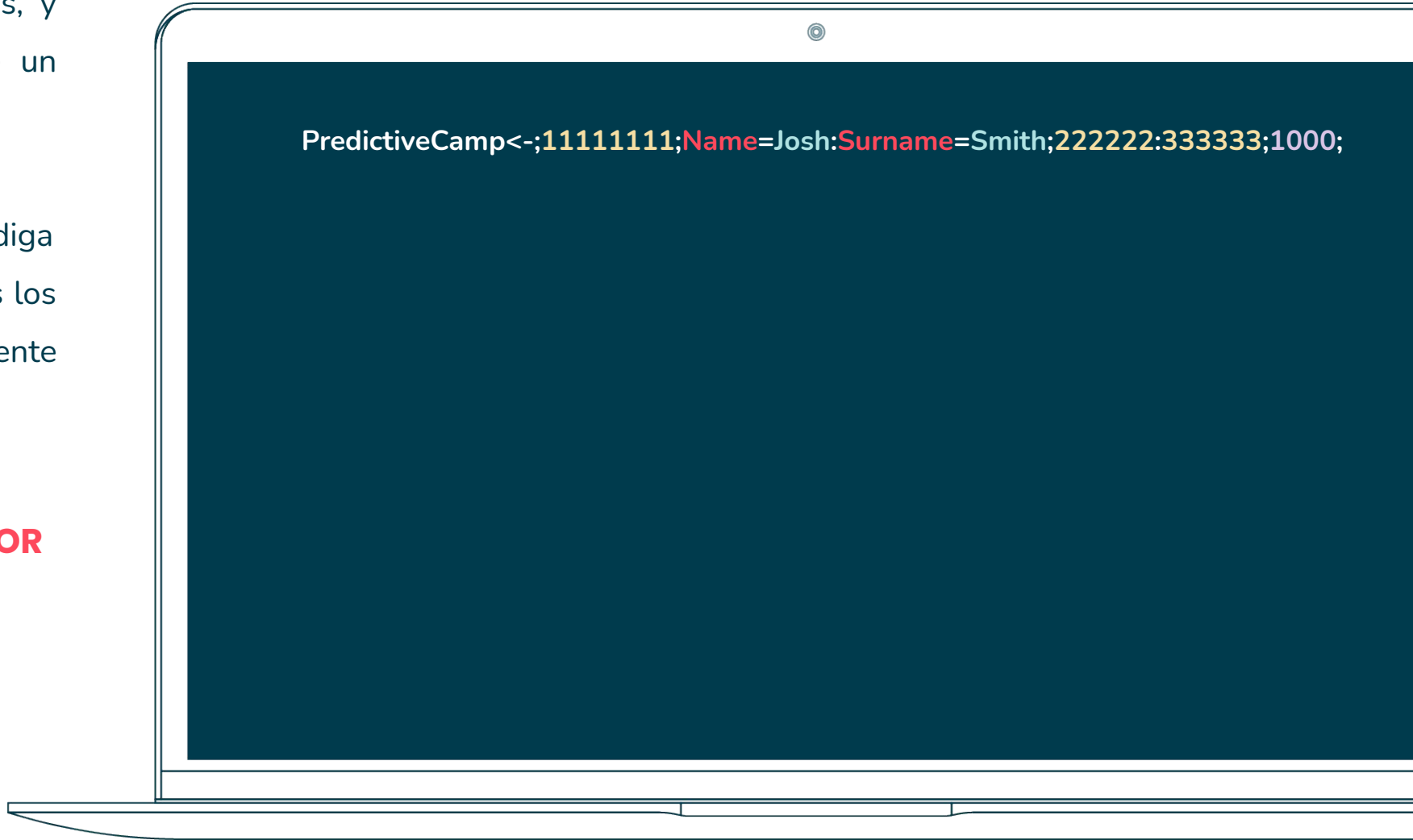
Las listas pueden ser generadas desde una vertical de negocio (CRM, Ventas & Marketing, etcétera), armadas manualmente con información de múltiples lados, o a partir del reciclaje de listas anteriores. Para cargar una lista de contactos al sistema, debes **seleccionar la zona horaria y luego subir el archivo .csv con los datos de contacto de los clientes a llamar**, y el marcador los contactará dependiendo de su agenda.



En el campo de 'Información Adicional' del archivo .csv es posible indicar parámetros con valores. Esto es particularmente útil porque permite que esta información sea utilizada en IVRs y formularios, y porque permite que al agente se le muestre un formulario con información útil acerca del cliente.

Por ejemplo, si se quiere que el Voice Broadcast diga el primer nombre del cliente y su apellido, todos los contactos deberán ser cargados de la siguiente manera:

PARÁMETRO=VALOR: PARÁMETRO=VALOR

A laptop screen with a dark blue background. The screen displays a predictive dialing code in a monospaced font. The code is: PredictiveCamp<-;11111111;Name=Josh:Surname=Smith;222222:333333;1000;. The numbers 11111111, 222222, and 333333 are highlighted in yellow. The text Name=Josh and Surname=Smith are highlighted in red. The screen is framed by a thin white border, and a small circular webcam icon is visible at the top center of the frame.

```
PredictiveCamp<-;11111111;Name=Josh:Surname=Smith;222222:333333;1000;
```

- **Formato .CSV**

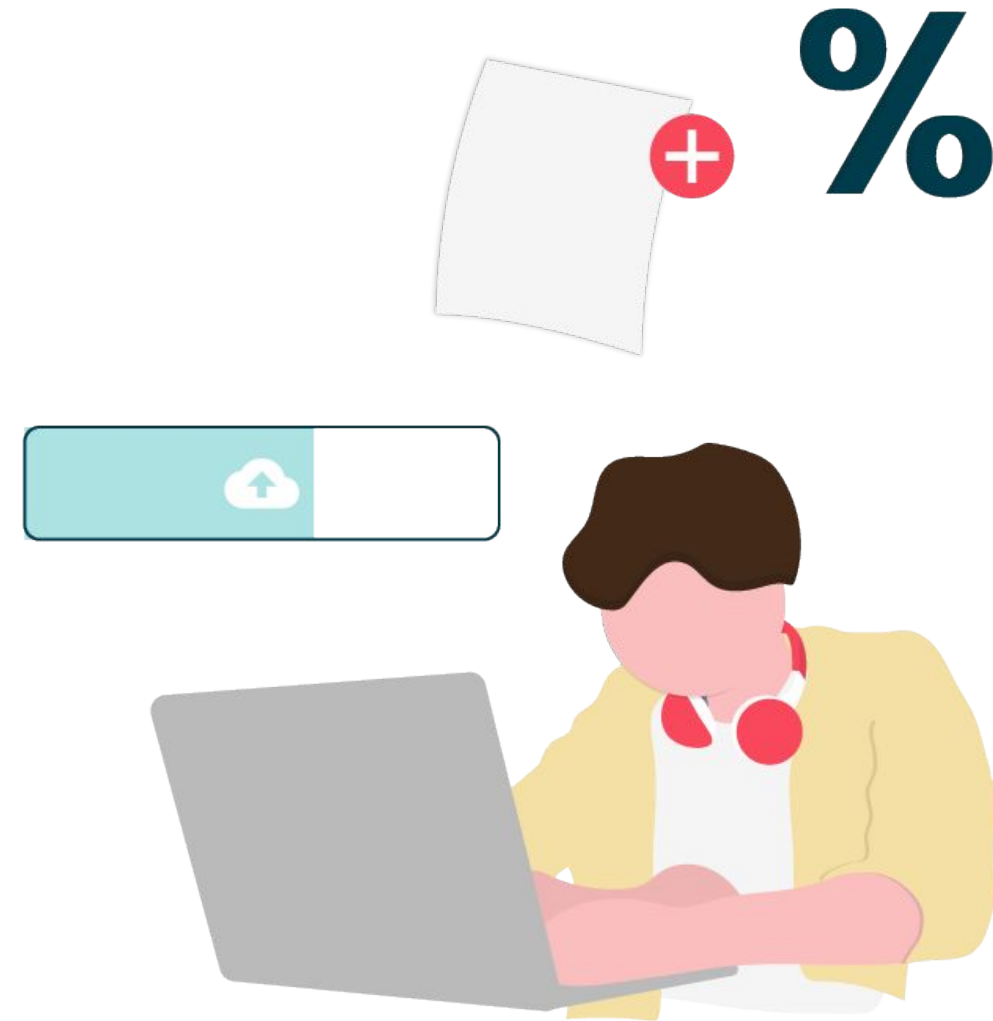
```
1 test1;098789334;var1=val1:var2=val2::091345675:098789543;9999;1001
```

```
1 test1;098789334;var1=val1:var2=val2;;091345675:098789543;9999;1001
```

Al cargar una lista es posible **asignar un porcentaje de prioridad a una lista sobre la otra, o asignar prioridad entre diferentes contactos** dentro de una lista en particular.

En otras palabras, es posible darle a una lista prioridad sobre otra y, dentro de una lista en particular, darle prioridad a un contacto sobre otro.

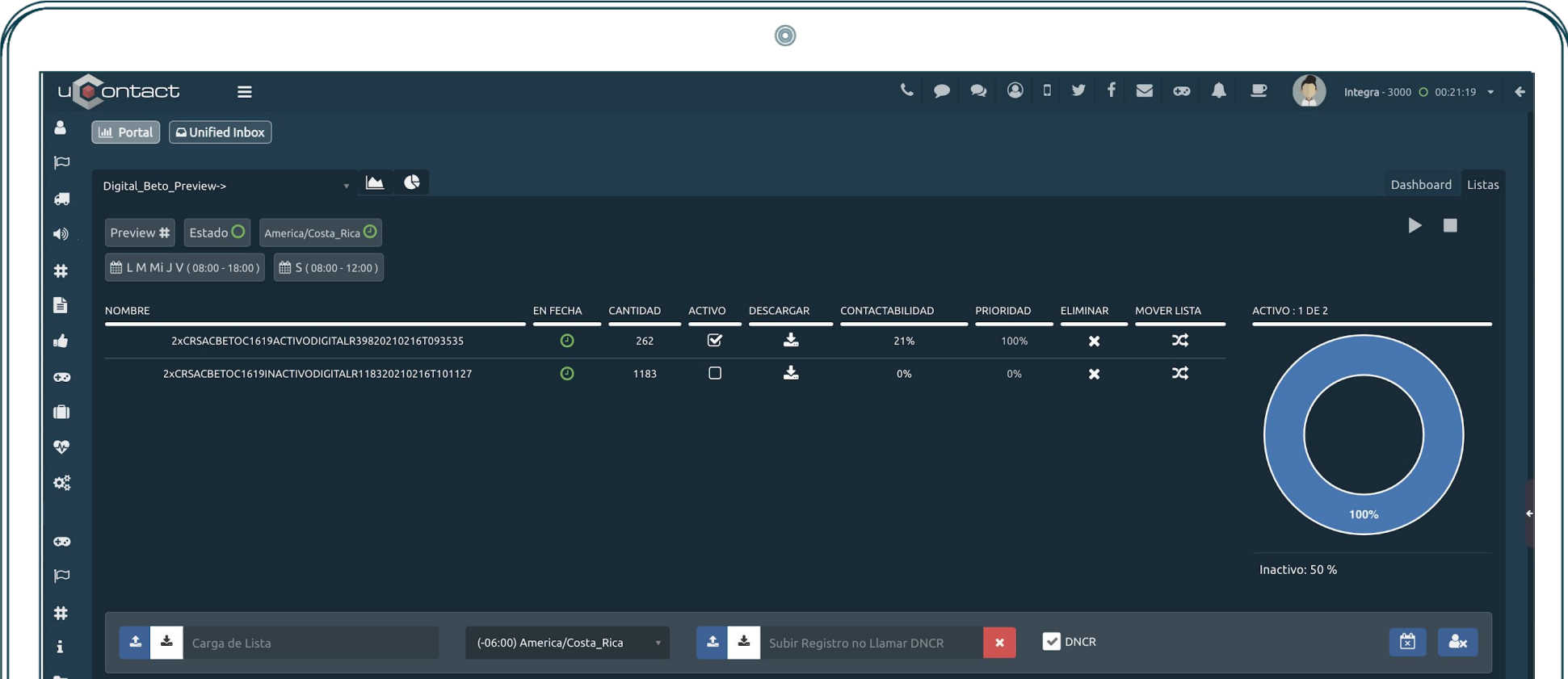
Nota: Si se elimina una lista con Prioridad, esta se redistribuye entre las demás listas que quedan activas.



Prioridad de listas.

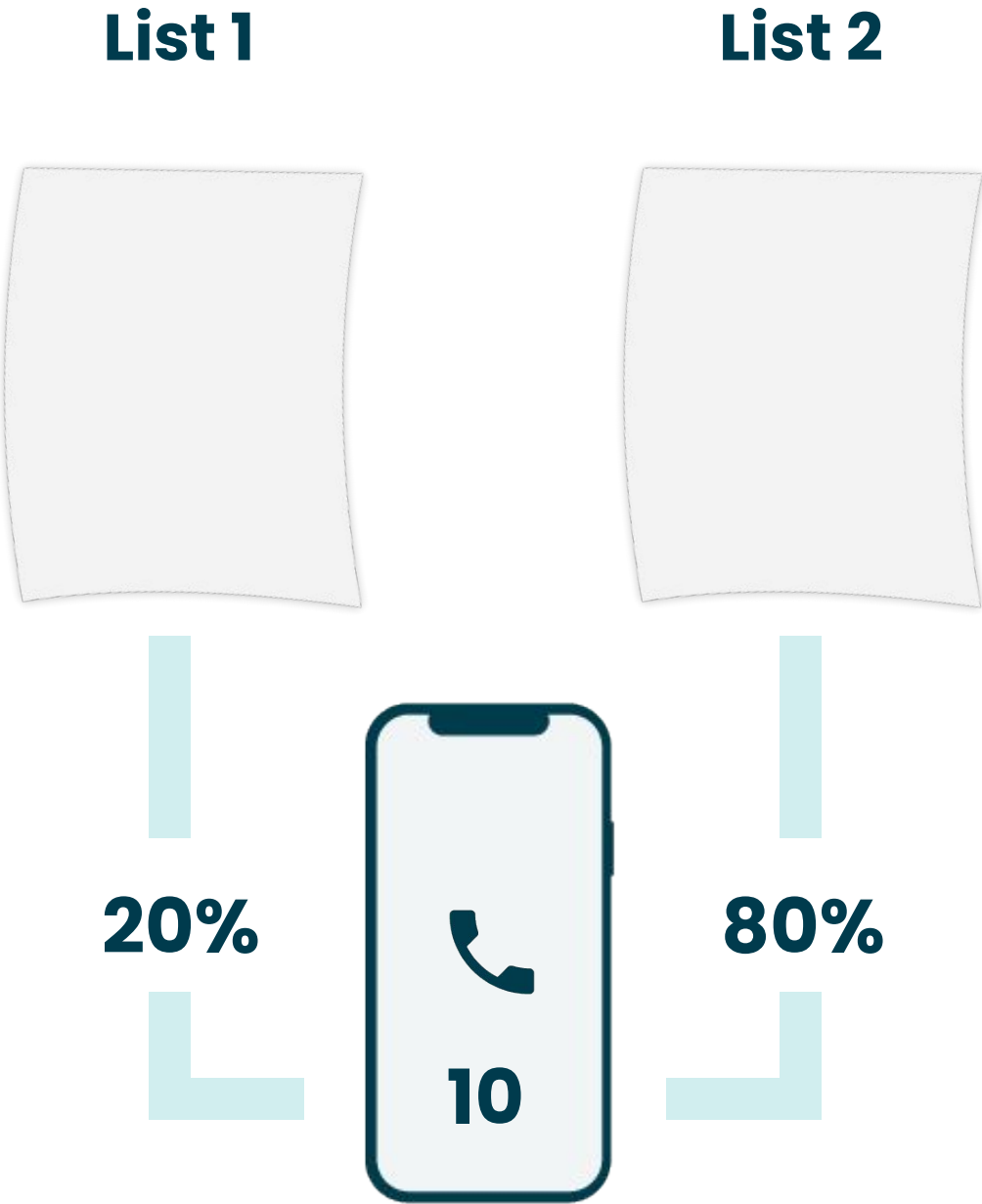
Para darle prioridad a una lista sobre otra **se debe cambiar el porcentaje en la columna ‘Prioridad’**. Es posible cambiar la forma en la que se distribuyen estos porcentajes siempre y cuando la suma de todas las listas activas sea igual a 100%.

Nota: La primera lista cargada en el marcador y a la campaña tendrá, por defecto, prioridad 100%, lo cual puede ser cambiado en el futuro al añadir otra lista.



uContact brinda la posibilidad de mezclar listas, permitiendo así mantener altos porcentajes de contactabilidad en el Contact Center y a los agentes tener un tiempo entre llamadas corto (o promedio). La **función de mezclado de listas asigna a los marcadores diferentes porcentajes de marcado (Prioridad) para cada lista.**

Esto quiere decir que, por ejemplo, si se tienen dos listas, una con 20% de Prioridad y otra con 80%; y un marcador tiene que hacer 100 llamadas para mantener a sus 10 agentes ocupados, tomará dos contactos de la lista de 20% de Prioridad y 8 de la otra.



Además,

Los porcentajes de prioridad no son asignados automáticamente a las listas de reciclaje. Si este fuera el caso, se debería cambiar el comportamiento definido, que inicialmente se mantiene en 0%. Puedes comenzar tomando un porcentaje si una de las listas existentes es terminada y ha sido configurada como una lista activa desde el % de listas terminadas es distribuido equitativamente entre las listas existentes.



A tener en cuenta:

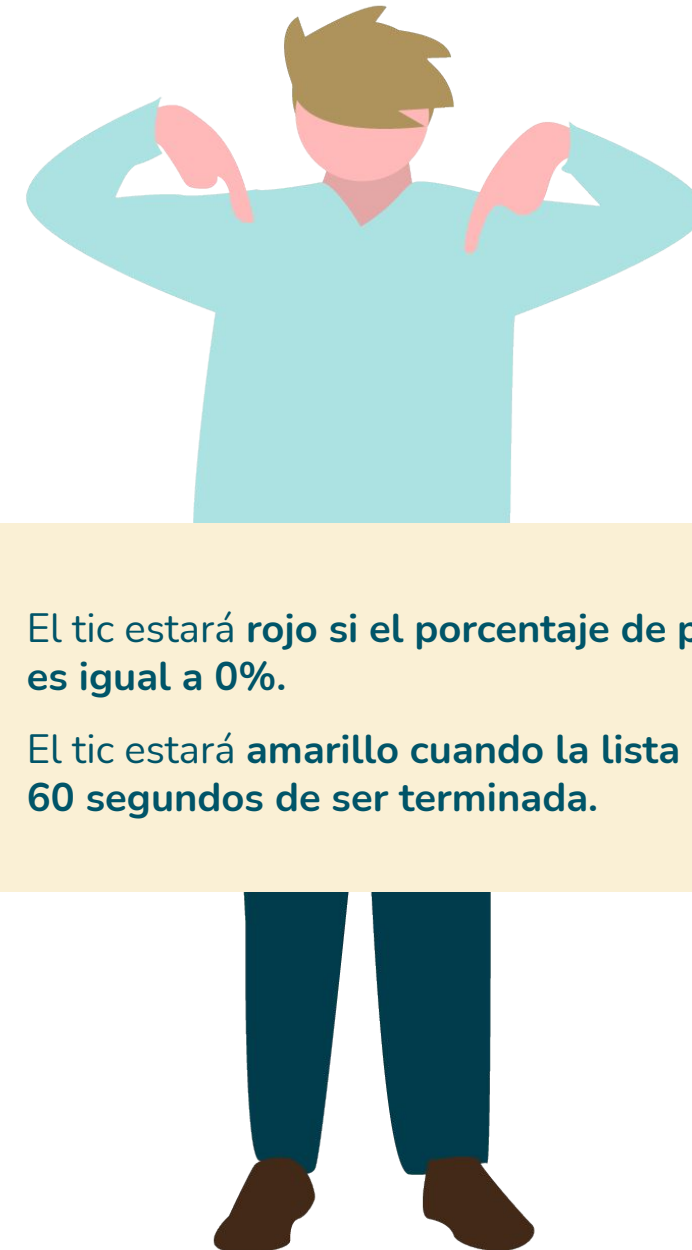
Cuando una lista termina, su **porcentaje de Prioridad** es **distribuido automáticamente** entre los activos restantes para así alcanzar el 100% de distribución entre listas para lograr así marcar lo más posible.



El tic estará **rojo** si el porcentaje de prioridad es igual a 0%.



El tic estará **amarillo** cuando la lista esté a 60 segundos de ser terminada.

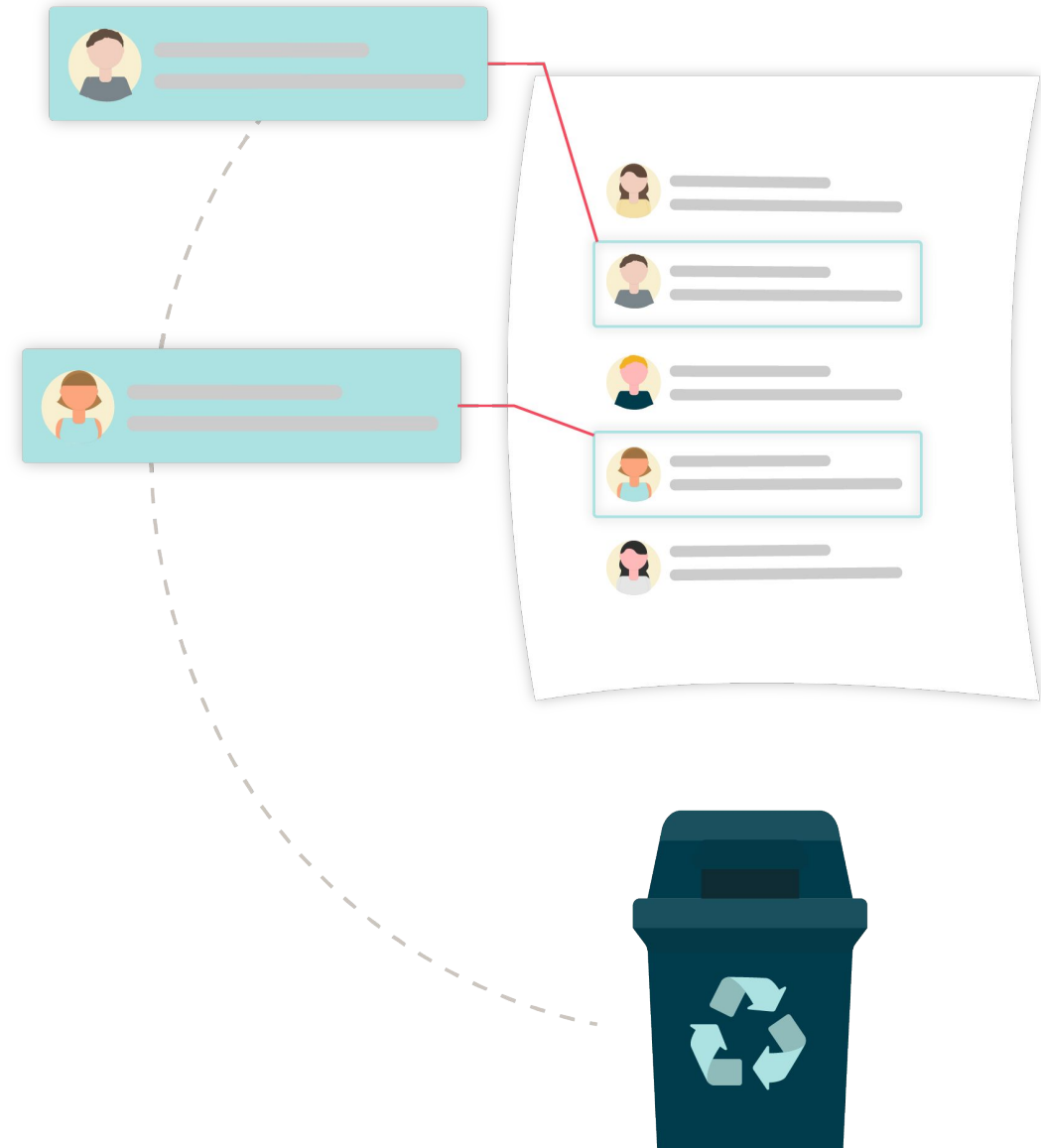


Campaign	test2
Telephone	099 574 953
Data	variable=value1:variable=value2
Alternative Telephones	099769542: 097211352
Priority	9999

Una vez que el marcador ha terminado de llamar a todos los contactos de una lista, siempre hay algunos que, por algún motivo, no pudieron ser contactados en ninguno de los reintentos. Pero esto no quiere decir que sean imposibles de alcanzar.

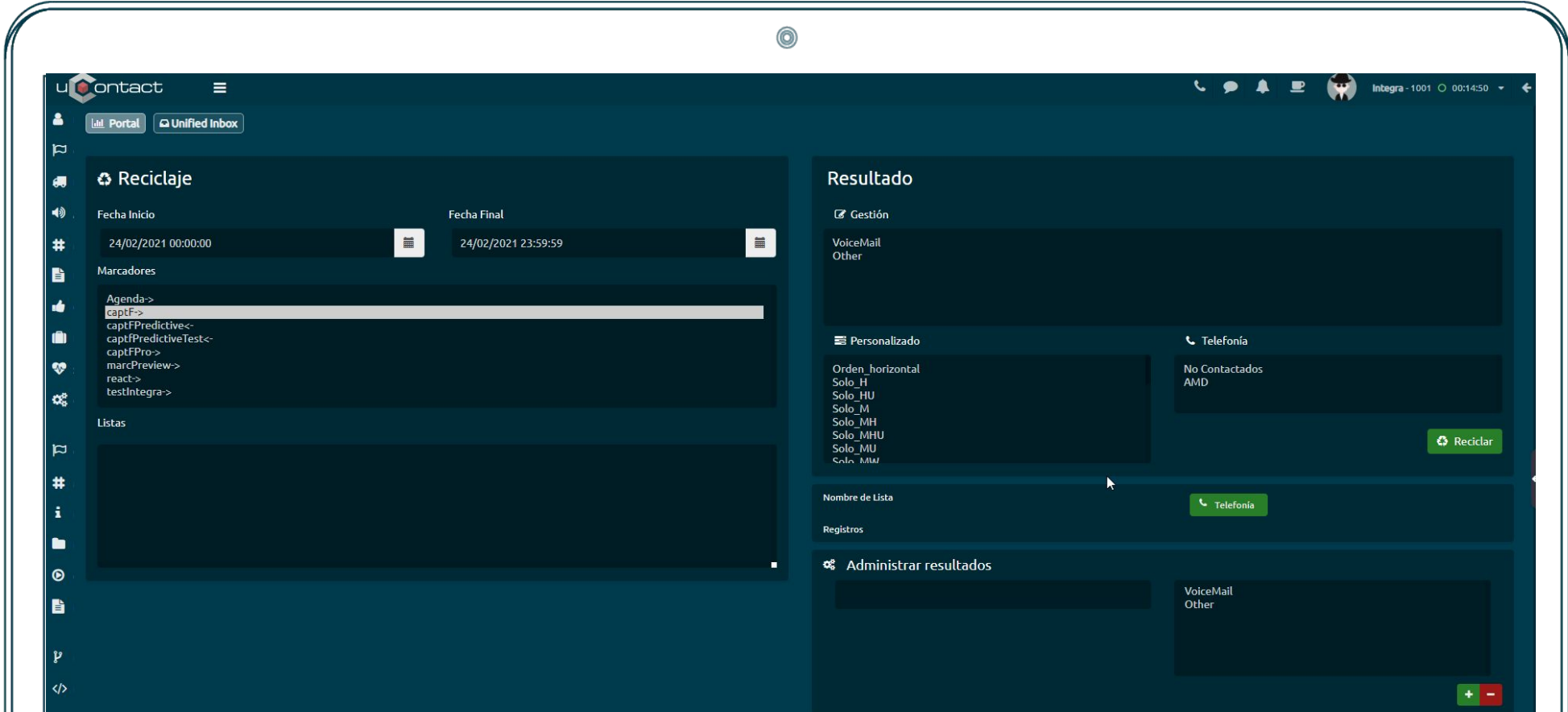
Con uContact, puedes seleccionar aquellos contactos que deseas seguir intentando alcanzar y generar una lista que los incluya. En otras palabras, **reciclar la base de datos**.

Nota: Las listas solo pueden ser recicladas una vez que la lista esté finalizada.

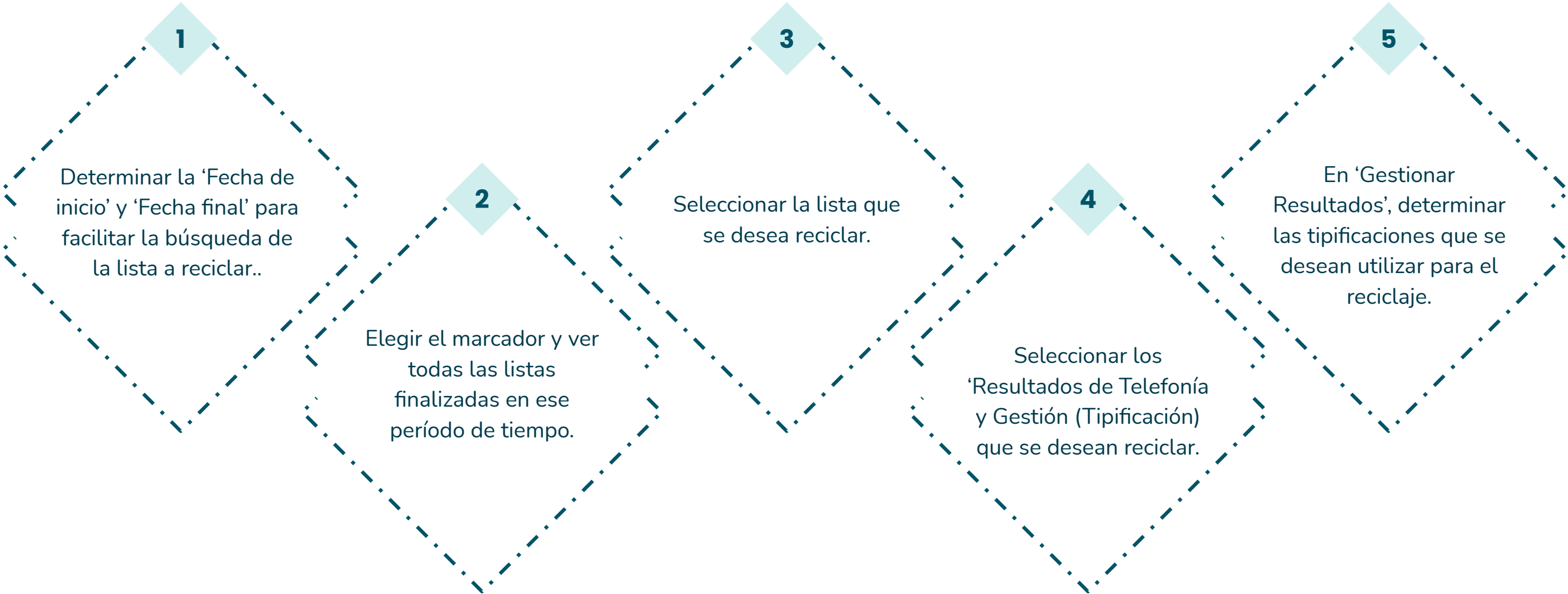


Para reciclar listas, se puede hacer con base en el estado de **Telefonía** (No llamar, AMD, y más), o de **Gestión** (Llamar otra vez, Buzón de Voz, etcétera). En ambos casos, el sistema genera una nueva lista con base en los parámetros elegidos y la nombra igual que la original, pero con una 'R' al principio. Por ejemplo, si la lista original se llamaba 'test1', la lista reciclada se llamará 'Rtest1'.

Nota: Habrá tantas 'R's como la cantidad de veces que la lista haya sido reciclada, lo cual facilita la evaluación de la saturación de la lista original.



Paso a Paso:



Tips:



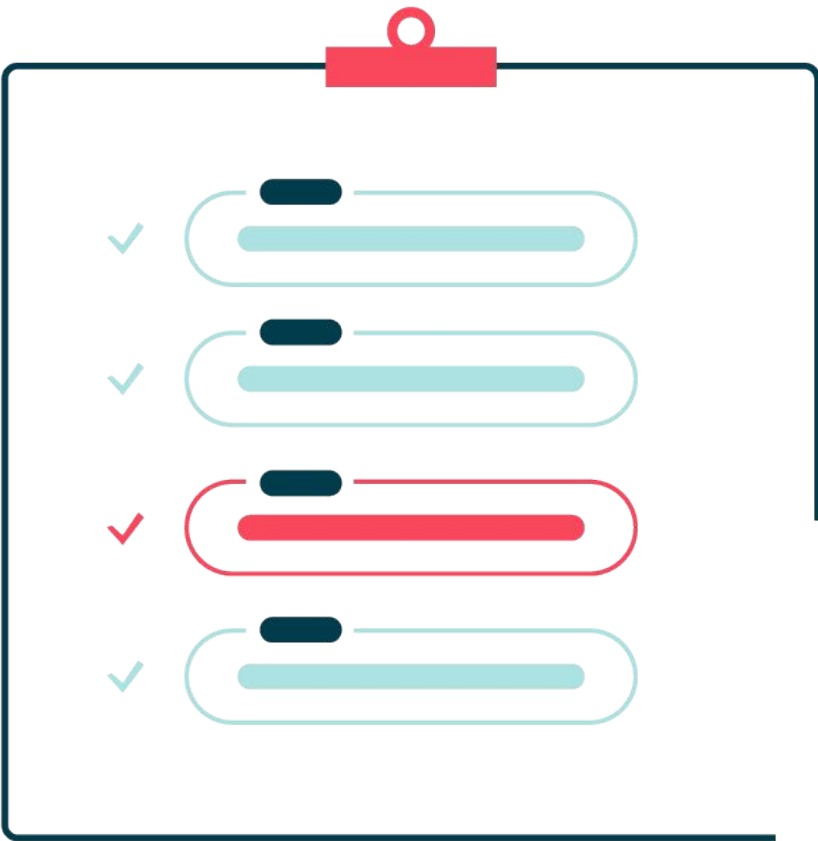
Siempre es útil mezclar listas recicladas con bajos porcentajes de prioridad -ya que son números más difíciles de contactar-, con listas originales; con el fin de obtener niveles de contactabilidad altos y mantener los agentes ocupados.

Todas las listas recicladas (manual o automáticamente) pueden ser encontradas en el dashboard de Manejo de Listas del marcador.

No se recomienda reciclar más de 3 veces una lista, dado que es probable que los contactos restantes sean no contactables.

Para poder modificar o cambiar las opciones de marcado y obtener así mejores resultados, es posible aplicar diversos filtros para el reciclaje a los resultados de las listas.

Por otra parte, existen criterios de reciclaje personalizados, que permiten que la lista reciclada sea modificada para que se ajuste a las nuevas reglas de marcado, que permiten que las reglas originales de marcado sean eliminadas, reordenadas o modificadas.



Las listas recicladas trabajan con un criterio de marcado que es establecido por defecto, y **contempla dos opciones:**

Custom → Solo_XXX

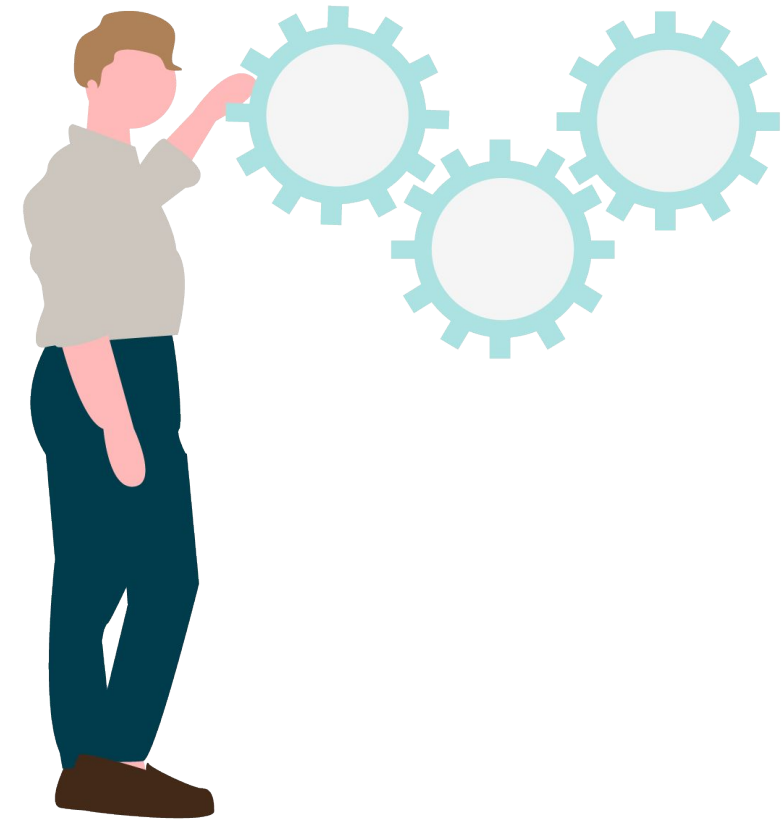
Permite filtrar los números en la lista, dejando solo los especificados en XXX (por ejemplo, si se elige Only_MU, se mantienen los contactos M=Móvil y U=Desconocidos). Es importante notar que los contactos Prioritarios (P) siempre son tenidos en cuenta.

Custom → Horizontal_Order

Permite que las listas sean ordenadas de forma horizontal en vez de vertical. Por defecto, las listas son marcadas de forma vertical e intentan contactar a un cliente y, si no atiende, llaman al siguiente. Cuando el marcador llama horizontalmente, tratará de llamar el contacto y todos los reintentos definidos antes de proceder a intentar con el siguiente. Si se desea llamar en este sentido, el cliente recibirá muchas llamadas perdidas en un período corto de tiempo.

De todas formas,

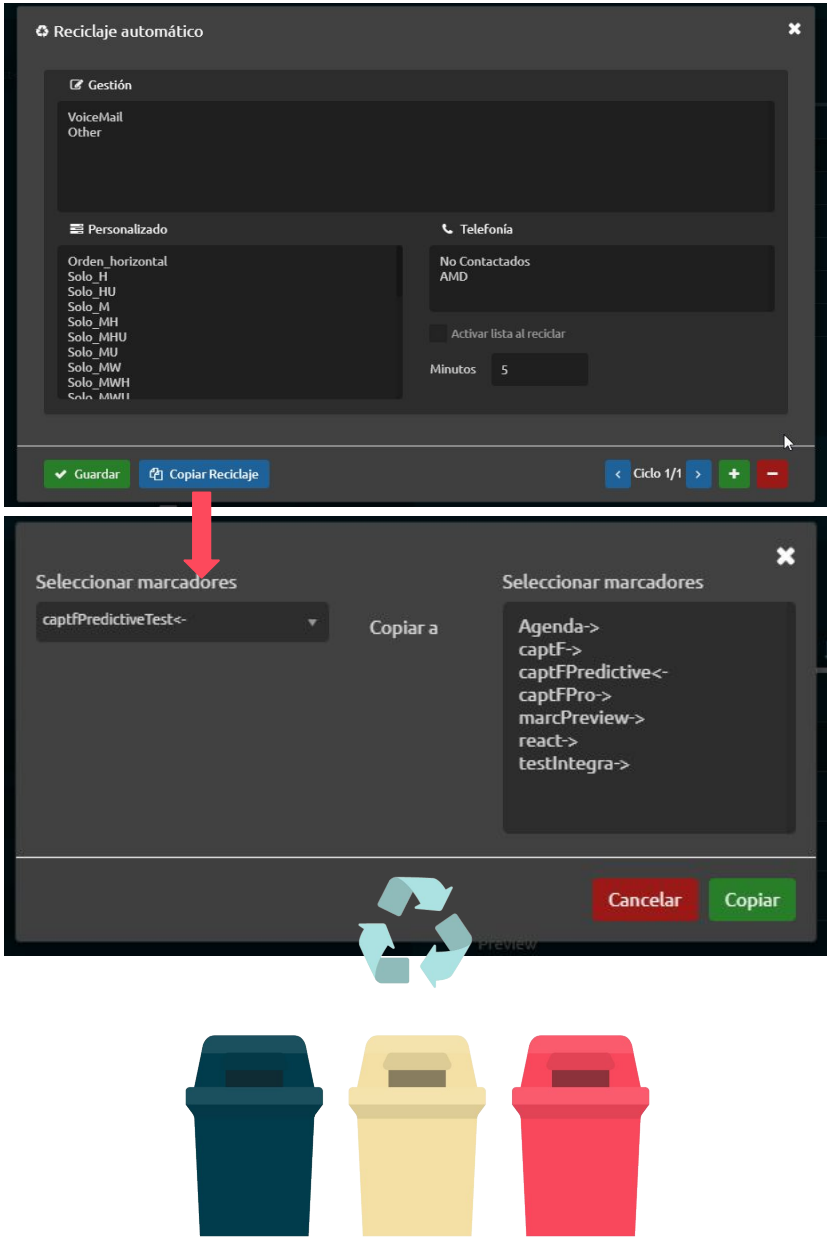
Aunque, por defecto, uContact funcione con base en los criterios establecidos previamente, también permite agregar nuevos criterios que se adapten mejor a las necesidades de los clientes.



Los ciclos de reciclaje están definidos para correr automáticamente un tiempo determinado (configurable) después de finalizado el proceso de marcado de la lista. De todas formas, la activación automática de la lista reciclada es opcional.

Estos ciclos son configurados con los mismos parámetros que el reciclaje manual, y cada ciclo puede tener los suyos propios.

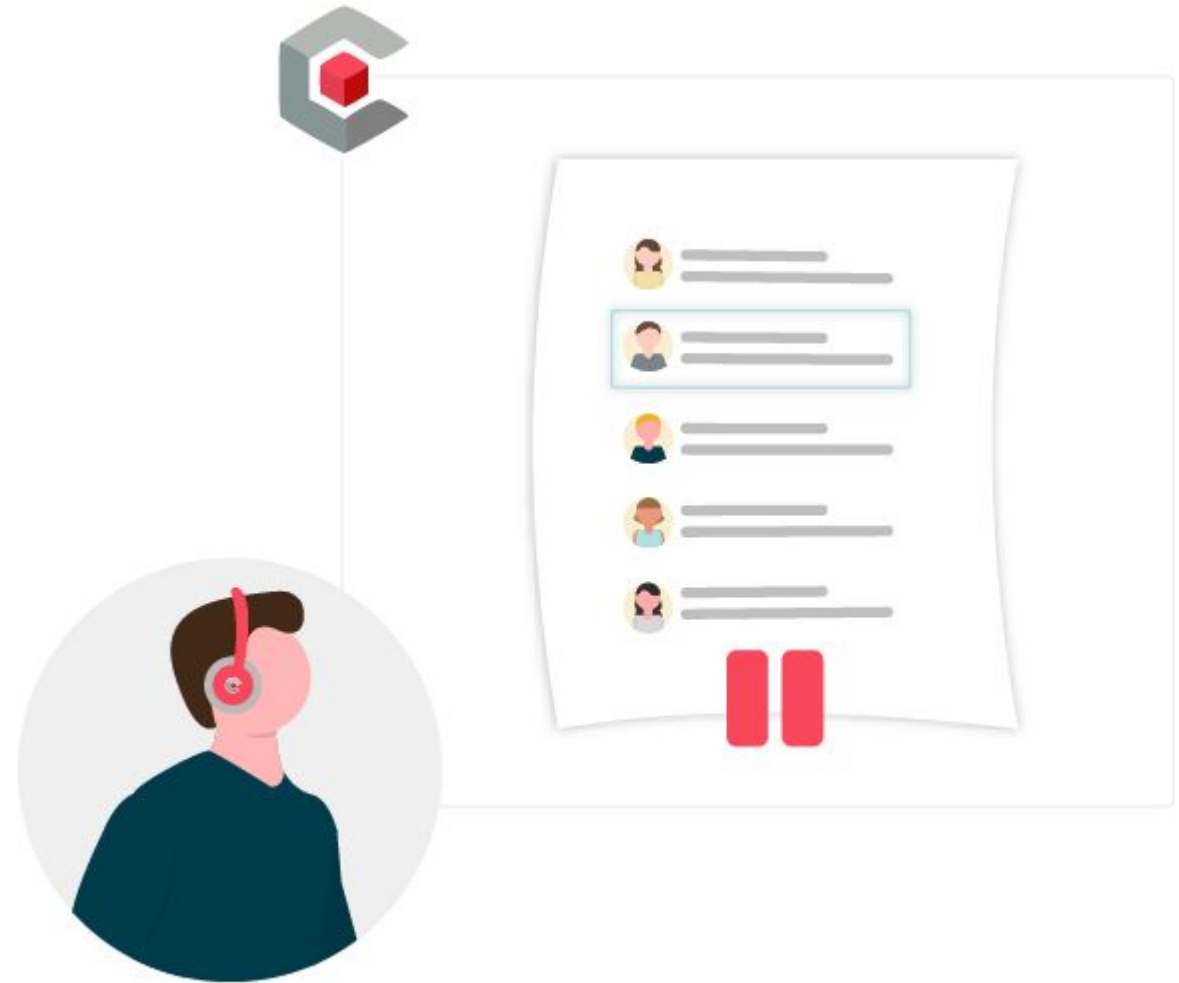
Nota: Todas las listas recicladas (bien de forma manual o bien de forma automática) pueden ser ubicadas en el dashboard de Manejo de Listas del marcador.



Resumen:



Con esta funcionalidad, uContact permite **poner en pausa determinados registros de una lista de contactos** cargada en un marcador. Actualmente, esto se realiza únicamente a través de un formulario y se puede ver registrado en el *dashboard* de telefonía de la plataforma.



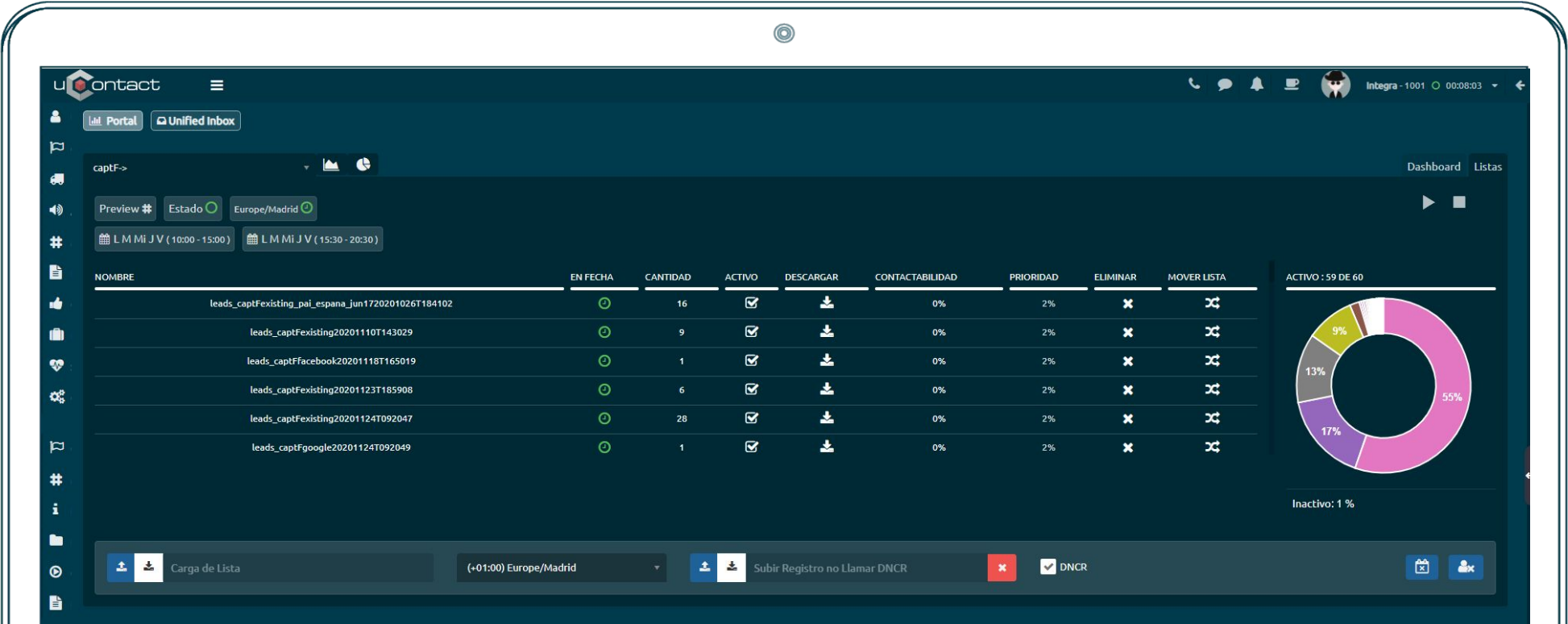
El mezclado de listas optimiza el marcado al asignar un porcentaje de Prioridad que suma 100% entre todas las listas activas.

Poner menos Prioridad en listas recicladas, dado que son menos probables de ser contactadas.

Las listas solo pueden ser recicladas una vez que la lista esté finalizada.

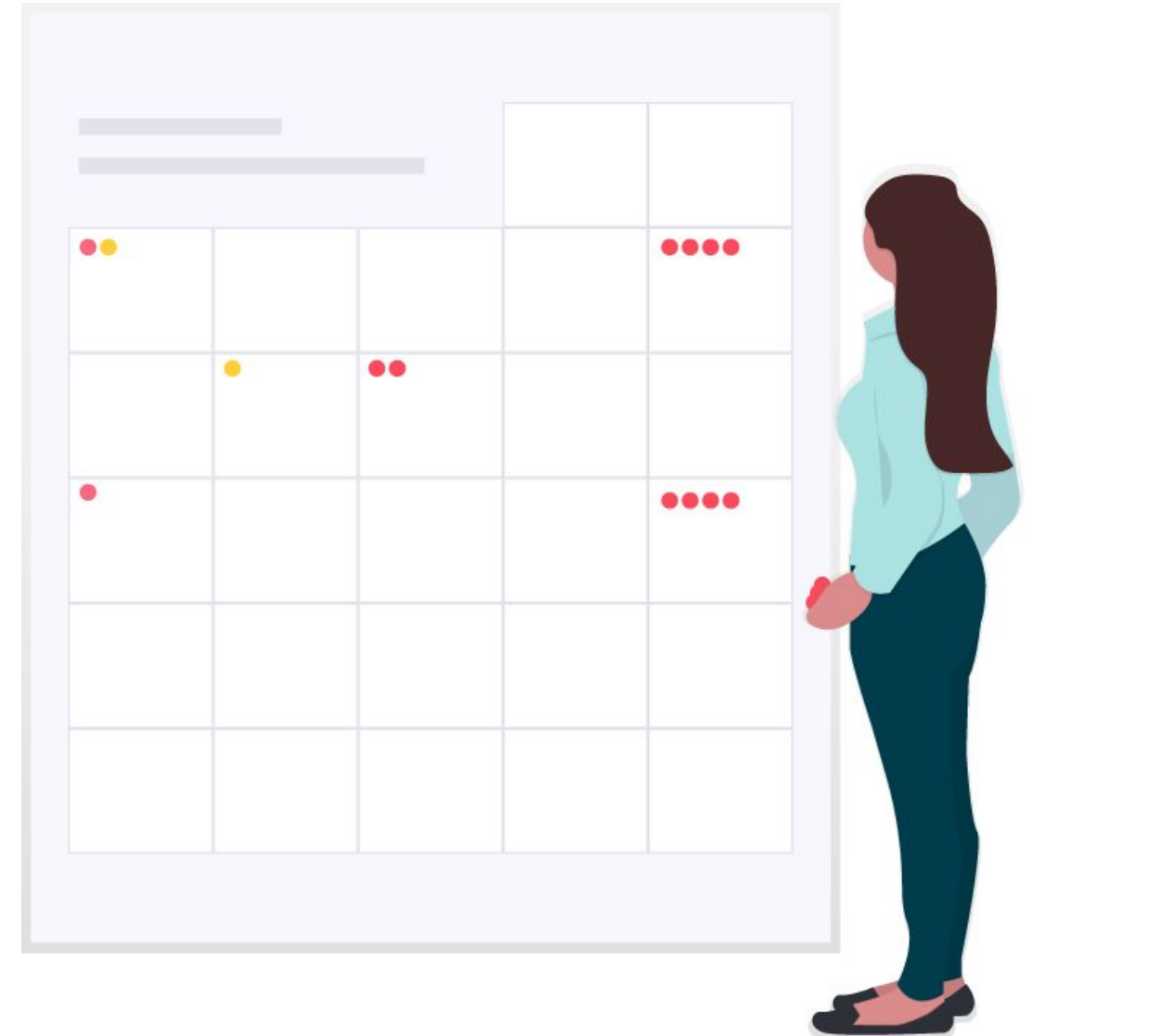
Asegurarse de siempre tener agentes disponibles, para permitirle al marcador funcionar. Para esto, se debe prestar atención a los campos de 'Estado' y 'En Tiempo' de forma regular.

Poner menos Prioridad a listas con baja contactabilidad para evitar así afectar el tiempo disponible de los agentes o aumentar su tiempo de espera entre llamadas.



Cada vez que el agente corta la llamada, le aparece en su pantalla un formulario para realizar la tipificación. En caso de que el cliente haya solicitado ser contactado otro día u hora, este deberá seleccionar una tipificación con acción de **'reagenda'**.

Esto quiere decir que el próximo reintento para ese número será marcado para una fecha y hora determinada, independientemente de la lista de origen.



AMD.

AMD | ¿Qué es un AMD?



Como lo indica su nombre, un Detector de Buzón de Voz (AMD) es una **tecnología incluida dentro de los marcadores que tiene como fin detectar aquellas llamadas que son enviadas a un contestador automático**. ¿Cómo? A través de una escucha activa de las líneas.

El proceso llevado adelante por el AMD no es 100% efectivo, dado que **es imposible de verdaderamente detectar de forma directa si el que atiende el teléfono es un humano o un contestador automático**. Para poder definirlo, el AMD funciona con base en diversos parámetros.

Marcadores Automáticos



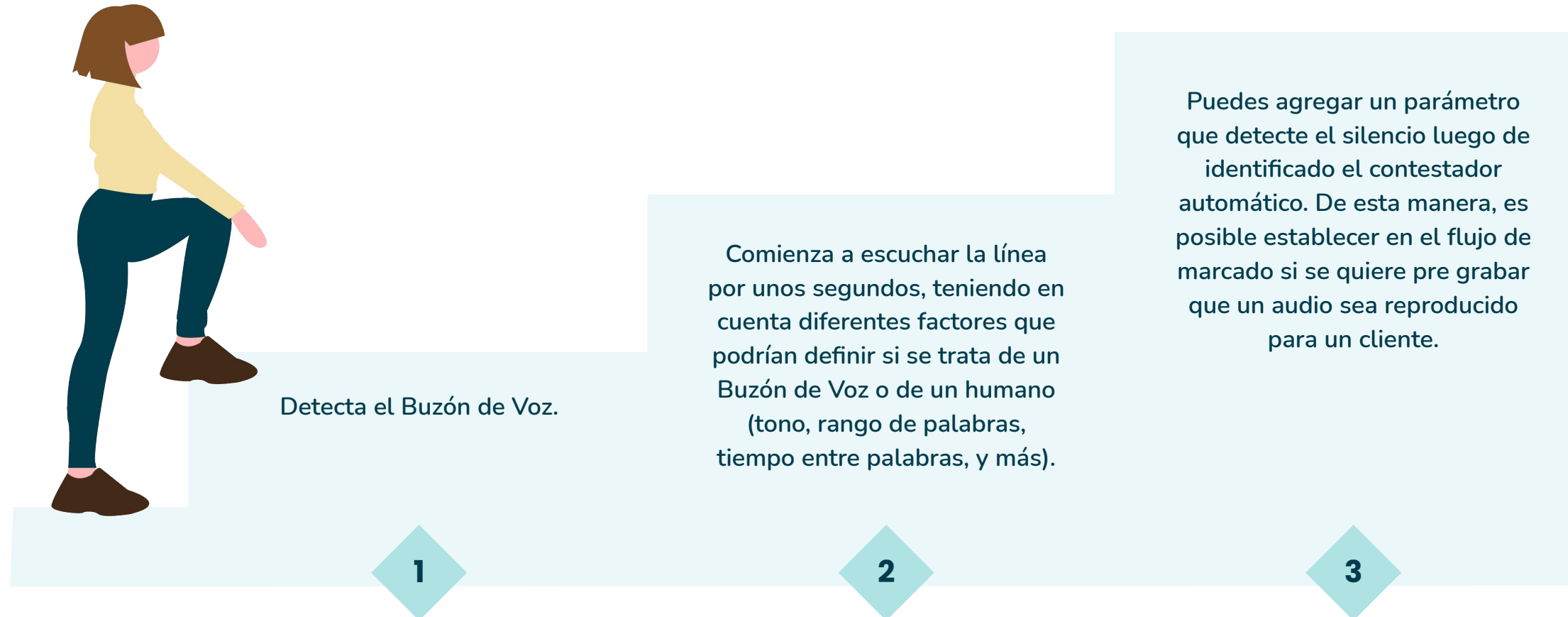
uContact atiende todas las llamadas que hacen los marcadores y las ponen en espera para que pueda entrar en funcionamiento el detector de voz. Una vez que la detecta, estas son analizadas y clasificadas con base en si son buzones de voz o no. Si lo son, el sistema corta la llamada antes de que sea cobrada; y, si no lo son, la transfiere a un agente.

¿Por qué usar AMD? Porque, considerando que hoy en día el porcentaje de buzones de voz alcanzados por los marcadores es sumamente alto, la implementación de esta funcionalidad se traduce en una **reducción considerable de costos para el cliente**.

Nota: La función 'AMD' solo se aplica en marcadores Predictivos y Power.



Paso a Paso:



Para poder sintonizar el AMD, es **necesario tener las grabaciones de los contestadores automáticos desde el proveedor de telefonía**. A su vez, es posible hacer una sintonización en tiempo real al grabar las llamadas y luego evaluando por qué fueron detectadas como contestador automático. Finalmente, basado en dicha información, es posible ajustar el AMD.

Nota: Ya se tiene contemplada la configuración para varios países.



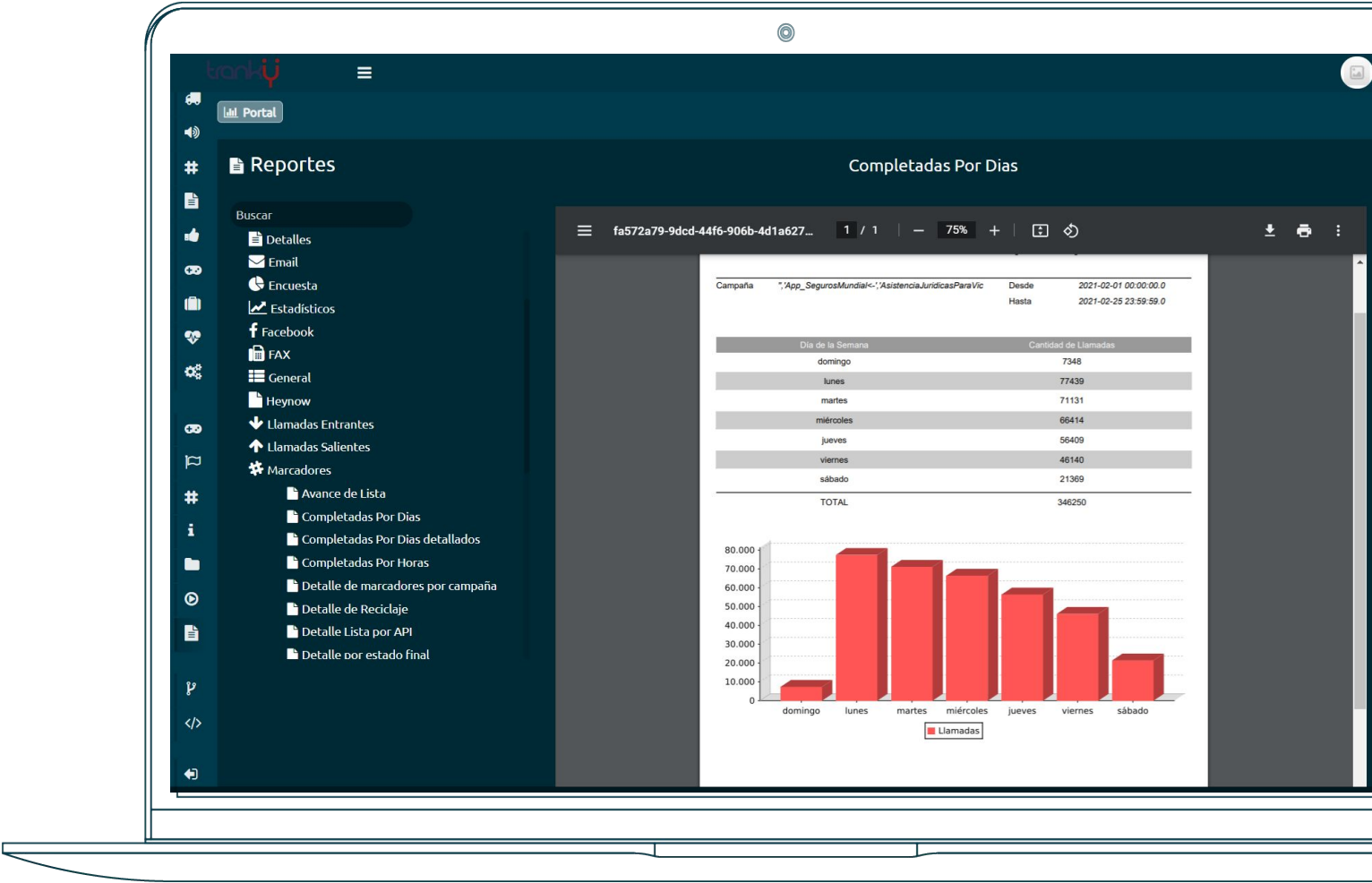
En promedio, el **AMD** tiene entre **90% y 98% de efectividad**, dependiendo del país en cuestión. Esto puede ser medido con base en el total de llamadas efectuadas utilizando el sistema, teniendo en cuenta siempre el porcentaje de contestadoras automáticas detectadas por el sistema.

Nota: Tener un porcentaje de efectividad del AMD que supere el 98% es en realidad contraproducente, dado que indica que el sistema puede estar clasificando erróneamente llamadas de personas como contestadores.



Este reporte muestra el porcentaje de efectividad que tiene el AMD y la cantidad de llamadas que alcanzaron el Buzón de Voz. Este porcentaje es **calculado de acuerdo con el total de llamadas que el marcador detectó como Buzón de Voz, sumado a las que los agentes tipificaron como tales.**

De este total, el % tipificado por los agentes aparece como un ‘error’ en la detección. Entonces, si de 100 llamadas, 1 es tipificada como ‘Buzón de Voz’, la efectividad del AMD tendrá un porcentaje de 99%.



Existen países en los que los proveedores de telefonía reproducen un audio antes de que la llamada sea disparada. uContact cuenta con un sistema llamado **'Early Media'**, el cual reconoce estos audios y corta antes de que el proveedor la pueda cobrar.

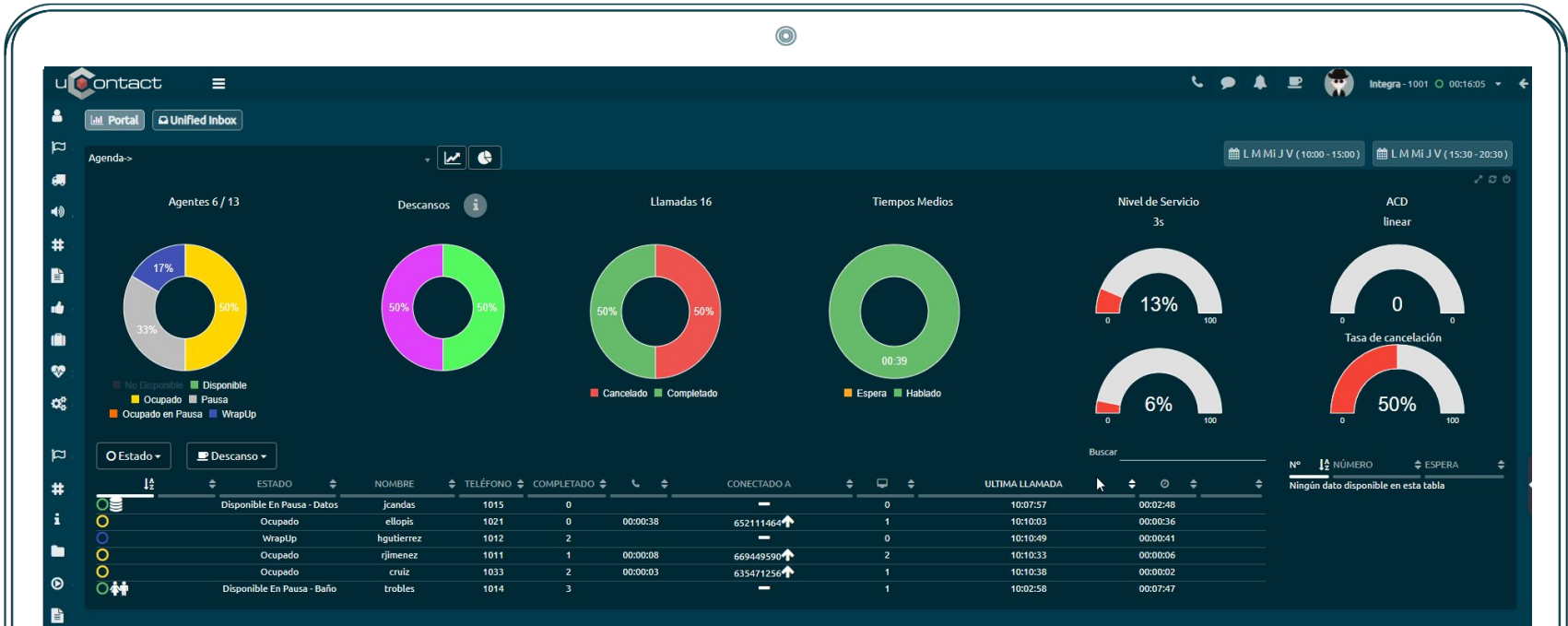
Nota: Esto no es configurable, solo se puede aplicar si el proveedor de telefonía lo soporta.



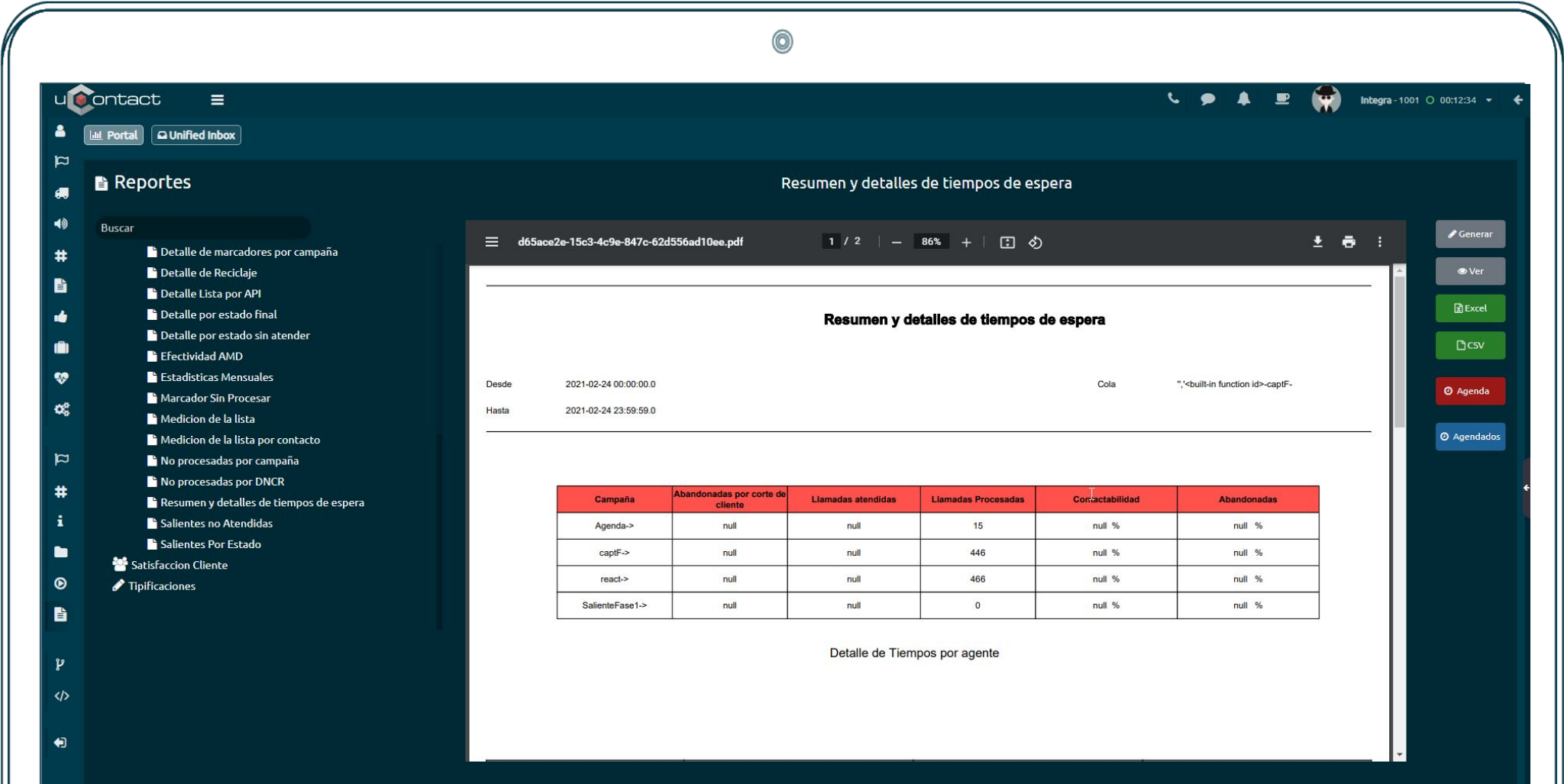
**Dashboard de
campaña.**

Para poder visualizar el tiempo de espera de los agentes entre llamada y llamada, se recomienda que se sigan los siguientes pasos:

- 1. Filtrar solo 'Disponible'.
- 2. Filtrar solo aquellos que no estén en 'Descanso'.
- 3. Filtrar la columna de 'Status Time' de mayor a menor.



Como lo indica su nombre, el reporte de ‘Tiempo de Espera de los Agentes’ muestra el tiempo promedio máximo y mínimo de espera de los agentes entre llamadas, tomado de cada marcador utilizado en la campaña.



```
graph TD; A[Reportes de una campaña de llamadas] --> B[Un resumen final que muestra los datos generales de la campaña, exhibiendo efectivamente el tiempo de espera promedio entre llamada y llamada para la campaña.]; A --> C[Una gráfica por hora del día que muestra en qué momentos el tiempo de espera de los agentes aumentó, algo que puede estar vinculado con el número de canales y contactos en la lista.]; A --> D[El número de llamadas efectuadas, los momentos concretos en los que hubo abandono de llamadas, y la cantidad de veces que no se pudo conectar la llamada con el agente.];
```

Reportes de una campaña de llamadas

- Un resumen final que muestra los datos generales de la campaña, exhibiendo efectivamente el tiempo de espera promedio entre llamada y llamada para la campaña.
- Una gráfica por hora del día que muestra en qué momentos el tiempo de espera de los agentes aumentó, algo que puede estar vinculado con el número de canales y contactos en la lista.
- El número de llamadas efectuadas, los momentos concretos en los que hubo abandono de llamadas, y la cantidad de veces que no se pudo conectar la llamada con el agente.

El número de llamadas efectuadas, los momentos concretos en los que hubo abandono de llamadas, y la cantidad de veces que no se pudo conectar la llamada con el agente.

Preguntas frecuentes.

¿Se pueden cargar listas externas?

Sí, hay un API Rest que permite el cargado de listas de otros sistemas.

¿Es posible agendar una llamada desde otro sistema?

Sí, hay una API Rest que te permite hacerlo.

¿Es posible marcar desde otro sistema y que el marcador siga dichas reglas de marcado?

Sí, hay una API que, si tiene las tipificaciones en el sistema y el software externo llama a la API, la etiqueta de la llamada se activa, te mantiene el texto y ejecuta las acciones del marcador.

¿Es posible desactivar el AMD y/o la DNCR?

Sí, puedes hacerlo por marcador.

¿Por qué el tiempo entre llamada aumenta en los agentes?

Esto puede deberse a la baja contactabilidad de las listas o la cantidad de canales. Se debe tener en cuenta que si el AMD está activado, el número de canales debe ser mayor, ya que existen llamadas que nunca llegan al agente.

¿Dónde y cómo se generan las listas?

Las listas pueden ser generadas desde sistemas propios del cliente, nuestro sistema de CRM, del reciclaje de listas, o pueden ser comprados desde sistemas externos.



¡Gracias!