

CMC y ACF traen a Latam su tecnología de atención al cliente

Grupo **CMC**, una consultora nacida en España, ha firmado un acuerdo de colaboración con la norteamericana **ACF Technologies** para **Europa y Latinoamérica** para mejorar su oferta al mercado de gestión al cliente, con una tecnología basada en autogestión y optimización de recursos.



Según el acuerdo, llegará a España y a América Latina una tecnología de atención a clientes capaz de contactar, gestionar y agilizar la relación con ellos a través de cualquier punto de contacto: call center, web, email, redes sociales, apps o espacios físicos.

De acuerdo con un comunicado de prensa, “esta tecnología, que ya utilizan todas las embajadas de EEUU, incluida la española, **ha demostrado que incrementa un 25% el número de operaciones o ventas de cualquier tipo de organización**, entre un 15% y un 60% su productividad, y más de un 70% el grado de satisfacción de los clientes”.

A grandes rasgos, esta solución CXM (**Customer eXperience Management**) optimiza las interacciones con los clientes, desde la gestión avanzada de colas con señalización digital, basada en prioridades, segmentación y CRM, hasta la atención, distribución y seguimiento de casos en base a procesos (BPM), incluyendo notificaciones y confirmaciones multicanal, con capacidad de compartir recursos ociosos entre distintas áreas de atención, incluyendo call center, así como monitorización en tiempo real.

Compatible con múltiples plataformas y dispositivos, la solución ofrece al usuario, por ejemplo, **poder conocer los tiempos de espera para acceder a un determinado servicio en distintas oficinas próximas a su ubicación**, cerrar la cita de manera online y recibir recordatorios o alertas en caso de producirse cualquier modificación.

CXM también dispone de un módulo, denominado Wayfinding, para orientar a los clientes dentro de las oficinas físicas, sustituyendo los signos direccionales estáticos por sistemas de señalización interactiva (Digital Signage) e instrucciones impresas o enviadas al dispositivo móvil de cliente para facilitarle la localización de su destino, su movimiento entre departamentos o la salida más cercana, entre otros y tal y como relatan los voceros de la empresa.

Cabe señalar que la plataforma CXM (**Customer eXperience Management**) de ACF Technologies cuenta con una versión específica para el sector salud, denominada **PXC** (Patient eXperience Management), que tiene entre sus referencias a la **Veterans Health Administration** (VHA) de los EEUU. En este sentido, Grupo CMC ya ha integrado esta tecnología con la plataforma de e-Health

de la empresa Artica Telemedicina, perteneciente a la multinacional.