

# REDISEÑO DEL PROCESO DE VENTAS POR CALL CENTER EN UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ARTÍCULOS VARIOS

## DECLARACIÓN DE LA OPORTUNIDAD

Una empresa necesita generar ingresos mediante la comercialización de artículos varios a través de canales digitales, debido al confinamiento ocasionado por la pandemia del COVID-19.

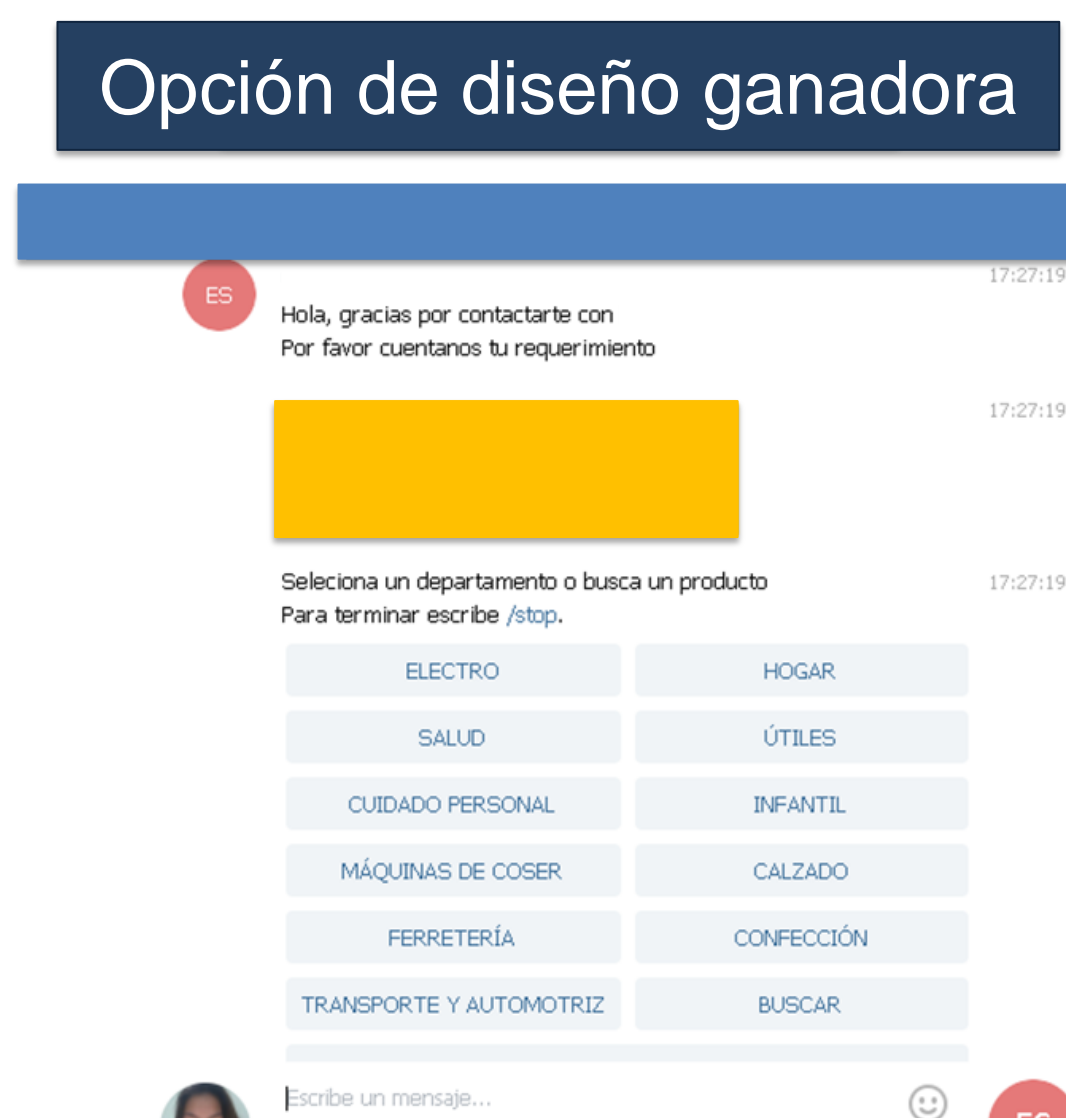
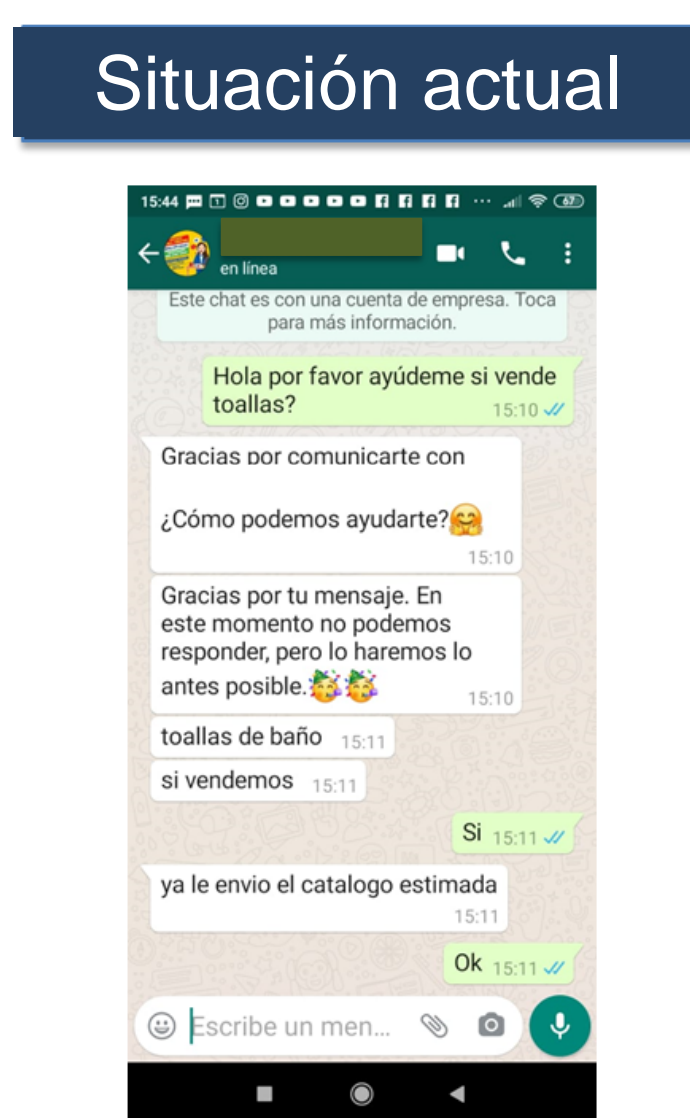
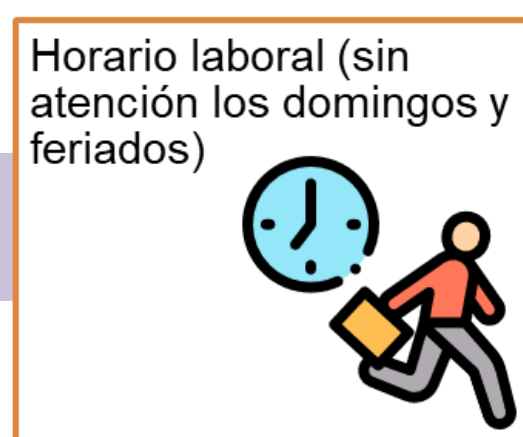
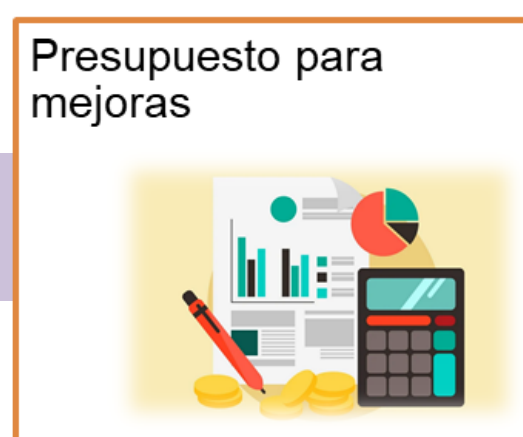
## OBJETIVOS DE DISEÑO

- Reducir el tiempo de atención a clientes en las ventas por canales digitales (se considera el tiempo desde el primer contacto hasta que la venta se efectiviza).
- Mejorar el nivel de servicio en las ventas por canales digitales.

## PROPUESTA

Para eliminar las restricciones del proyecto, se propone realizar un proceso de venta robusto a través de canales digitales, mediante la **automatización del proceso de venta con el uso de un bot en WhatsApp** e **integrar las bodegas virtuales de las tiendas en la Página Web**.

### Restricciones del proyecto



### Página Web

### WhatsApp

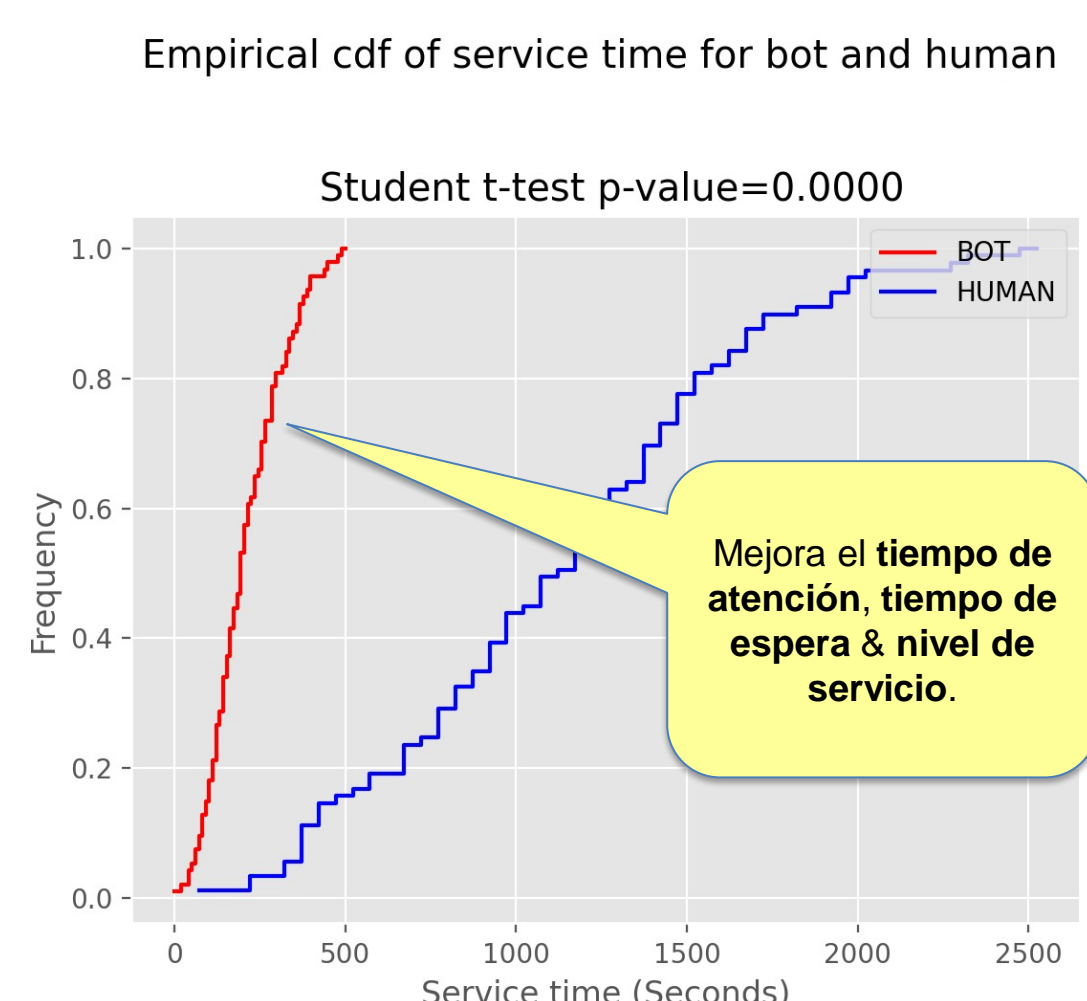
## RESULTADOS

### WhatsApp

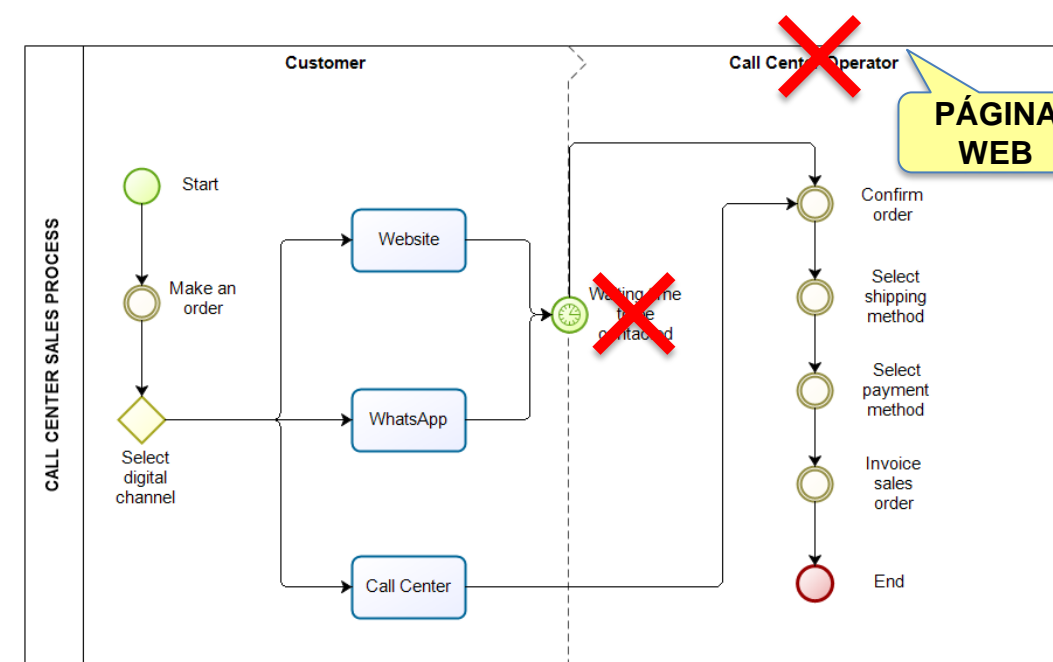
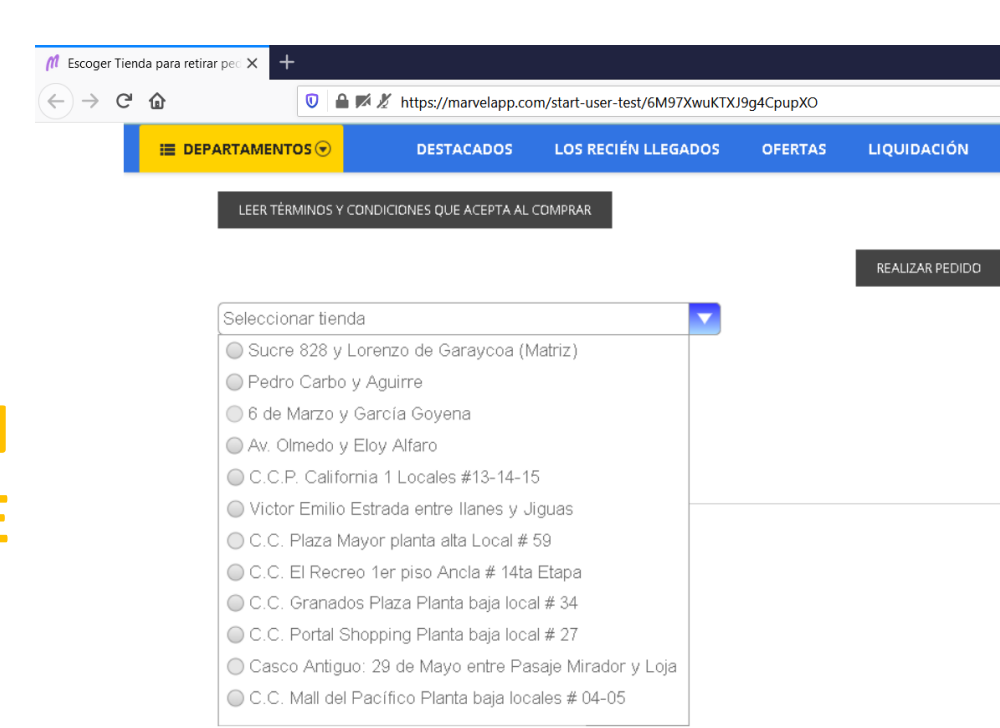
- Los pedidos se atienden de forma inmediata en cualquier momento del día y cualquier día de la semana.
- Los pedidos realizados (sin facturación), corresponden al 85% con el bot y al 40% sin el bot. Esto implica que el bot mejora los tiempos de realización de pedidos y reduce la probabilidad de no completar un pedido.

### Página Web

- Actualmente un operador debe llamar al cliente para confirmar la tienda para retirar el pedido, pero al integrar los almacenes virtuales de la tienda en el sitio web, se elimina ese tiempo de operación del Call Center.



### WhatsApp – Mini bot



### Página Web – Integración de las bodegas virtuales de las tiendas

## CONCLUSIONES



Eliminación de las restricciones del proyecto

- Se elimina el tiempo de operación del Call Center, reduciendo así el uso de electricidad y CO2.
- Se elimina la impresión en papel de comprobantes de pago y facturas.
- Al integrar las bodegas virtuales de las tiendas en la Página Web, se elimina el transporte de despacho de productos desde el centro de distribución a la tienda para que el cliente retire su pedido.
- El uso de la tecnología mejora significativamente la Experiencia del Cliente en el uso de canales digitales habilitados para vender.