



Ventas y Servicios

El siguiente nivel
de la experiencia
de **cliente**



Ventas y Servicios

NUESTRA HISTORIA

Ventas y Servicios - compañía del Grupo Aval- nace en 1976 como sociedad limitada, con el objetivo de apoyar procesos del Banco de Occidente, haciendo parte del grupo financiero más importante del país. En 1991 nos constituimos como sociedad anónima abriendo nuestras puertas al mercado como la primera compañía de Outsourcing Operativo, Administrativo y Comercial en Colombia. Nuestros actuales accionistas son la Corporación Financiera los Andes, Fiduciaria de Occidente y el Banco de Occidente. Contamos con más de 7000 colaboradores, con presencia nacional en más de 15 oficinas, 70 ciudades y municipios.





Ventas y Servicios

MISIÓN

Somos una compañía de Contact Center y tercerización de procesos (Business Process Outsourcing BPO), rentable, con presencia nacional; que brinda soluciones ágiles y flexibles al mercado interno. Nos apoyamos en procesos seguros y eficientes, soluciones tecnológicas innovadoras y lo mejor del Talento Humano; buscando siempre la satisfacción de nuestros clientes, colaboradores y accionistas.



VISIÓN

Nuestros clientes nos considerarán como su aliado estratégico y nuestros colaboradores considerarán a Ventas y Servicios S.A como uno de los mejores sitios para trabajar del sector.

Nuestra comunidad nos reconocerá por la ética, respeto y honestidad.

NUESTRO PROPÓSITO:

Ayudamos a nuestros clientes a ser exitosos en la relación con sus usuarios finales.



Ventas y Servicios

SOLUCIONES DE EXPERIENCIA

Estas son nuestras Soluciones de Contact Center y BPO para Servicio al cliente, Ventas, Cobranza.

EL SIGUIENTE NIVEL DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

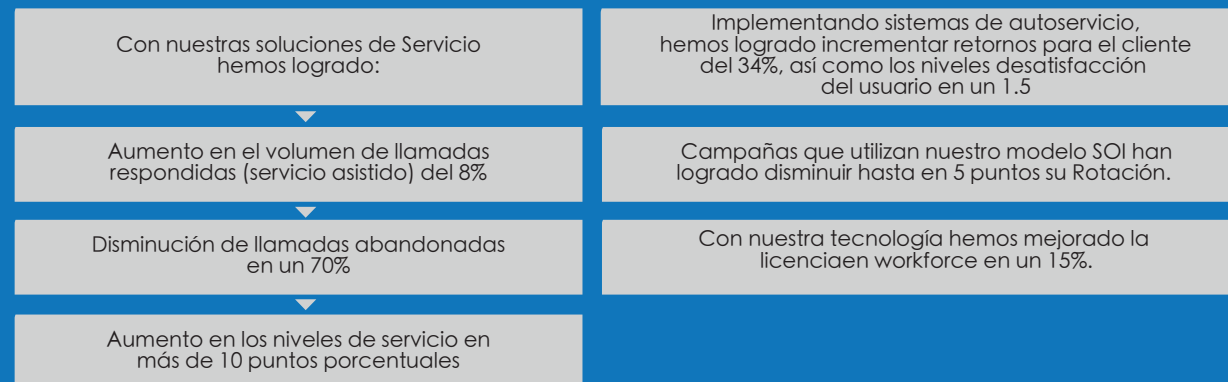


Modelo de Gestión

SISTEMA OPERATIVO INTEGRADO (SOI)



RESULTADOS:



INNOVACIÓN
SEGURIDAD

MARCO CONDUCTUAL

Co-Creación

Generar escenarios de construcción conjunta, que permitan escuchar, imaginar y renovar las acciones, es la llave que abre la puerta a la innovación. Así podemos sorprender en la experiencia de los usuarios y en los negocios de nuestros clientes.

Sentido de Protección

Para construir grandes cosas se requiere proteger lo importante: Proteger a los otros, compañeros y aliados, valorando lo que hacen; proteger la reputación de nuestros clientes y la información de sus usuarios. Con ello forjamos relaciones de confianza que generan tranquilidad.

Ser Referente

En un mundo de constante cambio, contar con la información más útil permite tomar las mejores decisiones. Parece sencillo, pero la experiencia se forja con lecciones de aprendizaje únicas; éste es el secreto para generar conocimiento en los negocios de nuestros clientes. En esto nos concentrarnos todos los días.

Altruismo

Hacer las cosas bien desde el principio implica comprender las necesidades del otro para actuar de forma coherente y asegurar su satisfacción a través de la mejora diaria.



Certificaciones y reconocimientos



Hemos sido galardonados en diferentes ocasiones por nuestros proyectos en implementación de iniciativas innovadoras que construyen mejores prácticas empresariales para la experiencia memorable del cliente 2017.

- Bronce** Mejor Gestión de Crédito y Cobranza – 2017- 2016
- Bronce** Mejor Operación de Tercerización de Procesos – 2017
- Bronce** Mejor Inhouse – 2017 – 2016 – 2015
- Oro** Premio al Talento – 2017 – 2016
- Oro** Mejor en Responsabilidad Social– 2015
- Bronce** Mejor Centro de Servicios Compartidos 2015



Premios Latam – ALOIC (Alianza Latinoamericana de Organizaciones para Interacción con Clientes).
Mejor Contribución en Responsabilidad Social



Nuestras certificaciones de **Control de Calidad**, aseguran los más altos estándares en gestión de procesos y seguridad de la información.



Estamos entre las **1.000 Empresas** más Grandes de Colombia y las **10 Empresas** más grandes de **Contact Center en el país**. Agosto de 2013



Certificación COPC® GMD versión 5.2 (GMD) Programas atención a funcionarios y otros grupos de interés 2016 Por desarrollar metodologías de trabajo con foco en el cliente, ingresos, eficiencia y mejora continua de los procesos.



En el 2018 recibimos la certificación en Buenas prácticas de Innovación (B.P.I.), otorgada por la Cámara de Comercio de Bogotá e **ICONTEC**.



Ventas y Servicios

Angélica Holguín Perilla Inteligencia Cognitiva

Client Executive IBM de Colombia. Ingeniera industrial, MBA Dedicada a apoyar a compañías en su proceso de transformación digital, con 11 años de experiencia en la industria de TI.

Client Executive IBM de Colombia. Ingeniera industrial, MBA 11 años de experiencia en la industria de TI. Dedicada a apoyar a compañías en su proceso de transformación digital.

La industria de Contact Center está llamada a transformarse, en gran medida para acompañar la reinención digital de sus clientes, generar valor diferencial, atender los retos de la omnicanalidad y de la experiencia de usuario. En este camino, IBM a través de su Inteligencia Artificial IBM Watson, está proporcionando las soluciones que permiten a las empresas:

- Fortalecer las capacidades de autogestión a través del servicio de agente virtual cognitivo, proporcionando respuestas efectivas mediante una experiencia conversacional en lenguaje natural.
- Soportar la estrategia omnicanal y "Next Best Action", mediante la captura y entendimiento del comportamiento del cliente. La Inteligencia Artificial permite identificar las razones de las interacciones y determinar la secuencia de acciones personalizadas en tiempo real para los agentes presenciales o virtuales.



- Apoyar la labor del agente de contact center con un asistente cognitivo, el cual le permita tener acceso a una base de conocimiento amplia, para profundizar su conocimiento sobre los clientes, productos, servicios y procesos. Todo de acuerdo con el perfil de los usuarios, preferencias e interés estratégico de la organización. Permite ser más efectivo en la solución de las consultas en la primera llamada, incrementando la eficiencia y soportando el proceso de entrenamiento de los agentes.

- Aprovechar la información disponible para mejorar el servicio y optimizar los recursos, aplicando algoritmos de machine learning e Inteligencia Artificial, con el objetivo de incorporar mejoras oportunas.

El Contact Center Cognitivo es la evolución de los contact center tradicionales.



Ventas y Servicios



Ventas y Servicios

Andrés Gómez Innovación

Director Senior I+D+I, Ingeniero de Sistemas con MBA y Magister en Innovación. Dedicado a la gestión de Innovación y Transformación empresarial. 20 años de trayectoria en Contact Center y Customer Experience.

Primero lo primero: la supervivencia y adaptación. Estas dos capacidades conllevan a que las exigencias en los negocios y la mejora en la experiencia de los clientes, retén a las organizaciones a cambiar su visión de largo plazo y a alinear su estrategia para mantenerse vigentes, para ello deben integrar al ADN de la compañía un Talento Humano Innovador, el apoyo de la Alta Dirección y la Co-creación con los clientes y usuarios de los servicios.

Habilitar equipos de trabajo interdisciplinarios, transversales y diversos en conocimiento, permiten que el aprovechamiento tecnológico y metodologías de innovación, se capitalicen rápidamente en soluciones que impulsan la transformación organizacional y los modelos de negocio que tradicionalmente están quedando atrás, con la ventaja de invertir rápidamente y en menor medida para alcanzar resultados tangibles a velocidades que hace un par de décadas eran inimaginables.



Hemos integrado la innovación en nuestro ADN, para crear modelos de negocio novedosos, más dinámicos y eficientes, haciéndonos una compañía competitiva.

Comprendemos que la inversión en innovación es un habilitador de la rentabilidad y permanencia en los negocios de nuestros clientes y nos reta a transformar las experiencias y soluciones de los clientes, con un equilibrio armónico entre el presente y el futuro.

La innovación nos permite facilitar la construcción y entrega de experiencias omnicanal, apostándole a la entrega permanente de valor, la satisfacción de las necesidades de los clientes y la entrega de un servicio humano y resolutivo, generando emociones, sentido de protección en las transacciones y facilidad en las tareas que nuestro talento humano genera en el día a día. Esto refleja un proceso flexible de innovación que aborda la transformación de manera responsable y con resultados efectivos, marcando la diferencia para sobrevivir, adaptarse y no desaparecer.





Axel Carvajal Seguridad

Director de riesgos de la compañía, bajo su liderazgo se realizó el proceso de certificación en ISO 27001 de Seguridad de la información.

11 años de experiencia en procesos SARO, SARGLAFT y Continuidad del negocio, certificación ISO 27001 de Seguridad de la información y cultura de protección en la compañía.

Seguridad en épocas de apertura e innovación

A diario la innovación enfrenta amenazas que requieren un análisis exhaustivo para la valoración preventiva del riesgo, que permita implementar los controles adecuados desde la planeación.

- Para el reto de innovar sin perder de vista las nuevas amenazas y que la seguridad no se convierta en un obstáculo, se deben tener inmersos controles adecuados y razonables en la operación.



- Es ineludible hablar de riesgo reputacional en la innovación. Para una compañía la vulneración de sus datos es un daño casi incalculable. No solo son los clientes que se pierden, son también aquellos que dejan de llegar y las multas que se deben pagar a los afectados.

- La reglamentación, la ética y el respeto por los datos personales son indispensables al aperturar el cambio y las nuevas tecnologías.

- Invertir en seguridad es una necesidad propia del negocio. Cuesta, pero se paga un costo mayor al no hacerlo.



Sandra Corimna Satizabal

Experiencia

Directora de entrenamiento en Ventas y Servicios S.A. Ingeniera mecánica e Industrial, certificación Green Belt Six Sigma y CEM Expert. Más de 15 años de experiencia implementando metodologías de servicio al cliente modelo Disney.

Vivencia, emoción, recuerdo, sensación... Son palabras que se han puesto de moda en el mercado porque representan lo que sienten nuestros clientes, cuando los atendemos. ¿Cómo debemos transformar el servicio para generar emociones en nuestros clientes? Esta es la gran incógnita de nuestro último lustro. Todas las compañías de BPO y Contact Center pueden ofrecer los mismos productos, las mismas tecnologías, los mismos desarrollos, pero cuántos podemos transformar las emociones de nuestros clientes.



¿Te imaginas un cliente sintiendo con tu servicio, la emoción de llegar a casa cuando tu mascota se lanza sobre ti; o la felicidad de ver a tu bebé de 2 años, correr a abrazarte cuando cruzas la puerta? Al comprometernos con transformar la experiencia de nuestros clientes también lo hicimos con la identificación de sus emociones, expectativas y necesidades. Le hemos apostado a cambiar la gestión de nuestro servicio. ¿Cómo empezar?, con la fórmula mágica de la medida de nuestra experiencia: $\text{Experiencia} = \text{Vivencia} - \text{Expectativa}$.

Si efectivamente la experiencia que brindas cada vez es mayor, mayor será la expectativa de tu cliente y tu compromiso con su vivencia se vuelve tu reto. Acepta este reto, vive la experiencia de tu colaborador, sigue el consejo de Walt Disney: ¡Ve al parque!, siéntate al lado de un representante del Call, escúchalo, hazle sentir que eres importante, eso se trasladará a tus usuarios.

Construye el “Next Best Action” de tu cliente. Personaliza tu Servicio y enfócate en su siguiente necesidad.



Síguenos:



Ventas y Servicios

Bogotá: (57+1) 286 2400 - Fax: 327 4777
E-mail: contactenos@ventasyservicios.com.co, / www.ventasyservicios.com