

FORMACIÓN Y CALIDAD: ESCUCHAR PARA INNOVAR

ESCUCHAR Y ENTENDER AL USUARIO ES LA MEJOR ESTRATEGIA PARA INNOVAR. LAS COMPAÑÍAS LO SABEN DESDE HACE TIEMPO Y HACEN DE SU FORMACIÓN UNA DIFERENCIA GRACIAS A LA ESCUCHA DEL CLIENTE MEDIANTE PROCESOS Y LA MEJOR TECNOLOGÍA.

ENTREVISTADO: PATRICIA GARCÍA, PRESIDENTA INSTITUCIONAL DE FEMXA



Roberto Balseiro, Jefe de Proyecto 2MARES. Enrique de Miguel, CEO | Director General 2MARES. David González, Director de Sistemas Femxa. Ana Rodríguez, Directora de Atención al Alumno Femxa.

Femxa, sois una de las pocas marcas, o empresas que disponéis del certificado EFQM 500+, que supone el reconocimiento europeo a la máxima excelencia. ¿Qué necesita una empresa para conseguir esa excelencia?

Debo decir que fue un proceso duro pero a la vez motivador porque suponía dar un paso más en el crecimiento ordenado y sistematizado en la organización, en el que áreas tales como la innovación, mejora continua y el impacto social de nuestra actividad en el entorno en el que convivimos, han pasado a un primer plano.

Pero no partimos de cero en absoluto porque nuestro sistema de trabajo estaba soportado por un sistema de gestión integrado (calidad, medioambiente y empresa familiarmente responsable), que se ha visto clarificado y estratificado mucho más en todas las líneas de negocio, aportando una mayor coherencia a nuestro planteamiento estratégico.

Teníamos hasta ese momento todos los ingredientes pero el gran reto fue alinearlos con los resultados, sociedad y sostenibilidad, reto que hemos conseguido con la implantación del modelo, lo que nos ha reforzado como compañía de formación en España y Latinoamérica, así como consultora de proyectos en países del este y también en España.

Dentro de las empresas que se dedican a la formación, ¿qué os hace diferentes y únicos para que los clientes os escojan a vosotros?

No sólo somos una empresa de formación, somos una empresa que genera empleabilidad utilizando la formación como un mecanismo para conseguir este objetivo.

Somos una empresa muy focalizada en generar conocimiento y cualificar a trabajadores de más de 40 sectores productivos, adaptándonos a las necesidades que demandan hoy en día las empresas. Para ello, utilizamos la tecnología como herramienta fundamental en el proceso formativo, actualizando el catálogo de contenidos de forma continua y reforzando nuestros procesos de selección de alumnos, tutorización, gestión documental, selección del profesorado y justificación exhaustiva de los fondos.

Consideráis la calidad y la escucha activa del alumno y del tutor como un pilar para vuestra innovación. ¿Qué procesos y qué tecnología os han ayudado en esa tarea?

Los alumnos son nuestros clientes y

lo que nos preocupa es que queden satisfechos con la atención recibida por el personal de la compañía, sobre todo con el servicio que les proporcionan nuestros profesores y tutores online, ya que no olvidemos que son claves en el proceso formativo.

La opinión de los alumnos es importante para Grupo Femxa por lo que hemos implantado mecanismos de satisfacción de calidad en la compañía y hemos puesto al servicio de los alumnos un buzón de quejas y sugerencias. Si no escuchamos lo que opinan de nosotros no tendremos capacidad de mejora y no nos lo podemos permitir porque queremos que los alumnos escojan a Grupo Femxa como su primera opción para realizar un curso.

Vuestra oferta de educación es muy amplia, ¿cómo se detecta la necesidad de aumentar esa oferta y cómo se estructura?

Tenemos dos formas de detección de necesidades formativas. Una proactiva, intentando anticiparnos a las necesidades que se van a producir en el mercado mediante la vigilancia competitiva en los distintos sectores productivos en los que trabajamos e identificando los cambios en el estado del arte tecnológico, cambios legislativos y, en general, todos los cambios que acontecen en los entornos genérico y específico. Y otra reactiva, atendiendo a la información que extraemos de la comunidad que tenemos de alumnos, docentes, empresas y trabajadores.

Siendo un grupo de formación, es importante alinear vuestros esfuerzos con herramientas que dispongan de una máxima excelencia. ¿Cuáles son las sinergias producidas entre vuestros procesos y las herramientas de atención al cliente?

El cliente puede contactar con Grupo Femxa utilizando los canales tradicionales como el teléfono o el correo electrónico, los canales sociales de Facebook y Twitter y el buzón de sugerencias que hemos habilitado en nuestra web.

Estos mecanismos de comunicación están integrados en nuestros procesos de trabajo y con nuestro ERP y Centratel de 2MARES. Estas dos herramientas de gestión permiten tener trazabilidad de la interacción con nuestros clientes en tiempo real lo que nos agiliza atender las demandas de los clientes y en observar el impacto de nuestras actuaciones en las redes sociales.

DATOS PRÁCTICOS

femxa Grupo
generamos conocimiento

Oficinas: España, México, Colombia, Perú, Polonia, Rumanía

Sector: Formación

Contact center:
Interno

Número de agentes:
120

Ubicación del contact center:
Vigo

Reto:
Medición de calidad, integración sistemas de información, automatización, mejora del enrutamiento, construcción de cuadro de mando de indicadores operativos, mejora de la calidad ofrecida y percibida.

Solución implantada:
CENTRATTEL (2MARES)

Beneficios tras la externalización:
Visibilidad sobre la operativa, seguimiento y mejora de calidad de las llamadas, establecimiento y seguimiento de indicadores y centralización de las campañas.

“

Si no escuchamos lo que opinan de nosotros no tendremos capacidad de mejora y queremos que los alumnos nos escojan como su primera opción para realizar un curso

”



Patricia García,
Presidenta Institucional de Femxa

De los datos que se desprenden con la tecnología implantada en vuestra empresa, ¿cuáles son aquellos que os dan la clave para saber dónde mejorar o poner el foco de atención? ¿Cómo se detectan esos datos?

Lo primero que hemos obtenido es visibilidad sobre la operativa del contact center en cuanto a volumen de llamadas y los ratios de llamadas para conseguir ventas que, a fin de cuentas, es lo importante. Por otra parte, desde el punto de vista de calidad, la posibilidad de tener acceso a las llamadas realizadas, detectar

malas prácticas y corregirlas, son un punto fundamental que estamos explotando gracias a la tecnología implantada.

¿Qué conclusiones habéis obtenido tras el estudio de los datos obtenidos por vuestro departamento de atención al cliente con CENTRATEL?

Hemos identificado los principales cuellos de botella tanto en llamadas entrantes como salientes y hemos podido identificar, gracias a los ratios, los operadores más eficaces a la hora de gestionar la interacción con nuestros alumnos.

¿Cuál fue el motivo de elegir a 2MARES como proveedor de soluciones para este cometido?

La cercanía, la utilización de la misma tecnología que nuestro core, la incorporación de un módulo de evaluación de calidad y enlace con nuestros sistemas de comunicación (centralita) han sido los factores que motivaron decantarnos claramente por 2MARES, además de la relación calidad/precio. Fue el que presentó la oferta más asequible y se amoldaron al concepto pago por uso que necesitábamos.

Tras la implantación de la solución de 2MARES y su total integración, ¿cuál es el resumen y las conclusiones de esta colaboración?

Ha sido una colaboración fructífera para Grupo Femxa, puesto que partíamos de una situación inicial de carencia importante de información en toda la parte relacionada con la interacción telefónica con el alumno, aunque con procesos consolidados. El propio proyecto de implantación con profesionales de 2Mares, con experiencia en los procesos de contact center, nos dio visibilidad sobre mejoras en tareas que estábamos realizando, para mejorarlas y buscar el avance continuo.

¿Cómo valoraríais esta experiencia?

Ha sido un reto importante y muy beneficioso. Ha sentado las bases para tener en nuestro contact center indicadores y procesos unidos de cara a la búsqueda de la excelencia, siendo nuestra máxima, lo que nos ha llevado a que Grupo Femxa sea una empresa acreditada EFQM 500+.

¿Cuál es el futuro de Femxa? ¿hacia dónde se dirige?

Lo que nos preocupa en Grupo Femxa es nuestro nivel de servicio hacia nuestros clientes, los alumnos y las empresas.

Nuestro objetivo principal es mantener nuestra calidad en el servicio formativo y responder a las necesidades que plantean las empresas. Si los clientes confían en nosotros creceremos estable y sostenidamente y los resultados cuantitativos vendrán solos.

Queremos mantenernos en el mercado español como empresa líder en formación continua, puesto que alcanzamos en el año 2013. Seguiremos creciendo en nuestra capilaridad empresarial y consolidándonos en el mercado latinoamericano. En definitiva, crecemos ayudando a que nuestros clientes progresen. ■



**QUALITY
MONITORING**
Calidad y
Eficiencia

Quality Monitoring

Ahorra costes y estandariza el proceso de
Calidad en el Contact Center.

**QUALITY
MONITORING**
Calidad y
Eficiencia

COACHING
Planes de Acción y
Formación

CENTRATEL[®]
Calidad Corporativa

**CUSTOMER
EXPERIENCE**
Voz del Cliente
Big Data 360

RECORDER
Conversación
Multicanal

