

Case Study

# Worten

**“Worten siempre”  
y a través de cualquier canal**



# Case Study: Worten

## Desafío

Encontrar una solución que permita una gestión más eficaz en el tratamiento de las interacciones en los diversos canales, reduciendo costes y optimizando la performance.

## Solución

Implementación de GoContact en alianza con ManpowerGroup Solutions, prestador de servicio que realiza la gestión de toda la operación de Contact Center de Worten. Disponibilización de una visión omnicanal e integración, en una única interface, de todas las interacciones en los diversos canales, complementados con estadísticas integradas y reporting en tiempo real para control de la performance de Contact Center.


## Resultados

Reducción de costes, optimización de la performance y mejora en la gestión de las actividades de Contact Center, con acceso al histórico de todas las interacciones, en tiempo real, lo que permitió personalizar el atendimento y garantizar una mejor respuesta a las necesidades de cada cliente.

The Worten logo is a red square with the word "worten" in white lowercase letters.A photograph of a Worten store interior. The store is brightly lit with modern lighting. In the foreground, there are shelves displaying various products, including colorful gift bags and boxes. In the background, there are more shelves and a counter area. The ceiling has exposed pipes and lights. The overall atmosphere is clean and organized.

“Worten es una empresa portuguesa, líder del mercado nacional en el área de los electrodomésticos, de la electrónica de consumo y del entretenimiento.”





**“La capacidad de interactuar con los clientes, en los diversos canales, permite ofrecer un servicio más personalizado y crear puentes entre los diferentes medios de comunicación.”**

“Para ir al encuentro de las expectativas del consumidor Worten se ha destacado, en los últimos años, por su estrategia omnicanal.”

## “Worten siempre” y a través de cualquier Canal

Worten es una empresa portuguesa, líder del mercado nacional en el área de los electrodomésticos, de la electrónica de consumo y del entretenimiento. Posee más de 180 Tiendas en Portugal Continental e Islas y más de 40 Tiendas en España, así como 2 Tiendas Online para Portugal y España. Perteneció al grupo SONAE, uno de los mayores grupos privados en Portugal, con cerca de 40.000 colaboradores y un valor de mercado de más de 2 mil millones de euros.

Está considerada una “Marca de Confianza” de los portugueses y presenta, desde 2016, una nueva identidad, traducida en un nuevo logotipo y en la introducción de un icono de marca. También el slogan “Worten siempre”, logró un nuevo significado. En las palabras de la empresa: “No queremos ser solo su Worten hoy, queremos ser su Worten siempre.” Esta firma pretende llevar la enseña para un nuevo escalón relacional y asumir la ambición de estar con los portugueses en los próximos 20 años, tal como estuvo en los últimos 20.

## La Importancia de Contact Center para Worten

Para ir al encuentro de las expectativas del consumidor Worten se ha destacado, en los últimos años, por su estrategia omnicanal. Existe también una preocupación de integrar el mundo físico con el mundo digital, dotando a las plataformas digitales y a las Tiendas físicas de un atendimento personalizado y servicios más especializados, potenciando una experiencia de compra única y diferenciadora.

Contact Center surge, por eso, como una solución preferencial para Worten, teniendo en cuenta los diversos proyectos y desafíos que la empresa tiene en pipeline. La capacidad de interactuar con los clientes, en los diversos canales, permite ofrecer un servicio más personalizado y crear puentes entre los diferentes medios de comunicación. A través del Contact Center de Worten, es posible al consumidor, así como a todas las áreas de negocio, tener acceso a un elevado número de canales para comunicar, como teléfono, email, webchat, redes sociales y SMS.



# Potenciar el Contact Center con GoContact

Antes de implementar GoContact, los principales desafíos del Contact Center sufrían la ausencia de una visión multicanal de la comunicación, lo que retiraba agilidad a Worten en el acceso a la información.

Worten realizó un cambio de prestador de servicio del Contact Center, que pasó a ser gestionado por ManpowerGroup Solutions, en un proceso que, con la consultoría de GoContact, duró cerca de 7 semanas y registró downtimes de 0% a lo largo de todo el periodo. Estos desarrollos y parametrizaciones permitirán optimizar el trabajo de los equipos de operaciones e IT de ManpowerGroup Solutions, garantizando, de esta forma, una actuación en tiempo útil y en sintonía con las necesidades de negocio de Worten.

La implementación de GoContact en la operación de ManpowerGroup Solutions, que pasó a realizar la gestión del Contact Center de Worten, vino a dar respuesta a varias cuestiones, sobre todo la necesidad de una visión omnicanal. Se integraron todas las funcionalidades y canales de comunicación de Contact Center de Worten (voz, tickets y redes sociales), sin la necesidad de asociar o recurrir a otras plataformas. Esto permitió mejorar y personalizar la experiencia de atendimento de los clientes que interactúan con Contact Center.

Se configuraron IVR multinivel, lo que permitió a los clientes ser atendidos por el agente más indicado y también la funcionalidad de callback y voicemail para que los clientes puedan dejar su contacto y recibir una llamada posteriormente. Para garantizar la interacción con los clientes en el mercado español, se realizó también una integración con el SIP Trunk, que permite que las llamadas se efectúen como numeración española nativa.

## Impacto para los agentes

En la componente operacional, GoContact permitió a los agentes una visión del histórico de clientes, control de la respetiva performance y el acceso a un sistema inteligente de gestión de pausas. La vertiente Omnicanal, para el agente, potenció la calidad de las interacciones y mejoró la experiencia de atendimento.

**“La implementación de GoContact en la operación de ManpowerGroup Solutions, que pasó a realizar la gestión del Contact Center de Worten, vino a dar respuesta a varias cuestiones, sobre todo la necesidad de una visión omnicanal.”**

**“... tradujo en un aumento de la eficacia en la gestión y tratamiento de todas las actividades del Contact Center de Worten, lo que permitió reducir costes y optimizar significativamente la performance.”**

## **Impactos para los supervisores**

En el mismo sentido, para los Supervisores, GoContact permitió un análisis en tiempo real, de fácil acceso y en una interface única, lo que mejoró significativamente la gestión de las actividades y respetivos niveles de servicio.

# **El Impacto de una Presencia más Próxima a los**

La implementación de GoContact, en alianza con ManpowerGroup Solutions, tuvo un impacto muy significativo en el Contact Center de Worten, lo que permitió aproximar la empresa a los clientes e ir al encuentro de sus necesidades y expectativas.

La integración de todos los canales en una interface única, con acceso al histórico de las interacciones del cliente, independientemente del canal, en tiempo real, permitió personalizar la experiencia de atendimento y garantizar la mejor solución para cada cliente.

La entrega de todas las interacciones (voz, tickets y redes sociales), de forma inteligente y en sintonía con el skill set de los agentes, permitió mejorar la gestión y aumentar el foco en las prioridades del negocio, teniendo en cuenta la obtención de los SLA's deseados. Los automatismos implementados resultaron de la disminución del error humano, así como la reducción del tiempo de ocio en los procesos existentes.

La implementación de esta solución integrada se tradujo en un aumento de la eficacia en la gestión y tratamiento de todas las actividades del Contact Center de Worten, lo que permitió reducir costes y optimizar significativamente la performance.

## Testimonio del Cliente



“Destacar, paralelamente el concepto de omnichannel, el hecho de tener GoContact una solución “a medida” que, por vía del dinamismo en el desarrollo, permite tratamiento de las actividades de forma customizada y de acuerdo con las necesidades y desafíos del Contact Center Worten.”

Luis Ferreira  
Customer & Service Center Manager



[www.gocontact.com](http://www.gocontact.com)

