

Dan Jenkins fundador de Nimble Ape Ltd y gurú de la tecnología de Call Center, habla sobre la evolución de la comunidad y el mercado de Asterisk.

2016-05-02



Dan Jenkins es el fundador de [Nimble Ape Ltd](#), con base en el Reino Unido. Nimble Ape Ltd tiene poco más de dos años y se dedica a construir soluciones referidas a las comunicaciones en tiempo real para nuestros clientes. Dan es conocido por trabajar con Node.js y comunicaciones en tiempo real como [WebRTC](#). Como Desarrollador de Google experto en Tecnologías Web, es percibido como un experto en [WebRTC](#).

lo largo del año sobre la construcción de aplicaciones web

¿ Podría resumir en pocas palabras tu perfil y tu rol en la comunidad Asterisk para nuestros lectores?

Soy el fundador de Nimble Ape Ltd, era ingeniero en sistemas, y construía APIs e integraciones flexibles en Asterisk; así es que me uní a la comunidad Asterisk. Soy desarrollador software, no ingeniero en telecomunicaciones - ¡esto tiene ventajas y desventajas en variadas situaciones! En 2004 fui parte del equipo que construyó la Plataforma Respoke (La plataforma de comunicaciones web de [Digium](#)). También he estado en las últimas cuatro conferencias Astricon.

Jenkins, ¿Cómo ve el futuro de la industria de Call Centers de Asterisk en los próximos dos años?

Creo que vamos a presenciar un gran cambio en cuanto a la forma de operar de los centro de contacto; nótese que me refiero a ellos como centro de contacto y no Call Centers. Los Call Centers han cambiado mucho y ya no sólo es cuestión de manejar llamadas entrantes y salientes. Trabajan con una cantidad de otras formas de comunicación y yo espero que esto crezca en la medida en que los clientes se den cuenta de que quieren nuevas maneras de estar informados o de recibir ayuda ante problemas o compras. [WebRTC](#) va a constituir una gran parte de este cambio por varias razones; desde ofrecer un sistema CRM, a conectar clientes de manera diferentes con una atención diferente. Por el uso de [WebRTC](#) vamos a presenciar un mayor uso de APIs en línea tal como de voz a texto, análisis sentimental y emocional – para analizar al cliente y lo que desea, pero también desde un punto de vista interno del centro de contacto; ¿mis agentes están brindado la atención correcta a mis clientes? ¿Qué significa esto para Asterisk? Eso está por decidirse. Hemos presenciado cómo Asterisk se convierte en un motor de medios de comunicación en los últimos dos años lo que significa que podemos utilizarlo por su poderoso núcleo y construir aplicaciones a su alrededor. Con toda seguridad vamos a presenciar aplicaciones construidas en torno a Asterisk.

¿Qué beneficios crees que obtienen los profesionales con el monitoreo de Call Centers como [QueueMetrics](#)?

[QueueMetrics](#) brinda una perspectiva interna del centro de contacto que es muy difícil de obtener de otra manera, pero en un mundo cambiante en el que no usamos los mecanismos de poner en espera de Asterisk, y construimos aplicaciones en torno a Asterisk, necesitamos empezar a construir integraciones en [QueueMetrics](#) también, para poder llevar a cabo la utilización de toda la información almacenada. Esto puede ser realizado hoy y no debe ser olvidado.

¿Cuáles son los factores claves para el éxito de un Call Center basado en Asterisk?

Confiabilidad e información; tanto para los clientes como para el negocio.

Sin importar cuál es tu negocio, tienes clientes y necesitas que se puedan comunicar contigo o comunicarte con ellos. Si no cuentas con esa confiabilidad, entonces tienes un problema. La otra cara de la moneda es que tu negocio necesita confiar en Asterisk y el hecho de que es un código abierto. Si no tienes confiabilidad la gente pierde la confianza. Hace 5 o 6 años me encontraba en una situación en la que nuestra transición hacia Asterisk no era fácil y teníamos problemas de confiabilidad con Asterisk – esta era la mayor preocupación respecto al sistema y estuvimos cerca de perder toda la fe con Asterisk en un momento.

¿Qué piensa del rol estratégico de la analítica en los Call Centers?

La analítica en los Call Center es una parte vital de las actividades; no tiene sentido tener agentes a cargo de los teléfonos si están haciendo las cosas mal, y la mitad de tus clientes están furiosos contigo porque no fuiste capaz de ver los datos y actuar acorde a ello. Sin embargo, los datos a los que tienes acceso crecen todos los años. Con nuevas formas de comunicación como chats en vivo, donde tienes las palabras escritas frente a ti – ahora puedes analizar esas palabras y obtener información – no solo "cuando el chat en vivo fue iniciado".

Ahora podemos responder "en qué estado de ánimo estaban nuestros clientes cuando ingresaron al chat" y "sobré qué era el chat específicamente". Al mejorar la tecnología que usan nuestros centros de contacto, también aumenta la información a la que tenemos acceso. Tan pronto como te alejas de un número de teléfono y comienzas a integrar las llamadas a tus aplicaciones o páginas web usando [WebRTC](#), podemos acceder a mayor información y tener una idea más clara de nuestros clientes. El análisis de datos se va a volver más complejo y espero que herramientas como [QueueMetrics](#) puedan seguirle el ritmo.