



 aircall + HubSpot

La guía definitiva de la telefonía virtual para empresas.

Descubre qué es, herramientas, métricas y buenas prácticas.



Contenidos

Introducción

Capítulo 1

Qué es la telefonía virtual para empresas y cuáles son sus ventajas en el ámbito digital

- [Telefonía Virtual para empresas](#)
- [Ventajas de la telefonía virtual para empresas](#)
- [Diferencias entre la telefonía tradicional y la telefonía virtual](#)

Capítulo 2

Métricas de éxito para la gestión de equipos

- [Importancia de las métricas de rendimiento al usar el canal telefónico](#)

Capítulo 3

Rendimiento de los agentes en las llamadas

- [Etiqueta telefónica](#)
- [Claves para mejorar sus funciones](#)

Capítulo 4

Software de telefonía virtual empresarial

Conclusión

Introducción

HubSpot

El CRM gratuito de HubSpot te ofrece información sobre tu pipeline de ventas, un panel de informes, análisis de empresas, seguimientos de negocios y mucho más. Usa el CRM gratuito de HubSpot para organizar reuniones con los representantes de ventas, registrar la información de forma automática y eliminar el trabajo manual en los departamentos de ventas, marketing y servicio.

[Más información](#)

aircall

Queremos dotar a los profesionales de las herramientas necesarias para entablar conversaciones enriquecedoras de forma que puedan centrarse en cerrar acuerdos y satisfacer a sus clientes.

Aircall es el sistema de telefonía en la nube preferido por las empresas de hoy en día. Se integra a la perfección con las herramientas de negocio: CRM, helpdesk y más. Aircall se concibió para facilitar las interacciones telefónicas y mejorar la productividad y toma de decisiones.

[Más información](#)

El servicio y la atención al cliente, así como la labor comercial, han cambiado como consecuencia de la prevalencia de las tecnologías de la información; hoy en día existen múltiples canales a los cuales pueden acceder los clientes para resolver sus dudas y problemas. Además, la tecnología ha elevado las expectativas de los clientes, por lo cual esperan una atención personalizada y excepcional en caso de hacer una llamada.

Por estas razones el canal telefónico debe cumplir con estándares de calidad más altos que hace veinte años. A pesar de que el concepto de centro de llamadas sigue siendo el mismo en esencia, muchas cosas han cambiado con el uso de las nuevas tecnologías. Por ejemplo, el surgimiento de los bots y sus aplicaciones comerciales parecían haber resuelto la necesidad de contratar representantes de ventas, atención y servicio al cliente. Sin embargo, de acuerdo con el estudio de [Treasure Data](#), apenas el 20% de los encuestados optaron por la interacción con sistemas electrónicos.

El resto de los encuestados (80%) prefiere que del otro lado de la línea haya una persona, capaz de comprender sus necesidades en términos humanos y que, a la vez, cuente con la mejor tecnología para ayudarlo a resolver sus necesidades. En este punto es donde encaja el canal telefónico y las tecnologías de las que hablaremos a lo largo de este libro.



Capítulo 1

Qué es la telefonía virtual para empresas y cuáles son sus ventajas en el ámbito digital

Capítulo 1

Qué es la telefonía virtual para empresas y cuáles son sus ventajas en el ámbito digital

El canal telefónico es fundamental, hoy en día, para brindar una atención al cliente de primera y una gran experiencia de compra. Sí, a pesar de lo que muchos puedan pensar, el canal telefónico es totalmente necesario. Sin embargo, en plena revolución digital no podía permanecer como un terminal fijo “anclado” a una mesa de oficina.

El canal telefónico ha evolucionado, como casi todo en el ámbito comercial, gracias a las tecnologías de la información. Quienes mejor entienden cómo han cambiado las prácticas, procesos, herramientas y métricas, son los líderes de equipo de servicio al cliente y responsables de ventas.

Pero, en este contexto digital, ¿qué se entiende por canal telefónico? **Se trata de una extensión de tu marca, así como el representante que interactúa, conversa y resuelve las necesidades de los clientes.** Esto significa que cada uno de los agentes habla en nombre de tu marca en el momento de tomar una llamada telefónica. Sobre cómo mejorar este aspecto hablaremos más adelante.



Debemos pensar en el canal telefónico como algo flexible, pues gracias a las tecnologías de la información ya no es necesario ubicar a los agentes telefónicos en un espacio específico en todos los casos; de hecho, el espacio físico puede ser sustituido por un software, como parte de la experiencia de marca o una extensión de ella, en cuanto a tono, voz, lenguaje, personalidad, misión, visión y valores.

En este sentido, el factor humano es un aspecto crucial de esa experiencia, y debería estar en el centro de cualquier estrategia de atención y soporte al cliente. Trátese de un esquema tradicional de call center o bien de un equipo dotado con más herramientas, en ambos casos deberían tomar en cuenta las tendencias más novedosas.



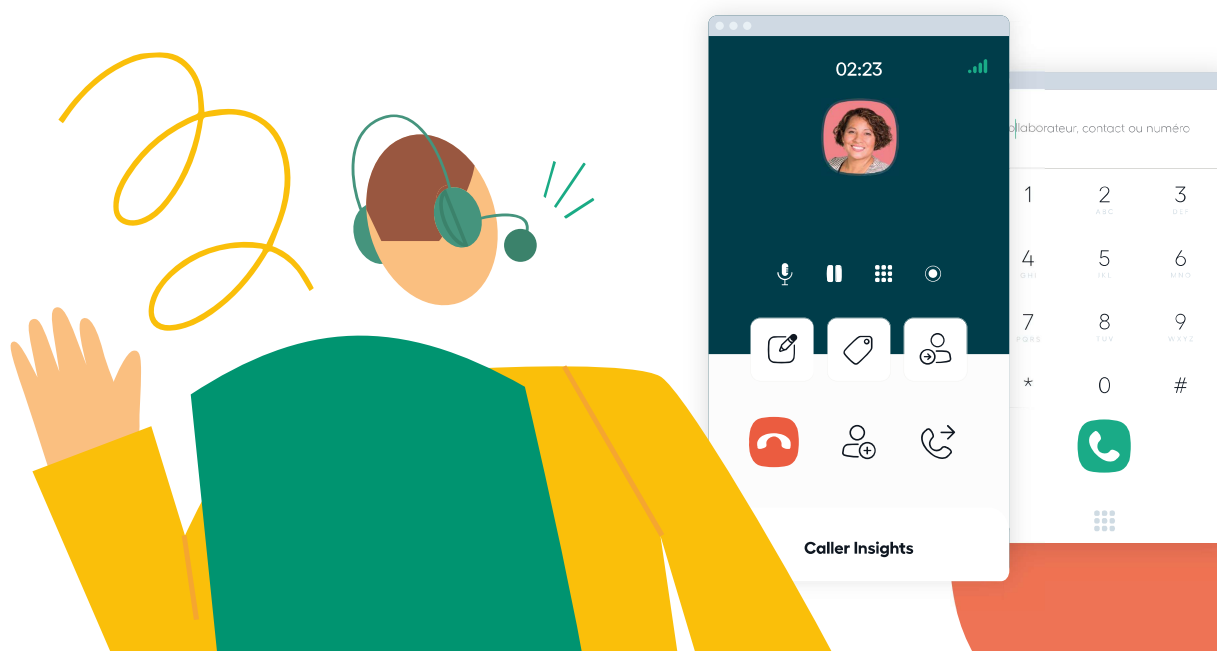
Aspectos esenciales del canal telefónico en 2022

Una experiencia del cliente de mala calidad puede hacer que una empresa pierda más de un cliente. Este hecho tiene un gran impacto en las marcas, ya que puede significar la pérdida de reputación, reducción en las recomendaciones de boca en boca, denuncias en redes sociales por un mal servicio, entre muchas otras.

Por esta razón, te recomendamos que consideres los siguientes aspectos para que tu canal telefónico tenga más oportunidades de ofrecer una experiencia única que refuerce en tus clientes la razón por la cual tu empresa es la mejor elección.

- 1. Respuesta de voz interactiva (IVR)**, por sus siglas en inglés) y enrutamiento basado en las habilidades de los agentes; esto se hace a través de una consulta del cliente al llamar por teléfono.
- 2. Grabación de las llamadas.** El aviso debería darse al inicio de la interacción. Esto te permitirá usar las llamadas de los agentes de atención o servicio al cliente más exitosos como ejemplos para capacitar a los novatos.
- 3. Integración de telefonía informática (CTI)**, por sus siglas en inglés). Con un CTI convierte cada equipo de cómputo en un call center virtual. Esta tecnología ofrece notificaciones directamente en el escritorio de la PC o Mac.
- 4. Los marcadores automáticos** o power dialers hacen el trabajo de almacenar y marcar automáticamente los números telefónicos de tus clientes.
- 5. Integración del sistema telefónico con un CRM**, con la finalidad de disminuir tareas manuales, mecánicas y repetitivas, para favorecer el trato más humano con los clientes.
- 6. Coaching en caliente.** Esta herramienta además es una metodología de capacitación. La única desventaja es que el cliente podría percatarse de que hay un tercero en la línea.
- 7. Software de analítica**, con la intención de analizar el desempeño actual de los equipos y el impacto de las herramientas implementadas y las capacitaciones asociadas a las mismas.

Para mantenerte competitivo en cuestión de recepción de llamadas, tienes que contemplar estas tecnologías. Más adelante hablaremos con mayor detalle del software de telefonía empresarial. De momento, pasemos a la versión virtual del tema que nos atañe.



Telefonía Virtual para empresas

En el contexto de la pandemia las relaciones de trabajo se volvieron remotas en muchas industrias, especialmente en aquellas donde el trabajo se puede realizar en un equipo de cómputo en su totalidad. Sin embargo, también es un mito creer que un sistema telefónico virtual solo es pertinente en casos semejantes.

En realidad, antes de la pandemia ya había señales muy claras de las ventajas de implementar un esquema virtual de ventas, atención y servicio al cliente.

Un sistema telefónico virtual es exactamente lo mismo que su versión tradicional, con la diferencia de que los representantes de ventas, servicio y atención al cliente no se encuentran en las oficinas de la empresa, sino en su casa.

Una de las razones por las que los centros de llamadas digitales están ganando popularidad es porque reducen los gastos de administrar una oficina física.

Con apoyo en la tecnología en la nube, un sistema telefónico virtual puede igualar e incluso mejorar la productividad de cualquier centro tradicional. Para implementar este esquema es necesario un sistema telefónico VoIP, es decir, un protocolo de voz sobre internet. Un sistema telefónico en la nube generalmente trabaja en conjunto con otras integraciones de software para proporcionar una fuente única de datos y otras funciones para los usuarios del teléfono en la empresa.

Puede sonar un poco técnico y complicado, pero en realidad los sistemas telefónicos basados en la nube, así como otros programas de software, funcionan juntos a la perfección.

[De acuerdo con el informe de Gartner, más de un tercio de los representantes de servicio al cliente estarán trabajando en casa para el año 2023.](#) Esto nos habla de un aumento considerable, sobre todo si tenemos en cuenta que en el año 2017 tan solo el 5% de los empleados de servicio al cliente trabajaban en casa.

Ventajas del sistema telefónico virtual

- Reduce los costes asociados a una oficina física.
- Extiende el horario de atención en diferentes zonas horarias.
- Disminuye la rotación de personal, debido a los esquemas de home office que han tenido mucha aceptación entre los empleados.
- Mejora el manejo y el monitoreo del trabajo en tiempo real.
- Permite la colaboración interna de manera virtual, sin impedimentos para realizar capacitaciones, llamadas en caliente y coaching.
- Aumenta el abanico de captación de talento, al no estar limitado a una zona de influencia geográfica.

Diferencias entre la telefonía tradicional y la telefonía virtual

Aunque su fin último es el mismo, poner a personas en contacto a través de la voz, cuando hablamos del canal telefónico a nivel empresarial sus diferencias, y ventajas de la telefonía virtual para empresas se hacen más que patentes. Un sistema telefónico virtual no es más que un sistema telefónico en la nube que permite a las empresas estar en contacto con sus clientes, ya sean actuales o potenciales.

Aunque en ambos casos se trata de tecnologías de comunicación, la telefonía virtual es una aplicación empresarial que incluye herramientas comerciales y de gestión, que se puede integrar con el resto de herramientas y que además está alojada en la nube.

Al poder integrarla con otras herramientas de comunicación, entre otras, obtienes el beneficio de optimizar sus funciones comerciales y brindar a los usuarios una experiencia uniforme en todos los dispositivos (voz, texto, mensajería instantánea y correo electrónico), utilizando una única plataforma que funciona en cualquier dispositivo.

Una solución de software de telefonía virtual permite a las empresas ofrecer soporte al cliente a través de un conjunto de capacidades mucho más rico y variado en funciones, como enrutamiento de llamadas, respuestas de voz interactiva y análisis para rastrear la productividad del usuario, así como los indicadores clave de rendimiento o KPI.

Respecto a la telefonía tradicional, las diferencias son abismales en muchos aspectos.

Basta con mencionar las siguientes en favor de los sistemas telefónicos virtuales:

- Experiencia del cliente mejorada, mucho más eficiente y personalizada.
- Integración de software sin perder las características del call center, como enrutamiento de llamadas, IVR, correo de voz y susurro de llamadas.
- Costo-eficiencia mejorados respecto a un esquema tradicional.
- Funcionalidad y flexibilidad de los equipos en pro de una mejor colaboración interna.

A continuación, hablaremos de las métricas más importantes en la gestión de equipos que utilizan el canal telefónico para contactar clientes o potenciales clientes.

Capítulo 2

Métricas de éxito para la gestión de equipos

Capítulo 2

Métricas de éxito para la gestión de equipos

En lo que al canal telefónico se refiere, existen métricas de mayor importancia de acuerdo con el tipo de equipo que quieres evaluar. Dichas métricas esenciales están enfocadas en que los equipos aprovechen mejor la información del cliente en lo que respecta a:

- Canales de comunicación preferidos
- Seguimiento de llamadas
- Entrenamiento de llamadas
- Análisis contextual para las llamadas
- Ajustes de los menús de voz al instante

En general, las métricas que mencionaremos brevemente están enfocadas en analizar y garantizar, con el debido cuidado de los equipos, una experiencia de cliente de alta calidad.

Para ello, lo ideal es categorizarlos en tres grupos:

1. KPI para equipos de soporte
2. KPI para equipos de ventas
3. KPI para equipos de servicio al cliente

Para los **equipos de soporte** recomendamos que monitoreen las siguientes métricas:

- Tiempo invertido en el teléfono
- Llamadas respondidas
- Llamadas respondidas en un periodo definido
- Tiempo de espera promedio
- Llamadas perdidas
- Tiempo promedio para devolver una llamada perdida

Para los **equipos de ventas** recomendamos que monitoreen las siguientes métricas:

- Tasa de conversión
- Duración promedio de las llamadas
- Velocidad promedio de respuesta

Para los **equipos de servicio al cliente** recomendamos que monitoreen las siguientes métricas:

- Resolución desde la primera llamada
- Porcentaje de llamadas perdidas que conducen a un correo de voz
- Tiempo promedio en cola de la llamada
- Frecuencia de llamadas del cliente

Importancia de las métricas de rendimiento al usar el canal telefónico

[Cuando se analizan en conjunto estas métricas](#) resulta más amplia y objetiva la visión panorámica del desempeño y rendimiento de los equipos del call center. Hay que mencionar que, en adición a estas métricas, puedes agregar las que consideres necesarias de acuerdo con el tipo de empresa y tu experiencia como líder.

Así pues, estas métricas y otras mucho más específicas son esenciales para medir la calidad de tu canal telefónico, con el fin de encaminarlo hacia una mejor operación.

Los datos son la vida de las empresas, ya que son los únicos que pueden darte una idea concreta de lo que están haciendo bien tus representantes cada vez que responden una llamada: si lo hacen de manera oportuna y su desempeño tiene un impacto positivo en tu negocio.

Asimismo te ayudarán a identificar las áreas de oportunidad una vez hecho un análisis pormenorizado, el cual es esencial para todo líder. Identificar estas áreas susceptibles a mejoras es el primer paso para implementar una estrategia acorde con las necesidades de la empresa y las capacidades de los equipos.

En concordancia con los tiempos de implementación tecnológica en las empresas, un sistema telefónico virtual se ha convertido en una de las opciones más eficientes.

Con ayuda del software correcto, bastan algunos segundos para obtener las métricas indicadas en el panel de control para proceder con un análisis riguroso.

Además de ser vitales para una operación de calidad, las métricas del rendimiento del canal telefónico son una buena manera de inspirar satisfacción laboral entre los empleados. No olvides que la métrica más importante de todas es esta: satisfacción del empleado.

La satisfacción impacta directamente en el rendimiento. Recuerda que un empleado satisfecho siempre será más eficiente que uno que no lo está.

Además de que esto reduce la tasa de rotación. Mantener contentos a tus agentes en su entorno de trabajo es, además de la clave para evitar una alta rotación, uno de los objetivos primordiales de un buen líder de equipo. **La moral de los empleados, desde una perspectiva más amplia, es el factor clave para tener un centro de llamadas próspero y exitoso.**



Capítulo 3

Rendimiento de los agentes en las llamadas

Capítulo 3

Rendimiento de los agentes en las llamadas

En un equipo exitoso debe haber balance entre la satisfacción y el rendimiento. Por un lado, la satisfacción apela a aspectos subjetivos y cualitativos, mientras que el rendimiento se mide en términos cuantitativos y objetivos, de ser posible.

Para mejorar el rendimiento de los agentes hay que tener presente que este se verá afectado por su nivel de satisfacción. Como líder o gerente, ten en cuenta esta relación para mantener a tus colaboradores inspirados.

En el capítulo anterior analizamos las métricas globales que describen el funcionamiento del canal telefónico en relación con su desempeño. Adicionalmente, es necesario seguir y evaluar las acciones de cada uno de los operadores telefónicos de este grupo de trabajo para tener una perspectiva precisa y exacta de lo que ocurre en cada llamada.

Es por esto que existen diversos métodos y métricas indispensables para obtener la información necesaria y mejorar el desempeño de cada agente o representante de call center, con lo cual se enriquece el servicio al cliente.

A los principales indicadores que expresan el rendimiento de los agentes de call center se les conoce como Tiempo Medio Operativo o Average Handle Time y son:

- 1. Tiempo total de conversación o tiempo ACD:** para obtener este dato basta medir el tiempo que el agente telefónico dedica a una llamada.
- 2. Tiempo total de espera o hold:** indica el tiempo de espera de una llamada hasta que es atendida por un agente.
- 3. Total de tareas después de la llamada o After Call Work (ACW):** este indicador mide el número de acciones que debe realizar el operador después de haber concluido la llamada. Por ejemplo, mandar un correo electrónico de seguimiento o canalizar la atención con otra área de la empresa.
- 4. Tiempo RING:** es el tiempo de espera para contestar una llamada telefónica.
- 5. Número total de llamadas:** expresa la cantidad de llamadas que atiende un operador telefónico que son consideradas para conocer su tiempo medio de operación.

Gracias a estos valores es posible calcular el [Tiempo Medio Operativo o Average Handle Time \(AHT\)](#) mediante una fórmula sencilla:

$$\text{AHT} = \frac{(\text{RING} + \text{ACD} + \text{HOLD} + \text{ACW})}{\text{Número total de llamadas}}$$

HubSpot

Para interpretar este resultado se debe considerar que las cantidades más altas expresan un mayor tiempo y costo en la relación de llamadas de un operador, por lo que los resultados menores son sinónimos de eficiencia y eficacia operativa.

Considera estos números provistos por [Call Center Helper](#) para hacerte una idea: 70 a 75% de las llamadas deberían terminar en una resolución y 75 a 90% de las llamadas deben estar catalogadas como «de calidad» por un supervisor.

Otro de los factores que debes tener en cuenta para asegurar un rendimiento positivo por parte de los operadores telefónicos es el conocimiento de una etiqueta telefónica, la cual les permitirá ofrecer un servicio de calidad óptimo a cada cliente, tal como veremos a continuación.

Etiqueta telefónica

[El protocolo de respuesta en una llamada telefónica](#) nos ayudará a garantizar la mejor respuesta por parte del agente de atención al cliente. Aunque cada organización podría precisar normas y reglas específicas de acuerdo con el tipo de llamada recibida, ya sea para generar una venta, proporcionar atención en el proceso de servicio al cliente u otorgar un seguimiento posventa, existen diversas recomendaciones que se deben obedecer al pie de la letra como parte de un servicio de calidad integral.

Estas normas son conocidas como etiqueta telefónica, entre las cuales podemos destacar:

1. Contestar lo antes posible. Sobre todo se debe contestar antes de que el teléfono suene 3 veces. Un mayor tiempo de respuesta por parte del operador aumenta la medición en el tiempo de espera de una llamada, además de que produce insatisfacción en el cliente al punto de abortar el contacto telefónico.

2. Realizar una presentación efectiva. El cliente debe conocer el nombre y cargo de la persona con la que está hablando. También es indispensable realizar esta introducción con cortesía, amabilidad y respeto.

3. Cuidar la dicción y tono de voz. A primera vista parece evidente, pero siempre es oportuno recordarlo. En una llamada telefónica, la voz humana es el único medio de comunicación, por lo que se debe procurar una emisión clara y precisa. Cada sílaba tiene su propio tiempo y espacio de articulación. Adicionalmente, un buen tono de voz será clave para mejorar la experiencia de usuario durante la interacción en la llamada.

4. Escuchar todo lo que el cliente tiene que decir. El cliente es consciente de su problemática y requiere atención y comprensión para solucionar su situación. La escucha activa es una herramienta que permitirá que el agente reciba la información por parte del cliente de una manera orgánica y empática.

5. Llevar un registro pormenorizado. De esta manera se podrán percibir los detalles más importantes sin dejar ningún aspecto de lado. Al mismo tiempo, llevar un registro de esta información por medio de notas ayudará a definir el tipo de respuesta que se debe ofrecer como solución.

6. Sonreír. A pesar de que el interlocutor no puede ver al operador telefónico, el cliente tiene la capacidad de percibir el estado anímico por medio de la escucha. Sonreír durante la llamada telefónica modificará el tono y ánimo del operador telefónico, por lo que dará una respuesta positiva en el cliente.

7. Moderar el vocabulario. Un lenguaje apropiado cuida el uso de expresiones y jergas cotidianas que entorpecen una relación profesional durante la conversación telefónica. El operador telefónico debe evitar también tomar atribuciones innecesarias como el de contar chistes o hacer bromas, pues esto daña el canal de comunicación con el cliente.

8. Vigilar las emociones. En función del área de atención, así como de los tópicos que estén establecidos como causa del contacto telefónico, el cliente puede manifestar emociones muy intensas durante la conversación que pueden modificar su discurso verbal, así como la relación inmediata con el operador telefónico. Recuerda que el área de atención al cliente debe ser capaz de manejar estas situaciones con base en una respuesta efectiva. En este sentido, la empatía es una cualidad fundamental para entender y manejar positivamente las emociones del cliente.

9. Responder los mensajes pendientes. En función de la dinámica de contacto establecida por la organización, es posible que el cliente tenga la opción de dejar un mensaje en el buzón de voz, o bien mediante un correo electrónico, para establecer contacto y solicitar una solución inmediata. Aunque esta respuesta depende, por lo general, de la carga de trabajo y el horario laboral de cada agente, se deben implementar las medidas necesarias para asegurar la respuesta oportuna a las consultas realizadas por este medio. De este modo se asegura la eficiencia no solo en la capacidad de respuesta del agente, sino de todo el canal telefónico de la compañía.

10. Canalizar a la siguiente fase de atención. Existen casos en que la respuesta a la problemática del cliente requiere ser canalizada o transferida a otro especialista de la compañía. Es importante comunicar la situación al cliente, además de que se debe buscar generar el menor tiempo posible de espera durante la llamada.

Este decálogo incluye los aspectos básicos que deben ser cubiertos por cada uno de los miembros del equipo de trabajo que conforman el canal telefónico. Sin embargo, estas pueden no ser las únicas reglas que entren en juego en el proceso de atención al cliente, las cuales dependen directamente del giro comercial y especificaciones de cada negocio.

Claves para mejorar sus funciones

Ante todo, se tiene que entender cuáles son [las funciones que un operador telefónico](#) debe cubrir de acuerdo con su puesto de trabajo. Dichas funciones impactan directamente en el desempeño del canal telefónico como área de la empresa. En atención al desempeño individual de cada representante te presentamos las siguientes acciones que ayudarán a disminuir su promedio de Tiempo Medio Operativo o Average Handle Time, con lo que mejorarán sus tiempos de respuesta y la calidad de servicio con el cliente.

1. Implementa el software que necesitas. El uso del software adecuado para el seguimiento y recopilación de datos del cliente, además de la capacitación oportuna para su manejo, es una pieza clave para que los miembros del equipo comercial o de atención al cliente puedan realizar el mejor trabajo.

2. Diseña guiones de respuesta frecuentes. Utiliza la experiencia que tienes gracias a las llamadas telefónicas que se atienden diariamente y escribe un guion de respuestas y argumentaciones frecuentes. De este modo el equipo no solo sabrá responder, sino también tendrá la oportunidad de conocer con antelación lo que el cliente quiere.

3. Monitorea el desempeño de tu equipo. Puedes grabar o rastrear el contenido de una llamada telefónica en tiempo real; de este modo podrás saber cuáles son las fortalezas y debilidades del agente para tomar las medidas necesarias con el fin de mejorar su desempeño.

4. Genera materiales de capacitación. En este sentido, genera libros electrónicos, presentaciones y manuales donde sea fácil entender la información que los miembros del equipo transmitirán a los clientes mediante la llamada telefónica. Si lo consideras necesario, puedes realizar dinámicas de capacitación individual y conjunta.

5. Incentiva el buen desempeño. Reconoce y recompensa las buenas prácticas laborales de los agentes a tu cargo. Bázate en las métricas disponibles para distinguir a aquellos colaboradores que por lo general mantienen una buena respuesta en sus tareas cotidianas e incentiva medidas individuales con la finalidad de mejorar el rendimiento de los teleoperadores con menor índice de éxito.

Ya que hemos visto cómo monitorear y mejorar el desempeño de los agentes, hablaremos del software especializado que puede ayudar a tus equipos a superar sus expectativas.

Capítulo 4

Software de telefonía virtual empresarial

Capítulo 4

Software de telefonía virtual empresarial

El primer reto que enfrentan los líderes de equipo que utilizan el canal telefónico es contar con las herramientas necesarias para realizar su trabajo.

No importa en qué actividad comercial se especialice tu empresa, los equipos de ventas, atención y servicio al cliente dependen de los datos precisos para realizar un mejor trabajo. De ahí que una de las herramientas más importantes sea el software de telefonía virtual empresarial.

Con ayuda del software que mejor se adapte a tu empresa será más fácil realizar, desde un mismo lugar, un registro claro y puntual del desempeño del canal telefónico, análisis de métricas y reportes.

Por supuesto que un registro mediante las hojas de cálculo tradicionales permite realizar las anotaciones y cálculos pertinentes. Sin embargo, esta tarea puede resultar tediosa y absorbente por la cantidad, a partir de cierto punto.



Por estas razones es altamente recomendable el uso de software especializado. Por ejemplo, el uso de un software como [Aircall](#), que permite la implementación de un ecosistema de voz, es decir, «un sistema interconectado de herramientas digitales que funciona a la perfección con un sistema telefónico basado en la nube, de modo que los agentes de ventas y soporte pueden aprovechar cualquier herramienta que necesiten desde una fuente central».

Una de las ventajas de Aircall es la integración con el CRM de HubSpot, lo que la convierte en «una herramienta poderosa que elimina rápidamente los puntos débiles de acceder a los datos del cliente», además de que, como señala [el sitio oficial de Aircall](#), el «CRM brinda un valor aún mayor cuando se incorpora a un ecosistema de voz, porque obtiene una mayor funcionalidad y capacidad al vincular los dos».

Además de las ventajas que representa HubSpot, en este caso [el análisis de conversaciones](#) es la funcionalidad indicada para capacitar y mejorar el rendimiento de tu equipo, ya que cuenta con un poderoso algoritmo que permite integrar la información de las llamadas a través de notas, métricas y otras opciones.

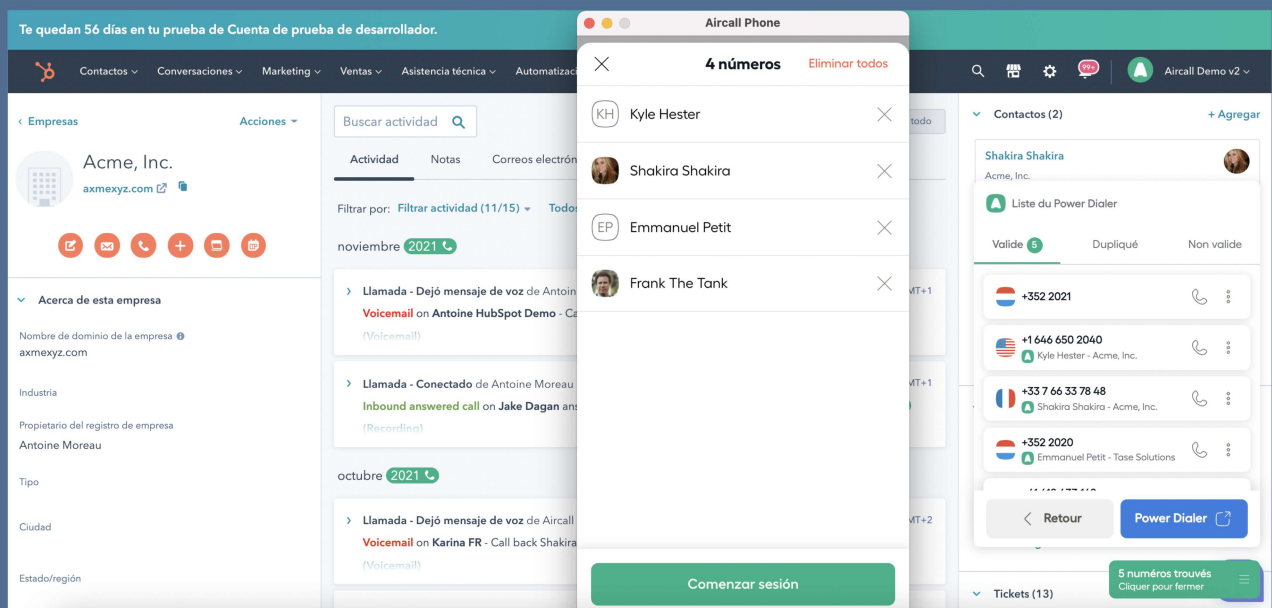


Conclusión

Descubre la integración de HubSpot con Aircall

Aircall es la solución de telefonía en la nube para las empresas modernas. Nuestra aplicación ha sido diseñada para integrarse perfectamente con HubSpot en solo unos clicks y hacer que tu herramienta sea aún más eficiente.

Descubre por qué Aircall es la solución de telefonía más instalada en el Marketplace de HubSpot y por qué nuestros clientes eligen esta integración y para mejorar la productividad de sus equipos de ventas y atención al cliente.



Aircall se integra con estas funcionalidades de HubSpot

CRM:

- Actividad del contacto
- Negocio
- Panel de informes

Ventas:

- Informes personalizados
- Llamadas
- Negocios
- Registros de empresa

Servicios:

- Asistencia técnica telefónica
- Calling
- Tickets

Registra todas las llamadas y la información relacionada.
Desencadena Flujos de Trabajo
Optimiza las llamadas salientes.
Personaliza las conversaciones.

[Más información](#)