

Comunicaciones unificadas

Tendencias, desafíos y el factor presencia

Diversos son los escenarios que enfrentan las organizaciones en la actualidad, como consecuencia del sostenido desarrollo de las tecnologías. Uno de ellos se vincula con la forma en que nos estamos relacionando. En efecto, la voz dejó de ser la principal manera en que nos comunicamos e intercambiamos información. Herramientas como el correo electrónico, chat y video pasaron a ocupar un lugar importante dentro de las empresas. Es así como hoy podemos cerrar un negocio, tomar una decisión o transmitir algo sin necesidad de levantar el teléfono. Basta con echar mano a una diversidad de otras aplicaciones disponibles.

Asimismo, el trabajo se ha transformado en algo colaborativo. Esto se traduce en que áreas o unidades que antiguamente eran disímiles dentro de una compañía ahora están obligadas a laborar en conjunto. Tal es el caso, por ejemplo, de lo que sucede con tecnología y finanzas, comercial y finanzas, y/o tecnología y comercial.

Por su parte, los tiempos de respuesta han cambiado. Hoy esto es muy notorio principalmente en las generaciones más jóvenes, segmento en donde la necesidad de tener respuestas rápidas es muy alta y en donde el factor de la auto expresión juega un rol relevante.

Otro aspecto tiene que ver con el balance de la vida y el trabajo. Si antiguamente existía una clara división entre esos ámbitos, hoy están tan mezclados que es muy difícil separarlos, siendo casi imposible desconectarse.

Frente a esta nueva realidad, que cada vez se hace notar con más fuerza, las or-

ganizaciones conectadas deben enfrentar cinco importantes desafíos como son: la capacidad de escuchar, agilidad, entrega de respuestas rápidas, mayor organización y confiabilidad.

Sin embargo, de lo anterior surgen algunas contradicciones como, por ejemplo, que una empresa sea ágil y confiable a la vez, o que dé respuestas rápidas y que, al mismo tiempo, sea organizada, etc.

Por este motivo, es importante facilitar la forma en que las personas se comunican y de esa manera dar respuesta a esos retos. Tomar las comunicaciones y alinearlas a las necesidades del negocio es lo que proponen las comunicaciones unificadas que, dicho sea de paso, llegaron para quedarse.

Presencia: El nuevo director de orquesta de las comunicaciones

Y es, justamente, en este contexto donde la presencia emerge como pieza clave dentro de este rompecabezas. Dicho término se alza como un verdadero director de orquesta de las comunicaciones de un negocio, definiendo el más adecuado medio por el cual una persona se comunica con otra en un momento determinado del día. Es decir, mediante ella podremos saber si la mejor vía para



Por Cristián Cáceres, Gerente de Negocios de Grupo Teknos.

contactar a alguien de nuestra organización estará dada por la mensajería instantánea, videoconferencia, correo, chat u otra aplicación de la que disponemos. Dicho de otra forma, su papel es similar a la de un semáforo que a través de sus luces nos indica la mejor vía para contactar a alguien.

No obstante, para que lo anterior sea una realidad y funcione de manera óptima es fundamental contar con el apoyo de especialistas que no sólo sepan de tecnologías y comunicaciones, sino que también conozcan las necesidades de la empresa y su negocio, de tal manera que puedan proveer una solución adecuada y acorde a su realidad, con una mirada de largo plazo y buscando siempre el mayor beneficio para el cliente.

Mayor información en www.teknos.cl/sitio/index.php/2011/06/28/teknos-en-cnn-chile/ ●

