

La gestión omnicanal, clave para transformar la atención al cliente

Noticias 24hs | 01-06-2026 | 16:34



La relación con los clientes se ha convertido en uno de los grandes retos estratégicos para las empresas. En un mercado cada vez más competitivo, ya no basta con ofrecer un buen producto o servicio: los consumidores esperan respuestas rápidas, personalizadas y coherentes, independientemente del canal que utilicen para contactar con una marca.

Teléfono, correo electrónico, chat, redes sociales, mensajería instantánea o formularios web forman parte ya del día a día de cualquier servicio de atención al cliente. El problema aparece cuando todos estos canales funcionan de manera separada. La información se dispersa, los tiempos de respuesta aumentan y la experiencia del cliente se resiente.

Por este motivo, contar con una solución omnicanal se ha vuelto imprescindible. Este tipo de herramientas permite gestionar todas las interacciones desde una única plataforma, ofreciendo a los equipos una visión completa del cliente y de su historial de contacto. Así, cada agente puede responder con más precisión, evitar duplicidades y ofrecer una atención más ágil y eficaz.

En este contexto, Odigo se presenta como una solución especializada en la gestión de centros de contacto. Su plataforma permite a los centros de contacto y call centers centralizar todas sus relaciones con los clientes a través de una única interfaz, facilitando una gestión más ordenada, eficiente y orientada a la calidad del servicio.

La omnicanalidad no solo mejora la organización interna, sino que también refuerza la satisfacción del cliente. Cuando una persona contacta con una empresa, espera que esta conozca su caso, aunque cambie de canal. Una solución como Odigo ayuda a mantener esa continuidad, evitando que el cliente tenga que repetir la misma información en cada interacción.

Además, la evolución tecnológica está incorporando nuevas capacidades basadas en inteligencia artificial. Conceptos como agentic AI abren la puerta a sistemas más autónomos, capaces de asistir a los equipos, automatizar procesos y mejorar la toma de decisiones en la atención al cliente.

Esta transformación no sustituye el valor humano, sino que lo potencia. Los agentes pueden centrarse en consultas de mayor valor añadido, mientras la tecnología ayuda a clasificar solicitudes, priorizar casos y ofrecer respuestas más rápidas en procesos repetitivos.

En definitiva, la gestión de las relaciones con los clientes exige hoy herramientas preparadas para un entorno multicanal, dinámico y cada vez más exigente. Apostar por una solución omnicanal como Odigo permite mejorar la experiencia del cliente, optimizar el trabajo de los equipos y convertir el servicio de atención en un verdadero factor de diferenciación empresarial.

Autor: Redacción