

BAC Credomatic

Los bots de autoservicio y los agentes en vivo se unen para ofrecer al cliente experiencias excepcionales



SOLUCIONES ALVARIA

Alvaria CXP™

Alvaria Cloud Workforce™

Aspect® Unified IP®

Los clientes de todo el mundo están adoptando los canales digitales y cada vez se sienten más cómodos conversando con asistentes automatizados. Esto ofrece a las organizaciones nuevas oportunidades para brindar mejores experiencias al cliente, así como para lograr ahorros significativos en los costos, a través de la automatización. BAC Credomatic desarrolló una serie de bots en múltiples canales de autoservicio, los cuales ayudan a respaldar mejores experiencias en línea para cobranza, banca en línea, préstamos y más. BAC también utiliza herramientas flexibles de programación de horarios y automatización para garantizar que los agentes adecuados

estén disponibles para ayudar a los clientes con problemas más complejos y que requieren de la interacción humana.

Sobre BAC Credomatic

Con sede en Costa Rica y más de 20,000 empleados que atienden las necesidades financieras de los clientes en Centroamérica, BAC Credomatic se enorgullece de cultivar relaciones duraderas y leales con sus clientes a través de productos y servicios sostenibles y digitales. Galardonado como el Mejor Banco Mundial de Costa Rica por Global Finance en 2020, BAC también obtuvo el reconocimiento de la Revista Investor por su Excelencia en Transformación Digital, nombrándolo también el Mejor Banco Sostenible y Banco del Año en América Latina.

El Desafío: Abordar la Necesidad de Autoservicio en Cobranza

BAC Credomatic reconoció que para ofrecer mejores experiencias al cliente y al mismo tiempo mejorar las operaciones de cobranza, era necesario ofrecer experiencias digitales a sus clientes. Si bien ya ofrecían asistencia en vivo a través de voz, correo electrónico y SMS, los clientes estaban interesados en comunicarse con BAC a través de canales adicionales y deseaban contar con autoservicio. Otro desafío fue que muchos clientes deseaban completar transacciones fuera del horario comercial del centro de contacto y no podían comunicarse con un agente en vivo.

BAC siguió un enfoque de “tres pilares” para desarrollar experiencias de autoservicio:

SIMPLICIDAD

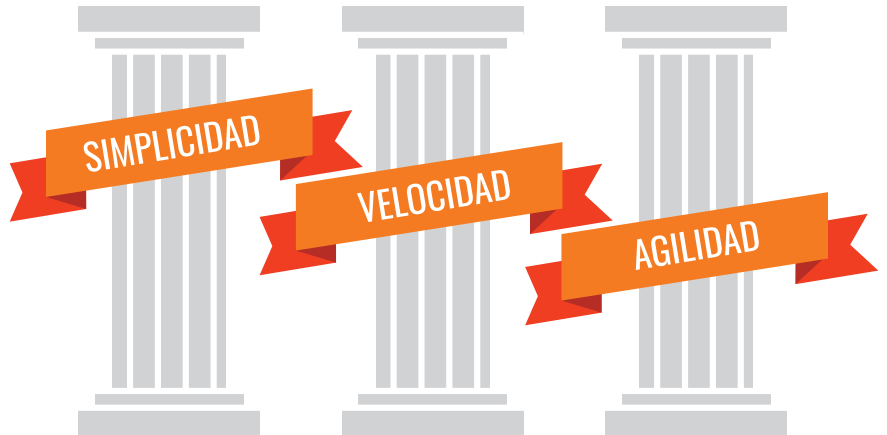
Las tareas más complejas suelen ser mejor manejadas por los agentes en vivo. Sin embargo, al simplificar las tareas a través del autoservicio, el escalamiento para asistencia en vivo será menos necesario. Además, al facilitar el autoservicio para los clientes, es más probable que estos tengan experiencias favorables y utilicen esos canales nuevamente.

VELOCIDAD

Los canales de autoservicio son más efectivos cuando los clientes pueden realizar una tarea rápidamente. BAC Credomatic se esfuerza por diseñar bots que puedan identificar rápidamente qué tarea debe realizarse y garantizar que los clientes puedan completarla con la mayor precisión posible.

AGILIDAD

Para mejorar continuamente sus experiencias de cliente, BAC Credomatic diseña sus bots para ser ágiles y para adaptarse rápidamente a los cambios. Esto le permite: anticipar las necesidades de sus clientes, y aprovechar las oportunidades para ofrecer un mejor servicio y sin demoras.



Solución de Autoservicio: Bots que Permiten Ofrecer Experiencias Digitales Excepcionales

Alvaria CXP™ permitió a BAC Credomatic desarrollar una estrategia integral de autoservicio para apoyar las actividades de cobranza. Cada mes, evalúan el riesgo de morosidad para cada cuenta y determinan qué regulaciones deben aplicarse a cada una. Después se determina el mejor canal para llegar a cada cliente (SMS o correo electrónico) y las notificaciones se envían a través del Agente Virtual de Cobranza. Los clientes pueden responder a las notificaciones completando un proceso de autenticación y visualizando la información de su cuenta. Los clientes pueden tomar medidas, incluida la capacidad de ofrecer una “promesa de pago”, y cada actividad se registra dentro de un sistema CRM. BAC Credomatic puede monitorear una variedad de métricas, tales como causas de la morosidad, cantidades de las promesas de pago y tasas de fidelización del canal.

BAC enmarcó su administración de bots en torno a 4 métricas clave:



INTERACCIONES

El cliente abre una conversación con un bot



VERIFICACIONES DE ID

El cliente valida su identidad



CUMPLIMIENTO DE LA META

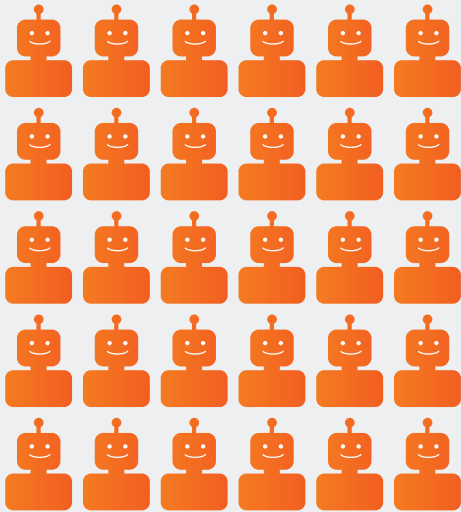
Cada bot se crea con un Objetivo específico



SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Se les pide a los clientes que califiquen la experiencia

Después de tener éxito inicialmente en el desarrollo de opciones de autoservicio para cobranza, BAC Credomatic desarrolló más de 30 bots que soportan 11 servicios diferentes:



Renovaciones de tarjetas de débito / crédito
Préstamos personales y de automóviles
Hipotecas
Encuestas de clientes
Preguntas frecuentes sobre COVID-19
Peaje de pase rápido
Banca por internet paso a paso
Recursos Humanos
Límite de crédito
Cobranza
Tarjetas Adicionales

Resultados del Servicio

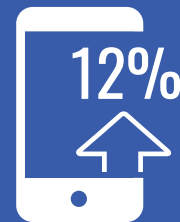
Los clientes estaban ansiosos por aprovechar las opciones de autoservicio de BAC Credomatic, y ahora el 30% de las interacciones se completan fuera de las horas de servicio del centro de contacto. Además, sus cobranzas digitales han aumentado en un 12%.



Mayor eficiencia en las interacciones de autoservicio



de interacciones completadas fuera del Horario de Servicio



Incremento en cobranza digital



“Esto nos proporciona un conjunto estándar de métricas para comparar nuestros más de 30 chatbots sin tener en cuenta su tipo de función. Otras métricas a las que damos seguimiento, y que utilizamos para profundizar nuestra comprensión del trayecto de nuestros clientes, son el Tiempo para la Completación de Objetivos, el Tiempo de Verificación y el Tiempo Total de Interacción.”

– Tomás Odio, Gerente de Servicios Compartidos, BAC Credomatic

Solución para la Fuerza de Trabajo: Flexibles Herramientas para Programación de Horarios que Ayudan a Empoderar a los Agentes

Si bien BAC Credomatic es líder en ofrecer excepcionales opciones de autoservicio a sus clientes, su espíritu de mejora continua también se aplica a los agentes de asistencia en vivo. Por esa razón, BAC adoptó Alvaria Cloud Workforce™ para ayudar a mejorar las experiencias tanto de clientes, como de agentes. En la actualidad, BAC utiliza Alvaria Cloud Workforce para ofrecer a sus agente opciones flexibles para la programación de horarios, lo cual les permite tomar el control de esto y al mismo tiempo agilizar el proceso de programación.

Resultados en la Administración de la Fuerza de Trabajo

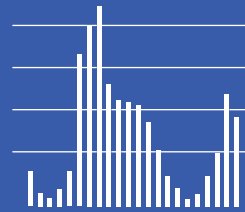
El rediseño de su proceso de programación de horarios lo ha hecho un 60% más rápido de lo que era originalmente. BAC Credomatic también utiliza herramientas de pronóstico multicanal, lo que ha mejorado drásticamente sus estimaciones para los volúmenes de contactos inbound y les ha ayudado a garantizar que los agentes correctos y con las habilidades necesarias, estén disponibles para manejar las consultas en el momento adecuado.



Mayor empoderamiento y autonomía del agente

≡ 60%

Programación de horarios más rápida y eficiente



Mejoras en la precisión de la predicción multicanal



“Es emocionante trabajar con una organización como BAC Credomatic que comparte nuestra creencia de hacer un uso óptimo de todos los canales de servicio al cliente disponibles, y de la manera más progresista posible. Cuando las circunstancias imprevistas que rodeaban al COVID-19 requirieron de una mayor dependencia de las interacciones digitales y mayor flexibilidad de la fuerza de trabajo, BAC tuvo las soluciones para enfrentar fácilmente este desafío.”

– Michael Harris, CMO, Alvaria

Acerca de Alvaria™

Alvaria es el líder mundial en soluciones de experiencia del cliente (CX) y la gestión del compromiso de la fuerza de trabajo (WEM) a escala enterprise. Nuestro nombre deriva del latín para la palabra “colmenas”, la forma perfecta de la naturaleza durante millones de años, brindándole soluciones escalables, resistentes y seguras, con eficiencia, rapidez y precisión. ALVARIA. Reshaping Customer Experience™. Para obtener más información, vea www.alvaria.com/es. Siga a Aspect en Twitter en [@Alvaria_Inc](https://twitter.com/Alvaria_Inc). #ReshapingCX

