

Estudo de Caso

Banco eleva taxa de fechamento em 35%, Satisfação a 85% com Solução de Colaboração

O lema do Bankinter é: “Se você acha que todos os bancos são iguais, nós gostaríamos de conhecê-lo”. O banco desenvolve continuamente novas tecnologias para oferecer serviços inovadores aos seus clientes. Em outubro de 2007, o Bankinter lançou um serviço de videochamada que os clientes podem utilizar clicando em um link no website do banco. O serviço, baseado no software Spontania Unified Communications (UC) da Dialcom Network, avança a infra-estrutura da central de atendimento preexistente do Bankinter para evitar interrupções e reduzir o investimento necessário.

A resposta dos clientes tem sido muito positiva – nos primeiros 6 meses, o banco completou por volta de 30.000 videochamadas com clientes. Aproximadamente 25% das chamadas resultaram em vendas, comparado a 18%, dos canais existentes. Nos primeiros 6 meses, o novo canal de videochamada gerou uma receita que excedeu a expectativa do banco e tornou-se uma significativa fonte de lucro.

Bankinter

O quarto maior banco online da Europa

Bankinter é atualmente o quarto maior banco online da Europa, e o sexto maior banco da Espanha, com um total de ativos de €46 bilhões. O banco tinha uma receita bruta, em 2007, de €484 milhões, um aumento de 53% comparado ao ano anterior. Mais de 60% dos clientes ativos do banco usam o site do banco na Internet e 66% das transações são feitas atualmente através de canais remotos. 55% das transações são feitas através da Internet, e 5%, via celular.

Bankinter é um banco verdadeiramente multicanal, já que todas as transações de clientes, independente do canal, são processadas através da mesma plataforma de tecnologia de informação. O conflito de canais é eliminado através do fornecimento de crédito às agências por compras feitas por seus clientes independente do canal utilizado. “Nossa proposição de valor tem sido muito bem recebida pelos nossos clientes através dos anos e tem transformado o banco”, disse Jorge Andreo, Gerente do projeto Inovação, que capitaneou a iniciativa da videochamada.

Iniciativa da Videochamada

Apesar de seu sucesso, Bankinter explora continuamente novas tecnologias que têm o potencial de aprimorar a experiência de seus clientes e sua própria eficiência. Em 2005, o banco lançou um projeto para instalar os serviços de telefonia do protocolo (VoIP), voice over Internet, internamente. Ao mesmo tempo, a empresa pesquisou o uso de videoconferência para se comunicar com os clientes. A empresa criou grupos de foco para obter reações de clientes e aprimorar a proposição de valor. A idéia básica era alavancar a capacidade UC para agregar valor ao maior canal do banco para a interação com o cliente, que é a Internet.

“Queríamos combinar a eficiência em comunicações da Internet com a habilidade de obter informação adicional de uma pessoa real sempre que necessário”, Andreo disse. “Queríamos ter certeza de ter a pessoa certa no banco para lidar com os problema dos clientes no momento em que eles precisam de ajuda. Finalmente, queríamos utilizar o novo canal de videoconferência para enriquecer a comunicação com o cliente através de um compartilhamento de uma aplicação de áudio e vídeo e controle remoto do computador quando necessário”.

A intenção era que a implementação fosse transparente, tanto para clientes quanto para os funcionários do banco responsáveis pelo fornecimento do serviço. Para cumprir os objetivos do banco, a solução tinha que ser apresentada a funcionários em diferentes grupos de trabalho, incluindo vendas, atendimento ao cliente, suporte técnico, corretagem de ações, consultores financeiros, gerentes de carteira de ações, etc. Isso significa que tinha que ser muito fácil de usar para acelerar a sua adoção e minimizar os recursos necessários para a implementação e administração.

Selecionando a plataforma UC

O banco conduziu uma pesquisa mundial de potenciais fornecedores de tecnologia UC. Os principais critérios da seleção incluíam: 1) integração com o sistema de gerenciamento existente de atendimento ao consumidor (CRM), 2) integração com a web para oferecer acesso a um representante do banco especializado no serviço no qual o cliente está interessado, e 3) interoperabilidade com a mesa telefônica do banco e regras específicas de comércio de seu call center.

“Nossos testes mostraram que o Spontania, para a plataforma de centrais de atendimento, supriu nossas necessidades melhor que qualquer outra alternativa”, Andreo disse. “Acima de tudo, o Spontania funciona sempre, então ele oferece uma experiência positiva aos nossos clientes. O Spontania oferece um nível satisfatório de qualidade de voz, vídeo, e dados, mesmo com conexões lentas de Internet. O Spontania também se integra à nossa arquitetura existente total, incluindo o nosso (PBX), central telefônica privada, (ACD), distribuição automática de chamadas, (CTI), integração telefonia/computador, e sistemas CRM. A capacidade de integração do Spontania eliminaram tempo adicional e custo que teriam sido necessários para repor qualquer um destes sistemas.”

Estudo de Caso Bankinter

Como funciona o sistema de colaboração

O Bankinter elaborou a implementação para oferecer acesso ao serviço de videochamada de três formas. Botões são fornecidos para o suporte on-line de videochamada em páginas da web em que há a necessidade freqüente para a assistência ao cliente devido à complexidade do produto ou transação. Os pop-ups da videochamada são usados para fazer ofertas específicas para clientes específicos. O acesso padrão ao serviço de videochamada pode ser oferecido em outras situações, tanto a pedido do cliente quanto pela iniciativa do banco.

O serviço de videochamada funciona nas aplicações existentes de banking via telefone em call centers, seguindo um sistema normal de filas, distribuição de chamadas e regras de atendimento a clientes, que em grande parte simplificaram o processo de implementação. O sistema CRM garante que o cliente esteja conectado com o representante certo. Por exemplo, um botão na home page de depósitos direciona o cliente de private banking ao seu gerente de relacionamento, um cliente top do varejo, ao representante em seu departamento, e um cliente comum, ao call center que lida com a campanha de depósito. O serviço de videochamada funciona em apenas uma direção – do banco a seus clientes – para evitar quaisquer inconveniências a seus clientes, como mostrá-los vestindo seus pijamas.

O serviço de videochamada é muito simples para os clientes usarem. Ao selecionar a opção videochamada, um controle Active X é automaticamente instalado, que executa um teste multimídia e automaticamente configura o sound card do cliente. O processo de instalação todo leva menos de um minuto. Então a aplicação do cliente aparece na parte inferior da tela do cliente incluindo um vídeo do representante Bankinter e controles para chat de texto e volume. Quando o representante Bankinter desejar compartilhar uma aplicação ou enviar um arquivo, uma janela aparece no PC do cliente pedindo permissão para tal.

O funcionário Bankinter que aceitar uma videochamada, recebe dados do cliente na tela, incluindo o motivo da chamada. Os resultados da chamada são automaticamente salvos no histórico do cliente, incluindo o propósito, a duração, o call center e representante que atendeu a chamada, o local da chamada, se um produto foi vendido, etc. Esta informação é integrada à uma aplicação de business intelligence, que fornece a todos os funcionários do banco acesso a 15 estatísticas diferentes no canal de vídeo, incluindo resultados de uma pesquisa de satisfação de clientes.

O novo serviço de videochamada permite a qualquer visitante do website do banco se comunicar e colaborar através de um sistema inteligente de routing ao mesmo tempo em que dados do cliente em tempo real são fornecidos aos representantes do banco. O serviço alcança a proximidade e contato humano de um banco comercial físico sem forçar os clientes a visitar uma agência. A solução também oferece a possibilidade de compartilhar todos os tipos de documentos e co-browse com o cliente em tempo real.

Resultados excedem as expectativas

“Quando ele deu a aprovação para proceder com o serviço de videochamada, a administração do Bankinter estabeleceu objetivos numéricos para o número de interações com os clientes através deste novo canal, tais como a proporção de interações que produzem uma venda, redução do tempo e número de interações necessárias para produzir uma venda, etc.,” Andreo disse. “Os resultados após 6 meses excederam as expectativas.”

“O tempo necessário para uma videochamada é por volta do mesmo que uma chamada tradicional, mas a eficácia é muito maior, já que podemos colaborar em tempo real com nossos clientes,” Andreo disse. “A capacidade do vídeo ajuda a desenvolver um sentimento de confiança com os clientes, o que aumenta a taxa de fechamento e ajuda a resolver problemas que antes, poderiam apenas ser resolvidos pessoalmente. Isso não apenas economiza tempo de nossos funcionários, mas também dos clientes. Também acreditamos que o serviço de videochamada eliminou a necessidade de muitas visitas físicas aos locais do cliente”.

A aplicação Spontania reduziu o tempo de ciclo do processo comercial do Bankinter, neste caso, especificamente o processo de vendas. O dept. de solicitações de clientes contata um representante de vendas com informações detalhadas descrevendo o interesse do cliente. Isso elimina a necessidade de um longo processo de qualificação que era necessário no passado. O novo serviço de videochamada foi incluído nas pesquisas mensais de satisfação do cliente do Bankinter e resultados atuais mostram que 85% dos clientes estão satisfeitos com este serviço, o que é por volta de 10% mais alto que a taxa padrão dos serviços bancários.

“A taxa de adoção do novo serviço e tem sido muito rápida da parte de tanto os clientes quanto de funcionários,” Andreo concluiu. “Quase 30,000 videochamadas foram completadas durante o período inicial. A taxa de conversão de vendas foi quase uma vez e meia a taxa de alternativas similares que estavam disponíveis antes deste canal ser aberto. O volume de vendas fechadas através deste novo canal em seis meses já excedeu nosso investimento e tem crescido constantemente neste período”.