

Servicio al cliente

...una perspectiva de empresas aseguradoras estadounidenses.



The Four Legs of Shelter's Vision:

- 1: First and foremost, we sell insurance.
- 2: We are a service organization. Day in and day out we provide top notch service.
- 3: We support the communities we live in by being a good corporate citizen.
- 4: Our most important value is to do the right thing.

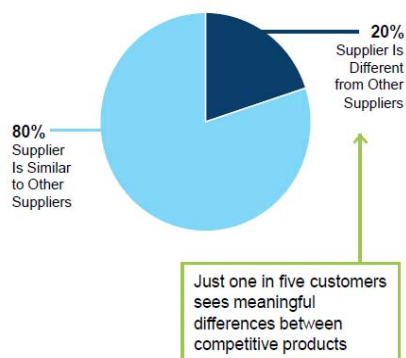


El **servicio al cliente** es el acto de atender las necesidades del cliente al brindar un **servicio** profesional, útil, de alta calidad y asistencia antes, durante y después de que se cumpla con los requisitos del **cliente**.



The Customer Retention Battleground

Few Reasons to Stay



n = 1,600 customers.
Source: CEB analysis.

- Atención al cliente de Gartner investigación Leadership Council
- Los productos competitivos son los mismos
- Los seguros no son ajenos a esta percepción
- Cuando el modelo de ventas es de eficacia probada y el foco está en la retención y el puntaje neto, las empresas exitosas se concentran en impulsar la lealtad.



Medición de lealtad del cliente

- *El cliente continúa utilizando nuestro producto*
- *El cliente compra más de nuestros productos*
- *El cliente habla bien de nosotros*

Lo que muchas empresas creen que conduce a la lealtad

- *Deleitar a los clientes aumentará la lealtad*
- *E.g.; tarjetas de cumpleaños, descuentos, complementos, etc.*

Lo que nos dice la investigación...

- *96% de los clientes con una interacción de alto esfuerzo en el servicio son más desleales, comparado con un 9% con interacciones de bajo esfuerzo*
- *67% de los clientes con una interacción de alto esfuerzo en el servicio no promoverán su compañía, comparado con un 4% con interacciones de bajo esfuerzo*



La verdadera prueba a la lealtad es cuando algo sale **mal**

- *Luego de la compra, ¿para qué lo contactan los clientes?*

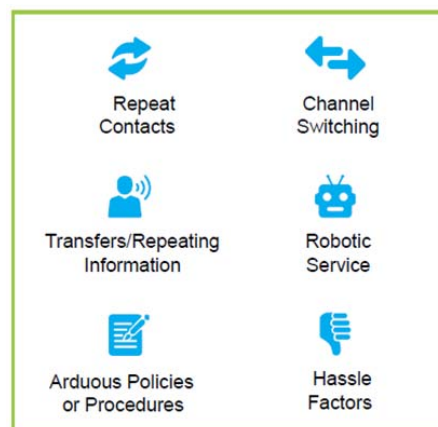


El término más comúnmente utilizado por los clientes cuando se les pregunta sobre el Centro de servicio

- Complicación
- *“Esto va a ser una complicación”*



¿Cuál es el problema?



Los clientes de hoy en día...

More Pain in the Portfolio

More persistent, complex or urgent service needs are managed by the contact center.

A Megaphone for Complaints

Social media amplifies the impact of service failures.

Higher Expectations

Customers expect more personalization, faster issue resolution, and always-on access.

- ✓ *quieren que sepa sus necesidades ~~cuando~~ antes de que llamen*
- ✓ *parecen tener infinitas maneras de hacer públicas sus quejas*
- ✓ *quieren resolución inmediata*



Construir lealtad con niveles bajos de esfuerzo

- 1) Foco en la resolución en la primera llamada**
- 2) Opciones autoservicios y operaciones multicanal**
- 3) Disponibilidad – esté ahí cuando lo precisan**
- 4) Mida desempeño e involucre a sus empleados**



Resolución a la primera llamada

Cree centros de servicio total

- Empodere a la primera línea
 - Agentes con licencia P&C
 - Sitio de referencia atención al cliente
- Aprovechamiento de la tecnología
 - Enrutamiento de llamadas efectivo
 - Reconocimiento de voz interactivo
 - Programas nativos & de telefonía integrada
 - Optimizar flujos y comunicación con el cliente



Customer Services

Claims Department Info Agents Scheduling and Stats

Customer Service Site

WE WILL SERVE OUR CUSTOMERS WITH EXCELLENCE, EXCEEDING EXPECTATIONS AT EVERY OPPORTUNITY.

FAQ

Links

- [Underwriting Roster](#)
- [Life Department Roster](#)
- [Home Office Resource Page](#)
- [Training Materials](#)
- [County Lookup](#)
- [Language Assistance & Hearing Impaired](#)
- [Timesheets](#)

Autoservicio y multicanal

- *Pagos autoservicio y First Notice of Loss (FNOL)*
- *Generación de documentos y consulta a través de la aplicación web y móvil*
- *Teléfono, web chat e email, Call Me Now, SMS, redes sociales, y capacidades call back*



Disponibilidad

- *Gestión de mano de obra e informes*
- *91% Nivel de servicio*
- *Mantiene un horario apropiado de operación (Centro de llamadas 120 horas / semana)*
- *Establece 24-7 acceso autoservicio para funciones integrales*
- *Redundancia/ reanudación de negocios*
- *Teléfono y voz web del cliente*



Mida desempeño e involucre a sus empleados

- *Establecer métricas de rendimiento clave*
- *Análisis de habla*
- *Utilice métricas para mejorar desempeño – avance profesional/Programación dinámica*
- *Control de calidad y rol de capacitación*

Compromiso de los empleados: los clientes saben cuándo su empleado solo está realizando los movimientos

Involucre a la gerencia

- *Escuche a los empleados*
- *Alinee a los representantes con las metas organizacionales*
- *Reconozca y motive la conducta apropiada*



Personal para un bajo esfuerzo del cliente

- ***Los centros de servicio deben ser muy autosuficientes***
- ***Función dedicada para analizar la carga de trabajo, la fuerza de trabajo y realizar tareas de programación***
- ***Enlaces con socios comerciales y tecnología***

Gerente de Tecnología y Soporte

Gestión y soporte técnico de telefonía, VR, control de calidad, grabación de llamadas, VOC y programas nativos

Coordinadores de Aseguramiento de Calidad y Capacitación

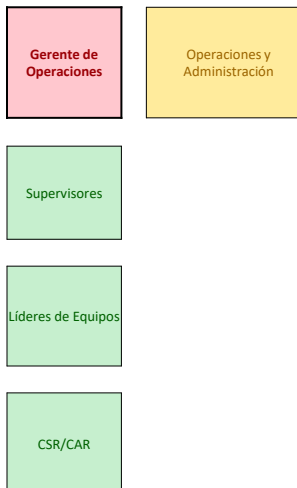
Especialistas en informes y optimización de la fuerza de trabajo

Analista de Negocios



Personal para un bajo esfuerzo del cliente

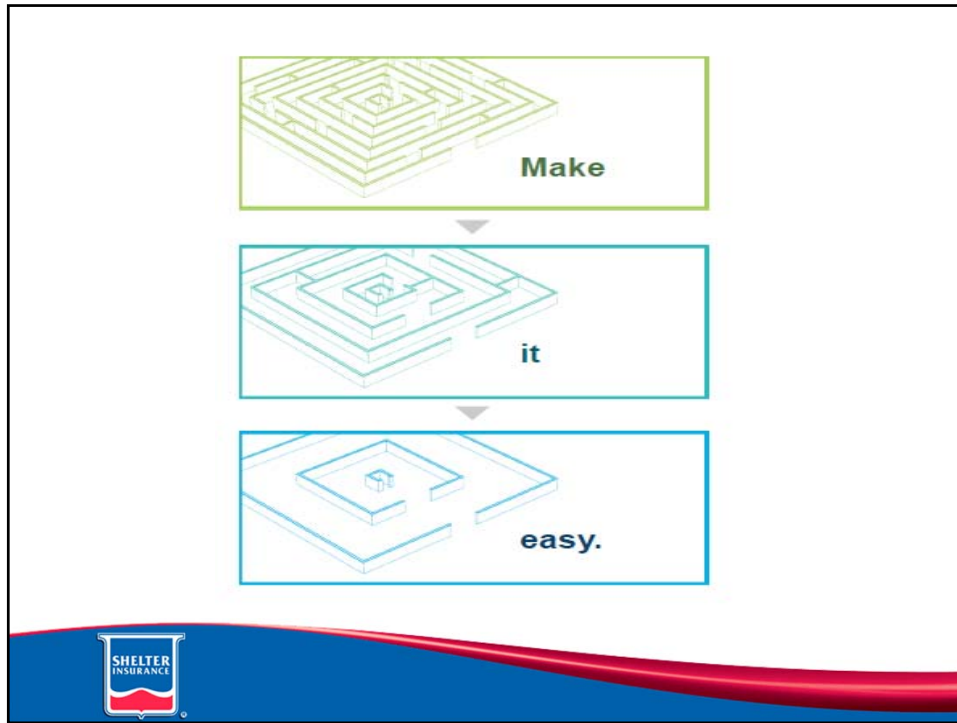
- *Las grandes ideas solo funcionan si se administran e implementan correctamente.*
- *Monitoreo de primera línea; gestión del rendimiento, adherencia al proceso, contratación y desarrollo profesional.*
- *Soporte de primera línea como expertos en la materia, capacitación y manejo de escalamiento.*
- *Servicio completo de P & C agentes que pueden satisfacer las necesidades de los clientes.*



Justificación del bajo esfuerzo

Software Interactivo de Reconocimiento de Voz (IVR)

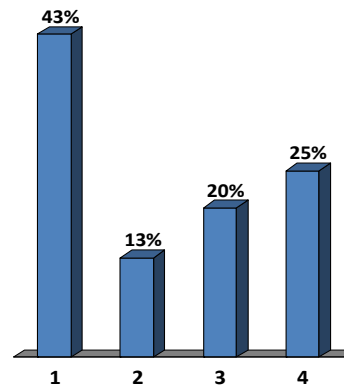
- *Permite opciones de autoservicio identificando al cliente y brindando acceso a la información y transacciones de la cuenta a través del teléfono.*
- **Los representantes del servicio al cliente manejaron más de 70.000 llamadas de pago en 2014.**
- **Shelter implementó la tecnología IVR en 2015.**
- **El cliente tiene la opción de hablar con un CSR o pagar a través del IVR.**
- ❖ *Los CSR manejaron 47.000 llamadas de pago en 2016 y hoy casi el 43% de nuestros pagos se renuevan a través del IVR con un ROI de \$ 600.000.*



¿Cuántas horas a la semana abre su centro de llamadas?

How many hours per week is your call center open?

1. **40 - 50 horas / 40 - 50 hours**
2. **50 - 84 horas / 50 - 84 hours**
3. **Más de 84 horas / More than 84 hours**
4. **No tenemos un centro de llamadas / We don't have a call center**



61

¿Cuáles son sus planes para operar un centro de servicio al cliente independiente?

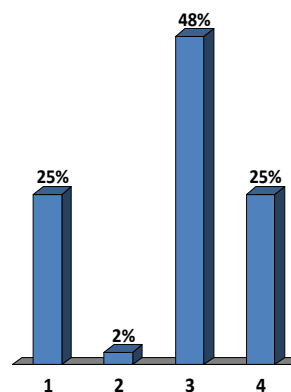
What are your companies plans for operating a stand alone customer service center?

1. Vamos a invertir en 1-3 años
/ Will invest in 1-3 years

2. Invertiremos en más de 3 años
/ Will invest in 3+ years

3. Actualmente tenemos uno
/ Currently have one

4. No hay planes futuros en este momento
/ No future plans at this time



56

¿Ha invertido su empresa en la tecnología interactiva de reconocimiento de voz (IVR)?

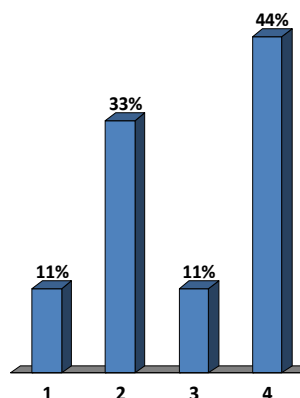
Has your company invested in IVR (interactive voice recognition) technology?

1. Actualmente estamos investigando
/ Currently researching

2. Todavía no, pero lo haremos en el futuro cercano
/ Not yet but will in the near future

3. Ya hemos hecho esta inversión
/ Already have made this investment

4. No hay planes para buscar IVR
/ No plans to pursue IVR



18