

CUSTOMER SPOTLIGHT



# Convirtiéndose en el mejor priorizando la experiencia del cliente



## Resultados con Medallia

**6millones +**

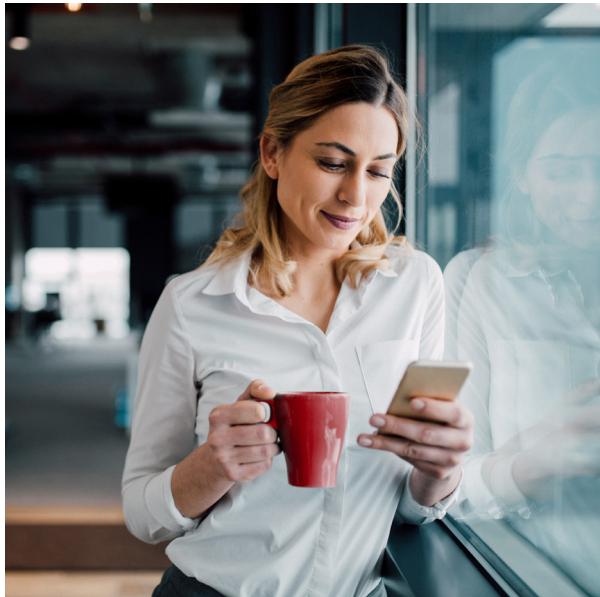
de encuestas  
completadas en  
todos los canales

**155% ↑**

en transacciones  
digitales

**5x ↑**

aumento en las  
tasas de respuesta



### Desafío

Como el banco mexicano más grande, en 2017, Banorte fijó la visión de ser el mejor grupo financiero de México y para los mexicanos en el año 2020. El equipo de Banorte no buscaba ser el banco más grande, sino el mejor en términos de atención y servicio. Con más de 11.2 millones de clientes, Banorte utilizaba múltiples sistemas para obtener y almacenar información, pero no tenía forma de poder predecir el comportamiento de los clientes o de dar recomendaciones para las oportunidades de venta cruzada. Para lograr este objetivo, Banorte necesitaba una estrategia para colocar al cliente como el centro de la organización.

Para apoyar esta estrategia, Banorte necesitaba una solución para obtener retroalimentación de los clientes y recopilar hallazgos que ayudaran a la planeación de las estrategias y a cambios operativos, así como la capacidad de contar con un panorama de 360° del perfil de cada cliente durante cada interacción. El desarrollo de un programa de la voz del cliente se convirtió en una prioridad importante para mejorar las operaciones y cumplir con las siempre cambiantes expectativas de los clientes. La misión de Banorte fue entonces identificar y seleccionar una solución

de retroalimentación que impulsara el objetivo de poner al cliente en primer lugar y les ayudara a entender dónde podrían mejorar en cada punto de contacto con los clientes.

### Acción

Liderado por la alta dirección, Banorte eligió a Medallia para recibir información en cada interacción con los clientes. Se implementó un programa de experiencia para recibir retroalimentación de los clientes en las sucursales, cajeros automáticos, canales digitales como el sitio web y la aplicación, centros de contacto, banca preferente, banca patrimonial y privada, corresponsales y seguros.

Banorte utiliza Medallia Conversations para obtener un pulso rápido en el proceso de activación de la tarjeta de crédito y está buscando expandir las conversaciones bidireccionales en las sucursales y en otras señales tales como los cajeros automáticos. Banorte también ha dado prioridad a los datos no estructurados para entender lo que los clientes están diciendo.

“

El cliente está a cargo, nuestra prioridad es darle un servicio excelente, ágil e innovador, por lo tanto, escuchar su opinión sobre nosotros en tiempo real es clave para mejorar nuestros procesos.

**Marco Ramírez**

CEO, Grupo Financiero Banorte

Utilizando Medallia Text Analytics, la empresa puede no sólo categorizar lo que sus clientes están diciendo de acuerdo los temas basados en sus objetivos, sino que también puede entender las emociones de sus clientes en los comentarios que dejan en las encuestas. Con la más reciente implementación de Medallia CX Profiles, los directores de las sucursales y los equipos de los centros de contacto podrán ofrecer una experiencia personalizada a los clientes mientras interactúan con ellos.

Además de escuchar a sus clientes, Banorte comenzó a escuchar la voz de sus empleados en la misma plataforma. Durante la crisis de COVID-19, Banorte pudo reaccionar rápidamente y diseñó una estrategia para ponerse en el lugar de sus clientes. La continuidad del negocio se proporcionó mediante la toma de decisiones con la voz del cliente y del colaborador, esto permitió a Banorte priorizar los cambios en las interacciones con sus clientes, acelerando así las capacidades y servicios para tener una comunicación continua y empática, y mantener la productividad y el compromiso a través de equipos virtuales.

### Impacto

Banorte ahora usa la voz del cliente para transformar continuamente la experiencia. Al escucharlos en todos los puntos de contacto en tiempo real, es posible detectar las necesidades y los puntos débiles muy rápidamente. Banorte puede ahora llevar a cabo talleres de diseño y lluvias de ideas para crear prototipos para mejorar la experiencia. Estos prototipos se validan aprovechando nuevamente la voz del cliente. Banorte tiene ahora un modelo de mejora masiva colaborativa y cada departamento es responsable de crear un viaje memorable para el cliente y, por lo tanto, todos los colaboradores tienen acceso a la voz del cliente en tiempo real. Ahora cada agente

del centro de contacto y el gerente de la sucursal tiene conocimiento del nivel de experiencia que proporcionan a sus clientes cada día. Actualmente, hay 13.000 empleados con la voz del cliente en tiempo real y 500 equipos de trabajo involucrados. Todas las áreas están alineadas bajo una métrica y bajo el mismo objetivo de mantenerse enfocados en el cliente.

En los canales digitales, gracias a la retroalimentación de los clientes, Banorte pudo mejorar el proceso de *onboarding* a través de la aplicación y la web. Ahora, el tiempo de espera



entre el registro de una cuenta por parte de un cliente y hacer un depósito se ha reducido y la velocidad de la aplicación ha mejorado.

Gracias a Medallia, Banorte puede escuchar a los clientes y a los empleados y reaccionar rápidamente a las necesidades que surgen. Al escuchar a sus clientes a través de diferentes canales, han creado equipos especializados dentro de la organización para centrarse en la solución de los puntos débiles en cada canal. Esto les permite cerrar el círculo de atención. Entre otras acciones e iniciativas, Banorte lanzó un programa de apoyo que beneficia a 600,000 clientes, mejorando el NPS en todos los puntos de contacto durante la pandemia de COVID-19.

Desde su lanzamiento con Medallia, Banorte ha recibido 6 millones de encuestas completadas en todos los canales. Ha habido un crecimiento del 155% en las transacciones a través de los canales digitales y la empresa ha visto un aumento de 5 veces en las tasas de respuesta. Banorte está pavimentando el camino como líder en la experiencia de los clientes, alcanzando ese estatus en un tiempo récord de 16 meses.

“

Contar con expertos en la Voz del Cliente ha sido una experiencia muy gratificante y Medallia definitivamente se ha convertido en un valioso socio. Como resultado, el Grupo Lafferty reconoció a Grupo Financiero Banorte como el mejor banco de México, destacando nuestra fortaleza en las métricas clave de enfoque al cliente.

**Claudia Ignacio**

Directora Ejecutiva de Experiencia al Cliente  
en Grupo Financiero Banorte

Conozca más en [medallia.com](https://www.medallia.com)

**Acerca de Nosotros**

Medallia es pionera y líder del mercado en gestión de experiencias. La galardonada plataforma SaaS de Medallia, Medallia Experience Cloud, lidera el mercado en la comprensión y gestión de la experiencia para clientes, empleados y ciudadanos. Medallia captura las señales de experiencia creadas en los viajes diarios en persona, llamadas y canales digitales, mediante video, redes sociales e interacciones de IoT, y aplica tecnología de inteligencia artificial patentada para revelar información personalizada y predictiva que puede impulsar la acción con resultados de negocio. Con Medallia Experience Cloud, los clientes pueden reducir la rotación, convertir a los detractores en promotores y compradores, y crear oportunidades de venta cruzadas e incrementales en el momento, lo que permite rendimientos claros proporcionando retornos de inversión claros. [Medallia.com](https://www.medallia.com).

\*Net Promoter, Net Promoter Score y NPS son marcas registradas de Bain & Company, Inc., Fred Reichheld y Satmetrix Systems, Inc. Todas las demás marcas son propiedad de sus respectivos dueños.