

C a s o d e S u c e s s o



Melhoria
contínua,
priorizando a
Experiência do
Cliente



Resultados com Medallia

+ 6 milhões

pesquisas
respondidas em
todos os canais

155% ↑

aumento em
transações
por meio de
canais digitais

5x ↑

aumento nas
taxas de resposta
pesquisas



O Objetivo

Considerado o maior banco mexicano em 2017, o Banorte consolidou em 2020 a imagem de melhor grupo financeiro do México ante seus clientes mexicanos. Ser o maior banco do país não era a principal missão da empresa, mas sim oferecer o melhor serviço e atenção ao cliente. Com mais de 11.2 milhões de clientes, o Banorte utilizava até então sistemas variados para coletar e armazenar informações, ainda sem formas para prever o comportamento do cliente e oferecer recomendações de oportunidades de cross-sell. Para alcançar a imagem positiva de melhor grupo financeiro do México, foi necessário desenhar uma estratégia de centralidade no cliente para toda a corporação.

Para apoiar essa estratégia, o Banorte precisava de uma solução para obter o feedback dos clientes e coletar insights que auxiliassem no planejamento da estratégia e nas mudanças operacionais, além da capacidade de visualizar o perfil de cada cliente em cada interação. Desenvolver um programa de Voz do Cliente para melhorar as operações e atender às expectativas em constante mudança do cliente tornou-se uma prioridade. Assim, o Banorte entrou de cabeça na missão de identificar e selecionar uma solução para a coleta de feedback que pudesse ajudar a impulsionar seu objetivo, que é colocar o cliente em primeiro lugar e ajudar a compreender onde a empresa poderia melhorar em cada interação com o cliente.

A Ação

Liderado pela alta gestão, o Banorte escolheu as soluções da Medallia para coletar e congregar os dados sobre cada interação com os clientes. Foi implementado um Programa de Experiência para coleta e compreensão do feedback do cliente, tanto nas filiais, como em ATMs, canais digitais como site e aplicativo, contact centers, banco preferencial, patrimonial e banco privado, correspondentes bancários e seguradoras.

Ao adotar o Medallia Conversations, o Banorte pode enfim obter insights rápidos sobre o processo de ativação do cartão de crédito e dessa forma busca expandir a conversa bidirecional entre agências e outros canais, como a dos caixas eletrônicos. A companhia também priorizou a utilização de dados não-estruturados para traçar um perfil mais completo sobre o que os clientes estão dizendo. Ao usar o Medallia Text Analytics, o Banorte torna-se apto em categorizar o que os clientes comunicam com base nos objetivos da empresa, além de interpretar o sentimento do cliente a partir dos comentários realizados em pesquisas de opinião. Com a implementação pioneira do Medallia CX Profiles, os gerentes de agências bancárias e os profissionais dos times de contact center poderão oferecer experiências cada vez mais personalizadas aos clientes enquanto interagem com eles.

“

O cliente é quem manda e a nossa prioridade é prestar um serviço de excelência. Ágil e inovador. Por isso, ouvir a sua opinião sobre nós, em tempo real, é fundamental para melhorar os nossos processos.

Marco Ramírez

CEO, Grupo Financiero Banorte

Além de ouvir seus clientes, o grupo financeiro passou a ouvir a voz de seus colaboradores na mesma plataforma. Durante a crise de COVID-19, o Banorte soube reagir com rapidez e pôde traçar uma estratégia para se colocar no lugar de seus clientes. A continuidade do negócio foi viabilizada pela tomada de decisões com base nos programas de voz do cliente e do colaborador, o que permitiu priorizar mudanças na interação, acelerando serviços e capacidades, gerando comunicação contínua e empática, mantendo um alto nível de produtividade e comprometimento por meio de equipes virtuais.

Impacto

Atualmente, o Banorte usa a voz do cliente para transformar continuamente a experiência. Ao ouvir os clientes em tempo real e em todos os pontos de contato, é possível detectar rapidamente as necessidades e os pontos fracos. Também pode-se realizar oficinas de design e brainstorming para criar protótipos/MPVs que melhorem a experiência e que serão validados outra vez, aproveitando a Voz do Cliente. De forma igual, a Voz do Cliente é caracterizada por um modelo de melhoria massiva onde cada departamento estará responsável por criar uma jornada única do cliente, de forma que todos os colaboradores terão acesso à Voz do Cliente em tempo real, possibilitando a cada agente de contact center e gerente de filial que conheça o nível de satisfação da experiência que eles oferecem a seus clientes a cada dia. Atualmente, são 13.000 colaboradores ouvindo a voz do cliente em tempo real e 500 equipes de trabalho envolvidas nessa empreitada. Todas as áreas estão alinhadas sob a mesma métrica e com o mesmo objetivo de focar no cliente.

Nos canais digitais, graças aos comentários dos clientes, o Banorte pôde aprimorar o processo de cadastro de clientes por meio de aplicativo e na web. Agora, o tempo de espera entre o registro de uma conta de um cliente e a conclusão de um depósito foram reduzidos e a velocidade do aplicativo melhorou.

Graças à Medallia, o Banorte pode ouvir seus clientes e colaboradores, e reagir rapidamente às necessidades emergentes. Ao ouvir o cliente por meio de diferentes canais, a companhia conseguiu criar equipes especializadas dentro da organização para que se concentrem na solução dos pontos problemáticos mais importantes em cada canal, executando a metodologia closed-loop. Entre outras ações e iniciativas, o Banorte lançou um programa de apoio que beneficia 600 mil clientes, aprimorando o NPS em todos os pontos de contato durante o período da pandemia da COVID-19.



Desde o começo da parceria com a Medallia, o Banorte recebeu 6 milhões de pesquisas respondidas em todos os canais. Houve também um crescimento de 155% no número de transações por meio de canais digitais e a companhia testemunhou um aumento de 5% nas taxas de resposta. O Banorte está consolidando sua posição de liderança em Experiência do Cliente, alcançando seu objetivo num tempo recorde de 16 meses.

“

Ter profissionais capacitados na Voz do Cliente tem sido uma experiência muito frutífera e dessa forma a Medallia se tornou nossa principal aliada. Como resultado, Lafferty Group reconheceu o Grupo Financiero Banorte como o melhor banco do México, destacando nossos diferenciais nas principais métricas na Experiência do Cliente.

Claudia Ignacio
Diretora Executiva de Experiência do Cliente, Grupo Financiero Banorte

Saiba mais em pt.medallia.com

Sobre a Medallia

Medallia é a pioneira e líder de mercado em experiências de clientes, colaboradores, cidadãos e pacientes. A premiada oferta SaaS Medallia Experience Cloud é uma plataforma de gestão unificada que congrega dados de diferentes aplicações, gerando uma visão completa da experiência de clientes e colaboradores. A plataforma captura bilhões de sinais de experiência em interações, incluindo todas as ferramentas de voz, vídeo, digital, IoT, mídia social e mensagens corporativas.

A Medallia usa inteligência artificial e machine learning para revelar automaticamente insights preditivos que conduzem a ações e resultados de negócios poderosos. Os clientes da Medallia reduzem a rotatividade, transformam detratores em promotores e compradores, criam oportunidades de cross-sell e up-sell e conduzem decisões de negócios com impacto na receita, proporcionando retornos claros e potentes sobre o investimento.

Para obter mais informações, visite www.medallia.com.

*Net Promoter, Net Promoter Score e NPS são marcas comerciais registradas de Bain Company, Inc., Fred Reichheld e Satmetrix Systems, Inc. Quaisquer outras marcas comerciais são propriedade de seus respectivos proprietários.