

La experiencia de cliente permite impulsar las ventas mensuales hasta un 66% en el sector bancario

- Al implementar la estrategia de CX en canales digitales en el sector bancario logró aumentar las ventas en un 66% en comparación a los resultados logrados solo con el canal voz.
- Las herramientas tecnológicas con mayor potencial de crecimiento en el sector son: agentes digitales, inteligencia artificial e identificación biométrica o por huella de voz.

Ciudad de México, 20 de enero de 2022.- La experiencia de cliente (CX) en canales tradicionales y digitales puede impulsar las ventas mensuales en el sector bancario en un 66%, de acuerdo con un análisis realizado por Atento – empresa global especializada en experiencia al cliente –. La implementación de estrategias de CX basadas en la omnicanalidad permite a las compañías mantener e incrementar su cartera de clientes, mejorar el posicionamiento de sus servicios, fomentar el prestigio de la compañía y demostrar una innovación continua basada en la experiencia de sus usuarios.

Actualmente, los principales canales que se utilizan en el sector para dar una mejor atención a los usuarios son voz, Facebook, Twitter y chat. Se estima que las herramientas tecnológicas con más futuro serán los agentes digitales o también llamados chats de voz, basados en inteligencia artificial (IA) e identificación biométrica o por huella de voz, debido a la inmediatez y seguridad que proporcionan.

Atento detectó que las preocupaciones más frecuentes de los usuarios giran en torno a recibir una experiencia personalizada e intuitiva, recibir atención inmediata y la comprensión de sus necesidades de forma proactiva y transparente.

Los clientes del sector bancario generan aproximadamente 12 mil ventas mensuales, lo que se traduce en más de 13 millones de clientes digitales. La implementación continua de soluciones digitales se ve reflejada en el número de transacciones realizadas en aplicaciones móviles, las cuales representan más del 50% del total generadas.

“En Atento México, sabemos que no basta con atender las necesidades básicas, el CX debe lograr el equilibrio entre atención, seguridad de la información y anticipación a las necesidades con innovación continua que permita descubrir usuarios leales a la marca tan solo por la experiencia del uso de los productos y servicios”, explicó Elia Santillán, Directora Regional de Atento México.

La implementación de soluciones digitales en el sector permite a los bancos agilizar las consultas más sencillas, dejando las operaciones complejas a los humanos. Además, a través del uso de IA, se pueden incluir actividades transaccionales y proactivas, lo que hace que este canal sea más relevante que nunca. Por otro lado, la tecnología “Machine Learning” ha logrado mejorar las capacidades de comprensión del agente virtual, generando textos e informes reportes automáticos, lo que ayuda a que el aprendizaje de los asistentes digitales sea más dinámico, y, por lo tanto, mejore la experiencia del cliente.

“En el sector bancario, la experiencia del usuario es clave para la interacción con las personas. La transformación digital que se ha desarrollado en los últimos años ha hecho posible que las

soluciones digitales de CX creen una conexión entre los consumidores y las empresas, aumentando así las ventas y logrando la fidelización de los usuarios gracias, en parte, a la inmediatez en la resolución de cada una de sus solicitudes. Las estrategias de atención al cliente son una herramienta de negocio que está en constante evolución e innovación”, concluyó Elia Santillán, Directora Regional de Atento México.

La importancia de contar con una estrategia de CX se ha convertido en un diferenciador competitivo para las compañías, incluidas aquellas que pertenecen al sector bancario. El equipo de Atento logra sacar el máximo partido a la tecnología para ofrecer una experiencia cercana y satisfactoria a los clientes, lo que contribuye a mejorar la experiencia del usuario y, en última instancia, a generar ventas potenciales.

Sobre Atento

Atento es uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial de servicios de gestión de las relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) y líder en Latinoamérica. Atento es también un proveedor líder de servicios CRM/BPO nearshoring para compañías que desarrollan su actividad en Estados Unidos. Desde 1999, la sociedad ha desarrollado su modelo de negocio en 13 países y cuenta con presencia en España y una plantilla de 150.000 empleados. Atento cuenta con más de 400 clientes a los que presta una amplia gama de servicios CRM/BPO a través de múltiples canales. Sus clientes son empresas multinacionales líderes en sectores como la tecnología, las nuevas empresas digitales, las telecomunicaciones, las finanzas, la asistencia sanitaria, el consumo y la administración pública, entre otros. Las acciones de Atento cotizan bajo el símbolo ATTO en la Bolsa de Nueva York (New York Stock Exchange). En 2019, Atento fue reconocida por Great Place to Work® como una de las 25 Mejores Multinacionales para Trabajar en el Mundo y como una de las 25 Mejores Multinacionales para trabajar en Latinoamérica. Para más información www.atento.com

Relación con medios

press@atento.com

Contacto Atento

