



AUTOMATIZACIÓN DE LAS COMUNICACIONES CON LOS CLIENTES EN LAS TELCOS

AUTOMATIZACIÓN DE LAS COMUNICACIONES CON LOS CLIENTES EN LAS TELCOS

Las empresas que venden servicios relacionados a las telecomunicaciones (TELCOs), son una categoría de empresas innovadoras y muy pro-tecnológicas, que venden servicios de suscripción a grandes cantidades de clientes, sean consumidores finales o negocios.

Normalmente las TELCOs:

1· Venden suscripciones que pueden ser suspendidas

2· Tienen costos de adquisición de clientes altos

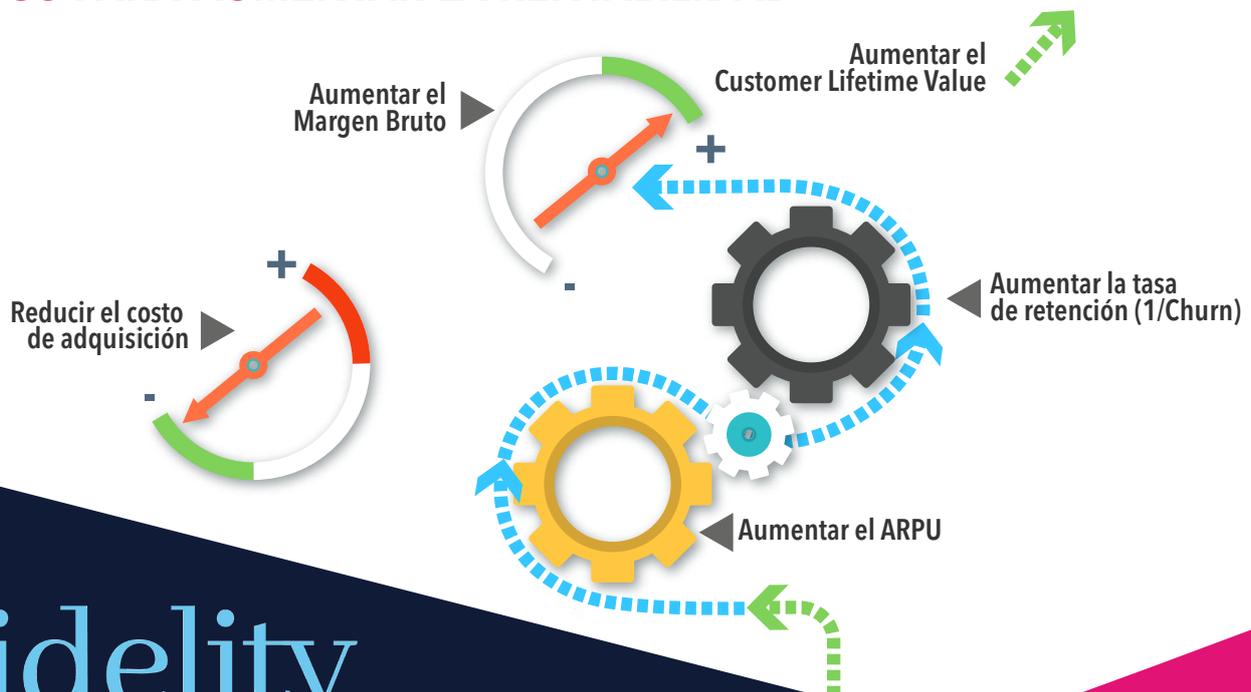
3· Mantienen operaciones con miles o millones de clientes

Estas variables hacen que la automatización de todos los procesos se convierta en uno de los retos clave para la industria.

SERVICIOS MÁS FRECUENTES



RETOS PARA AUMENTAR LA RENTABILIDAD



¿CUÁLES COMUNICACIONES CON LOS CLIENTES SE PUEDEN AUTOMATIZAR?



COMUNICACIONES EFECTIVAS Y OPORTUNAS

Aunque el alcance de la comunicación con los clientes parezca claro y acotado, existen otras dimensiones que se deben considerar para que las comunicaciones sean efectivas y oportunas. Algunas de ellas son:

PROCESOS

Enviar Alertas de consumo

Confirmar el pago recibido

Enviar Estado de cuenta

Activación de Servicios

Enviar Calendario pagos

Campaña Cross Selling

Enviar Encuestas

Enviar Info de Impuestos

Enviar OTP

Voz

Video

SMS

MMS

Imagen

Documento email

FORMATOS

Smartphone

Tablet

Celular

Laptop

Smart TV

DISPOSITIVOS

Smartwatch

Videogame

Domótica

Teléfono

Fax

DISPOSITIVOS

GENERACIONES

Nativos digitales

Millennials

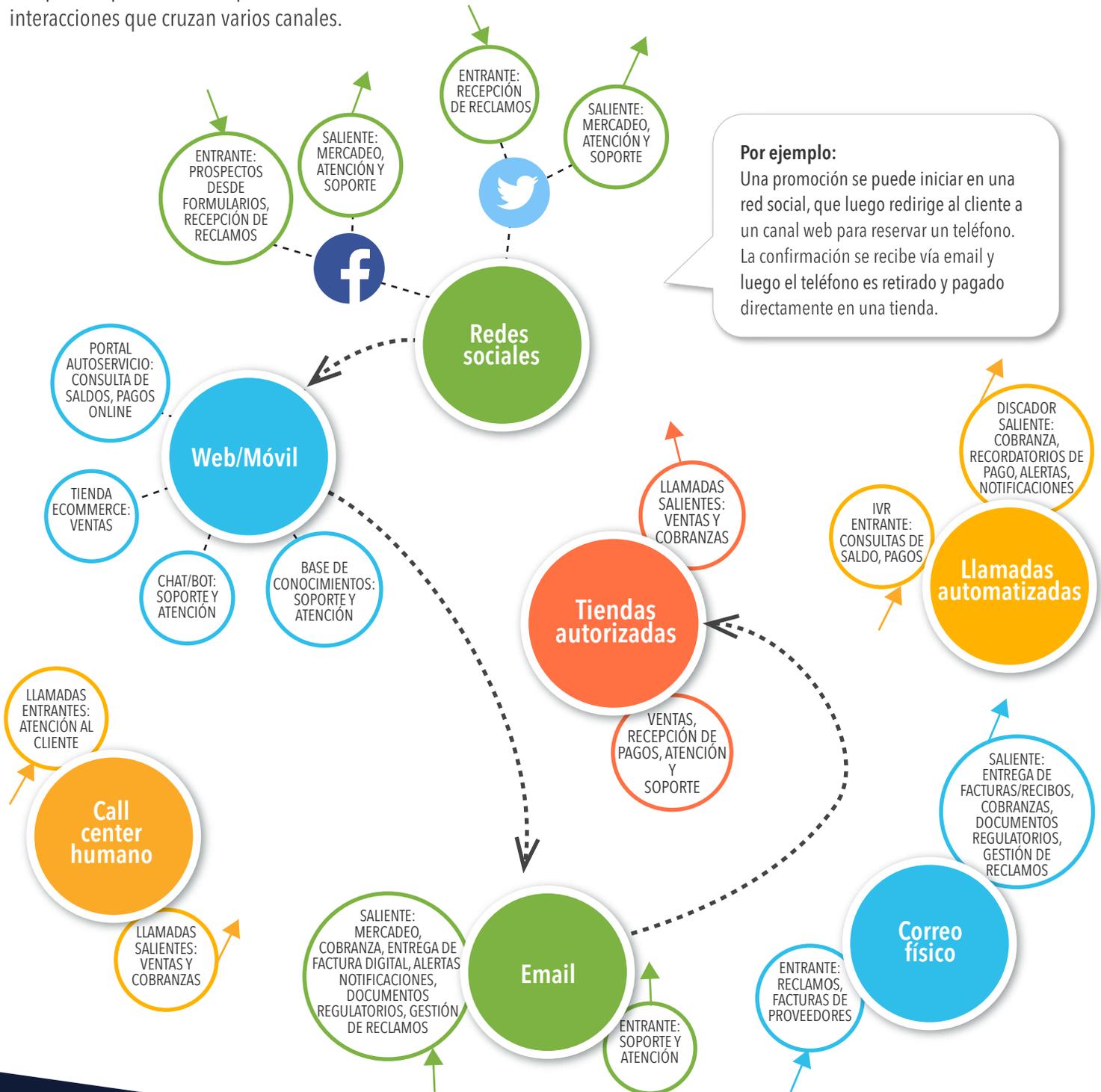
Generación X

Baby Boomers

Pre-1940

PENSANDO EN INTERACCIONES CROSS-CHANNEL

Actualmente las interacciones con los clientes no se realizan en un solo canal. La ruta para llevarlos a comprar un producto se impulsa a través de interacciones que cruzan varios canales.



Por ejemplo:
Una promoción se puede iniciar en una red social, que luego redirige al cliente a un canal web para reservar un teléfono. La confirmación se recibe vía email y luego el teléfono es retirado y pagado directamente en una tienda.

MÓDULOS PRINCIPALES DE FIDELITY

Considerando que hay múltiples procesos, generaciones de personas, dispositivos y formatos de comunicación, FIDELITY plantea como solución al reto de comunicarse efectivamente con los clientes una plataforma que combina flujos inteligentes con distintos canales de comunicaciones, completamente integrados y trabajando en conjunto para lograr en cada etapa el objetivo comunicacional planteado.

Los 3 módulos principales de la plataforma son:

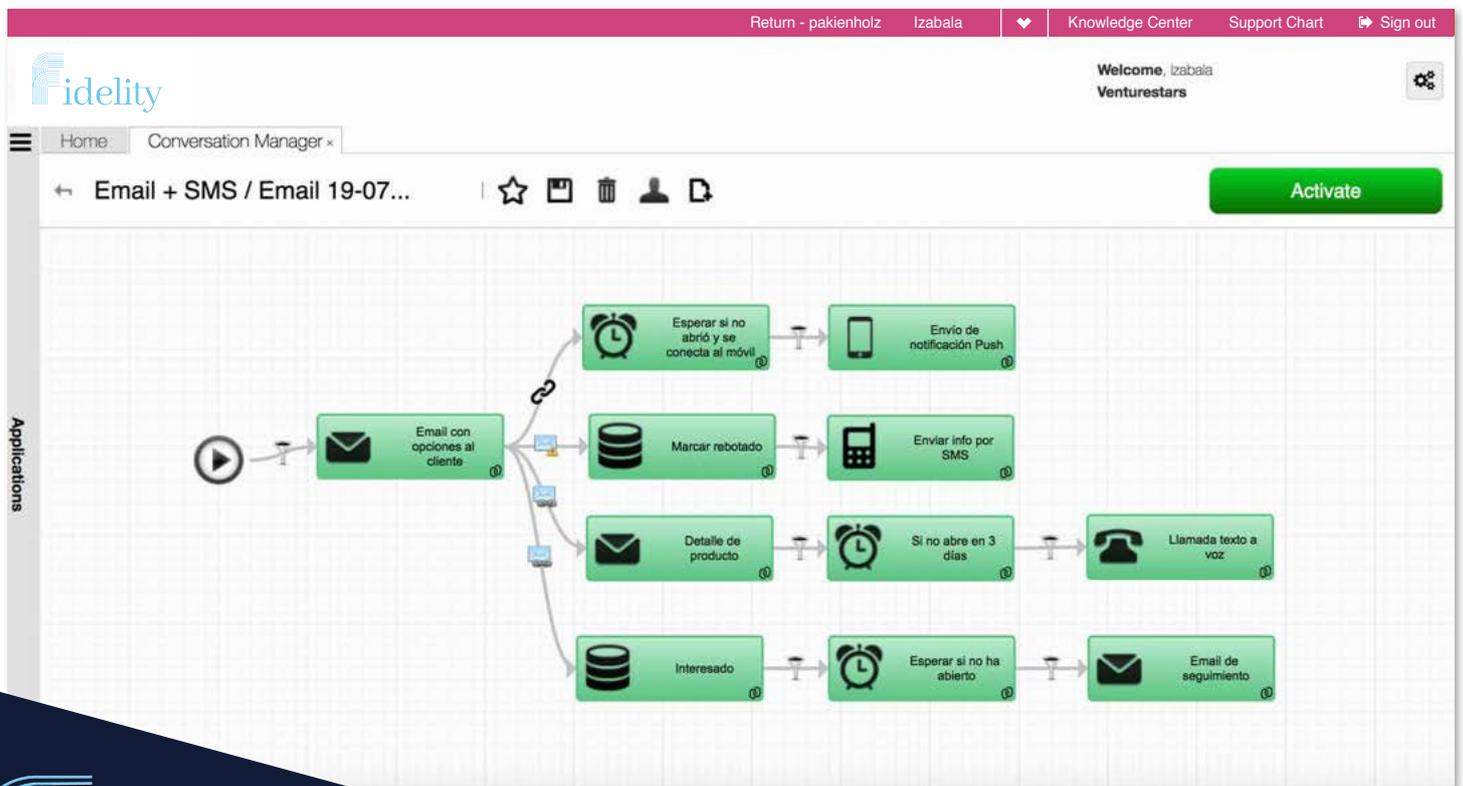
- **Conversation Manager:** Permite diseñar flujos de comunicaciones directas con los clientes, considerando múltiples pasos y múltiples canales.
- **Contact Manager:** Permite organizar la información de los clientes a quienes se contactarán.
- **Inbound Manager:** Permite recibir comunicaciones iniciadas por los clientes, considerando distintos canales de contacto.

Adicionalmente la plataforma cuenta con módulos especializados que permiten extender la variedad de requerimientos de los bancos y otras instituciones financieras. Estos son:

- Kit de API de flujos transaccionales
- Auditoría de mensajes
- Repositorio de documentos digitales
- Analizador DMARC
- Gestor de seguridad de la información

CONVERSATION MANAGER

Envío de comunicaciones por múltiples canales



CONTACT MANAGER Segmentación y administración de contactos

Return - pakienholz Izabala Knowledge Center Support Chart Sign out

Welcome, pakienholz Venturestars

Home Inbound Manager x Contact Manager x

Tarjeta de Navidad

New Record Delete Import Export Operations Show All New Segment Find... UID

UID	PAIS	EMPRESA	NOMBREYAPELLO	EMAIL	TELEFONO	CODIGO_UNICO	TRANSACCIONES	ALIADO
266	Puerto Rico	B Fernandez	Thomas Garcia	thomas.garcia@b...		3ad7009f02	929	
267	Peru	SUNAT	Guillermo Enrique...	guampos@sunat...		11089917a0	8308314	
268	Mexico	TCK Software	Jerry Morales...	jmorales@tck...		22aea24c07	21467	
269	Mexico	TCK Software	Maria Laura Go...	rgonzalez@tck...		6d771ad080	21467	
270	Peru	Telefonica Peru	Francisco Javier...	francisco.javier...		8ac2000800	50800377	
271	Peru	Telefonica Peru	Richard Armand...	richard.armand...		770aa21c7f	50800377	
272	Peru	Telefonica Peru	Remy Joel Soto...	remy.joel.soto...		6a11224776	50800377	
273	Peru	Telefonica Peru	Marina Mercedes...	marina.mercede...		09046a07a0	50800377	
274	Peru	Telefonica Peru	Natalia Beatriz...	natalia.beatriz...		01a600000a	50800377	
275	Peru	Telefonica Peru	Victor Manuel S...	victormanuel@t...		9900000700	50800377	
276	Peru	Telefonica Peru	Hector Fernando...	hector.fernande...		8d0420a010	50800377	
277	Peru	Telefonica Peru	Sigurd Huallab...	sigurd.huallab...		0200000000	50800377	
278	Peru	Urbano	Juan Antonio G...	jgarcia@urbano...		0707007200	251886	
279	Peru	Urbano	Juan Montano	jmontano@urbano...		4a00000007	251886	
280	Peru	Urbano	Juan Ramirez B...	jr Ramirez@urbano...		0100000000	251886	

page 11 of 14 displaying 251 - 275 of 342

INBOUND MANAGER Recepción de información desde distintos canales

Return - pakienholz Izabala Knowledge Center Support Chart Sign out

Welcome, pakienholz Venturestars

Home Inbound Manager x

New Listener

Landing Page Web Form Facebook Leads SMS Wireless AP

Name
Landing Page 21/02/2018 - 19:42:57

Create

¿QUÉ SE PUEDE AUTOMATIZAR CON FIDELITY EN UNA TELCO?

Caso 1: Campaña de venta de teléfonos premium para clientes VIP

Suponga que se desean vender 20.000 iPhones de última generación financiados a 24 meses para asegurar la retención de los clientes.

Opciones para la promoción:



1- Televisión: El canal de promoción vía TV es muy costoso para la cantidad de teléfonos. También plantea un reto logístico de colocación de los teléfonos.



2- Call center: Se requiere un personal numeroso realizando llamadas para ofrecer los teléfonos a la base de clientes. Aproximadamente 20 vendedores durante 3 meses pueden vender los 20.000 teléfonos.



3- Cross-channel automatizada: Se envía una campaña de email a la base actual de clientes. La reserva se hace sobre un formulario web en el cual se incluye el lugar de retiro del equipo y vía SMS se envían recordatorios para retirarlo. Finalmente, el teléfono se retira en el agente autorizado seleccionado. **Resultado:** Se venden los 20.000 en 3 semanas a un costo de promoción de solo 28%.



Caso 2: Gestión de citas de instalación de servicio

En las TELCOS existen distintos servicios que requieren una instalación en la casa u oficina.

Por ejemplo:

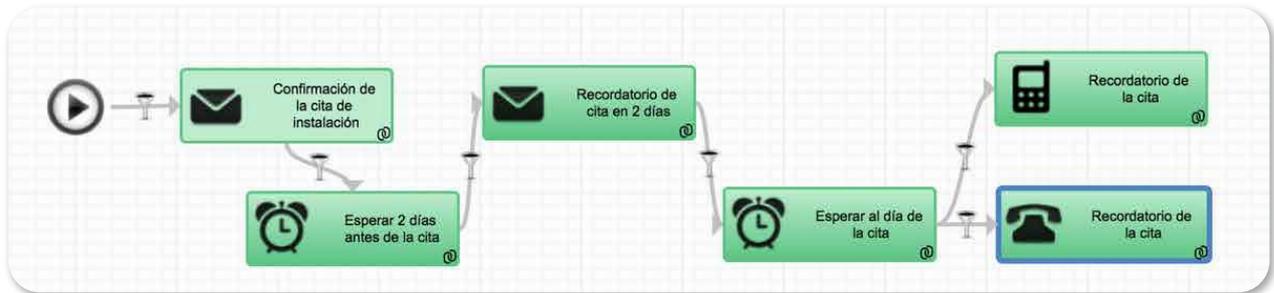
- Internet
- Teléfono fijo
- Dispositivos de seguridad
- TV por cable

Por lo general, el cliente tiene la capacidad de seleccionar la fecha y hora que más le convengan en función de la disponibilidad del equipo instalador.

Para asegurar una instalación y así una habilitación exitosa del servicio es importante mantener una comunicación efectiva con el cliente durante el proceso.

Normalmente es importante:

- Confirmar la cita agendada
- Recordar la cita 2 días antes y el propio día
- Notificar cualquier retraso o necesidad de reagendar la cita
- Verificar que la instalación fue exitosa



FIDELITY provee las funcionalidades para mantener una comunicación fluida desde los recordatorios de la cita hasta las encuestas de satisfacción y verificación de que el servicio quedó 100% operativo.



Encuesta de servicio de instalación

¿Podría calificar el servicio de instalación?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Puntualidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duración de la instalación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicio prestado por el Técnico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicio en general	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Alguna recomendación?

Submit

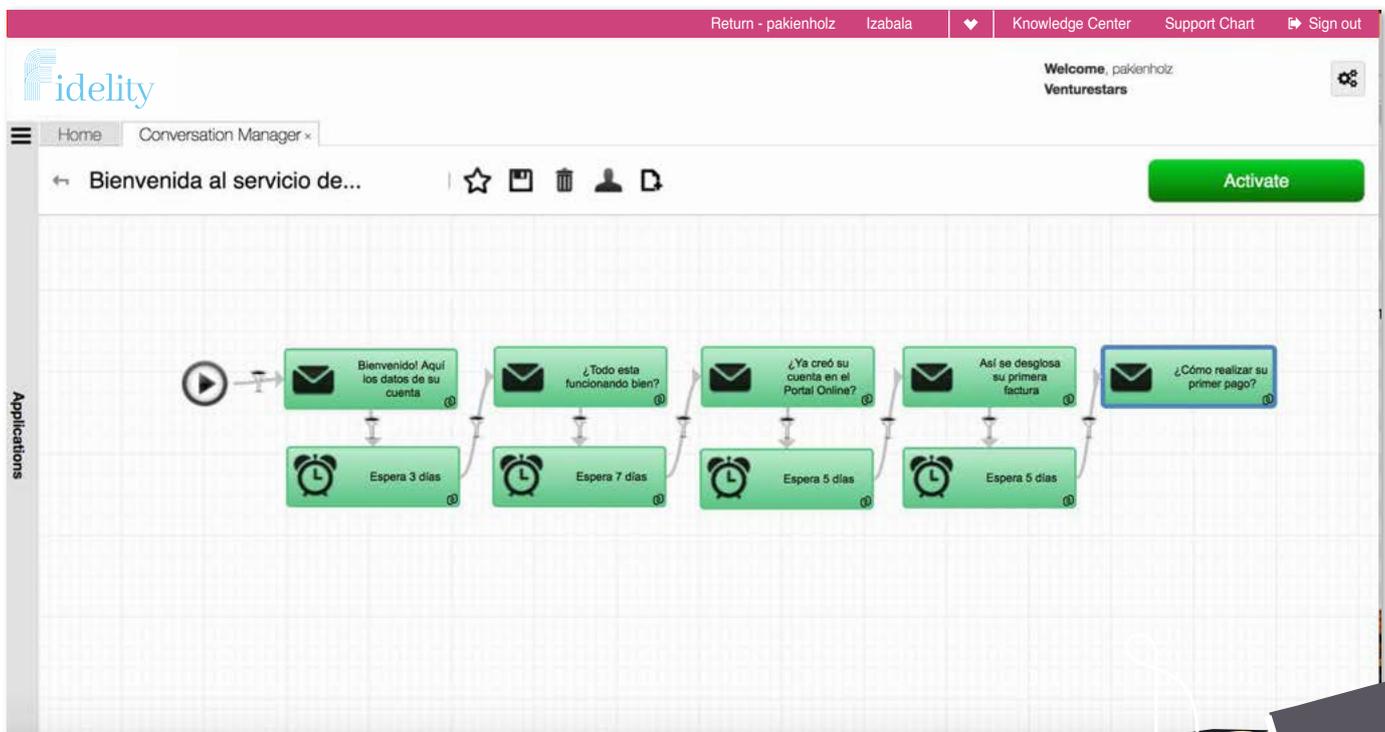
Caso 3: Bienvenida de nuevos clientes

Una vez que una TELCO logra captar a un nuevo suscriptor se marca el inicio de una relación que comúnmente va acompañada de muchas consultas por parte del cliente y de carga operativa. Las interacciones más frecuentes son:

- ¿Cuándo es el siguiente pago?
- ¿Cómo pagar el servicio y cuáles son los métodos de pago?
- ¿Cuáles son mis credenciales para el Portal Online?
- ¿Cuál es mi número de cuenta?
- Algo no está funcionando correctamente. Necesito ayuda
- Tengo dudas de cómo se desglosa mi primera factura

Entendiendo la importancia del primer mes de servicio para construir una relación duradera, la bienvenida a nuevos clientes es mucho más que un gesto cordial, es el espacio perfecto para ser proactivo en construir una excelente experiencia del cliente.

FIDELITY permite configurar flujos automatizados orientados a encaminar exitosamente a los clientes, previniendo llamadas al Call Center y asegurando que el cliente esté disfrutando del servicio plenamente sin fallas técnicas.



Caso 4: Recibo digital

Entregar las facturas/recibos en formato digital tiene muchas ventajas, entre las cuales se destacan:

- 1. Economía:** el email es el canal de entrega de contenido directo más económico que existe
- 2. Trazabilidad:** Se puede observar si el correo fue entregado y abierto
- 3. Velocidad en la entrega:** lo cual ayuda a recibir el pago más rápido

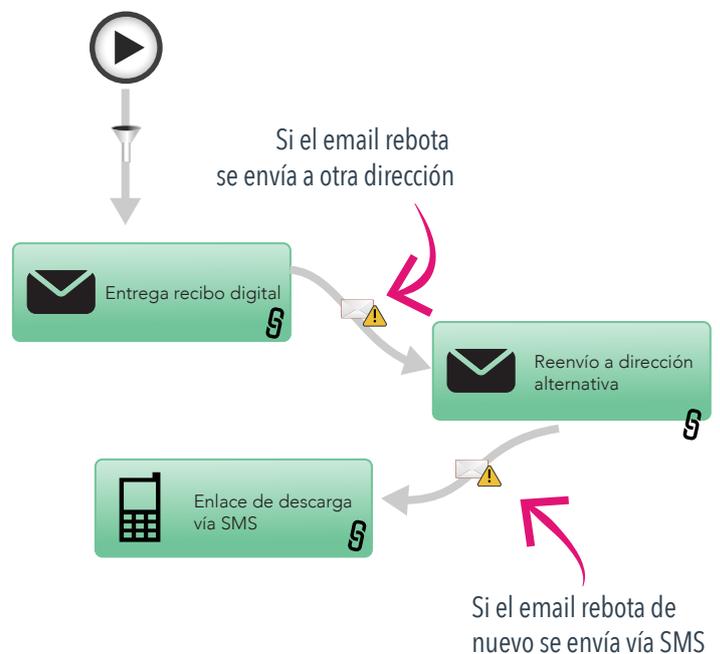
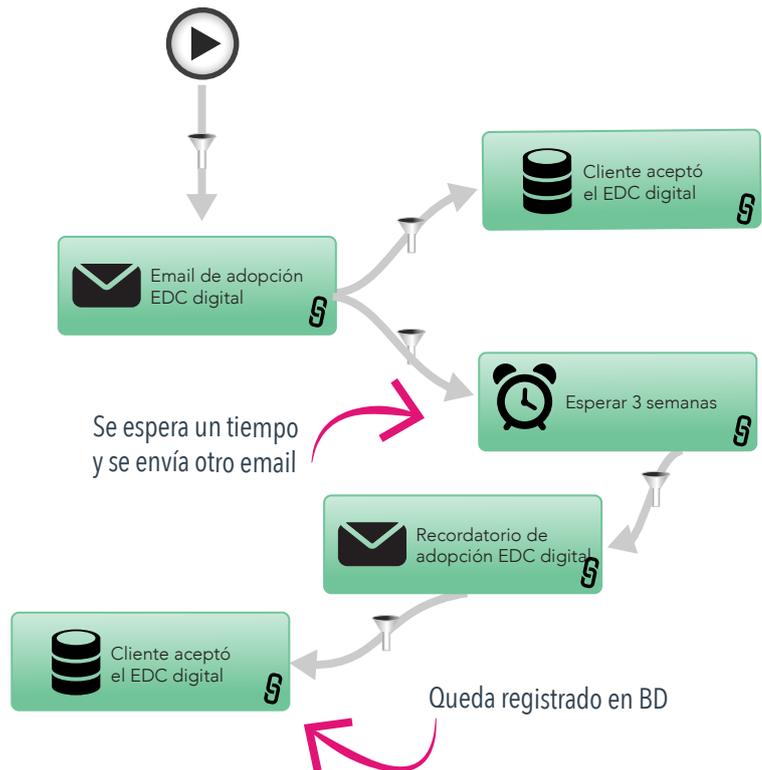
Para lograr optimizar el costo de la entrega de los recibos, es necesario obtener previamente la aprobación de los clientes para migrar la recepción de recibos físicos por digitales.

FIDELITY es perfecta para este tipo de campañas.



A través de FIDELITY, al activar flujos para promover la adopción de recepción de documentos en formato digital, se almacena por cada conversión información de auditoría, tales como: fecha, hora, IP, sistema operativo, navegador web, etc.

Para la entrega del recibo digital, FIDELITY permite enviar un archivo adjunto dinámico para cada cliente. Además de esta funcionalidad, la plataforma permite reintentar automáticamente a direcciones alternativas en caso de rebote del correo o incluso enviar un enlace de descarga vía SMS.



Caso 5: Cobranza masiva automatizada

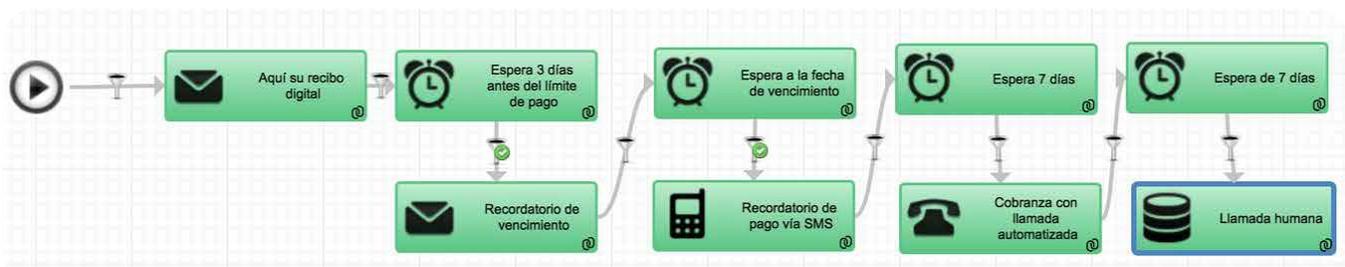
Un elemento importante dentro de las finanzas de las Telco es contar con el pago de sus suscriptores a tiempo.

El caso ideal es procesar débitos automáticos para obtener el pago. Esta autorización se optimiza a través de campañas de mercadeo que incentivan la configuración del débito automático en cuenta o tarjeta de crédito, las cuales se pueden realizar desde Fidelity.

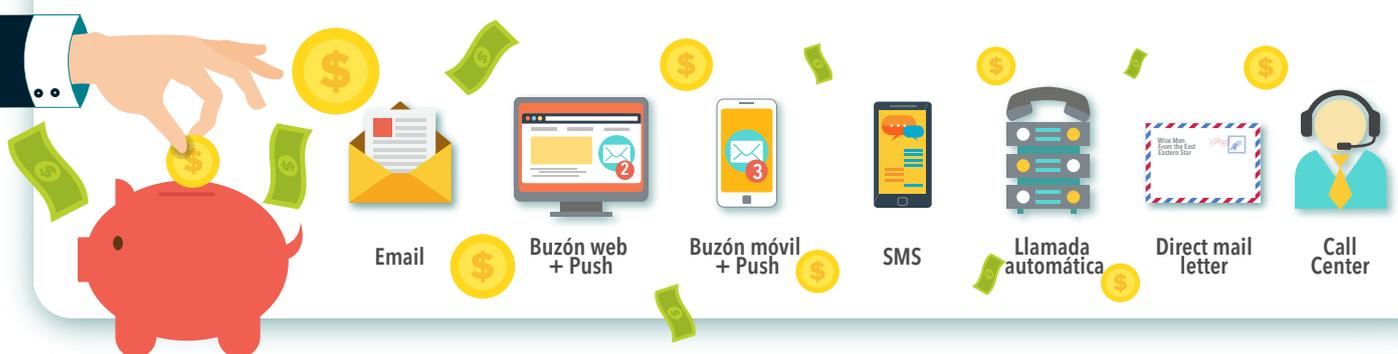
Sin embargo, es frecuente que la mayoría de los suscriptores no adopten esta modalidad, por lo cual se tendrá que cobrar el servicio en caso de incumplimiento de pago.

Fidelity es perfecta para realizar cobranzas automatizadas ya que:

1. Permite contactar al cliente por su canal de preferencia o el más efectivo.
2. Tiene la capacidad de cobrar automáticamente comenzando por los canales más económicos, tales como: email y notificaciones push. Luego, insistiendo por canales ligeramente más costosos como: SMS y llamada automatizada, antes de pasarlo a llamadas humanas desde el Call Center o el envío de cartas a través del correo físico.

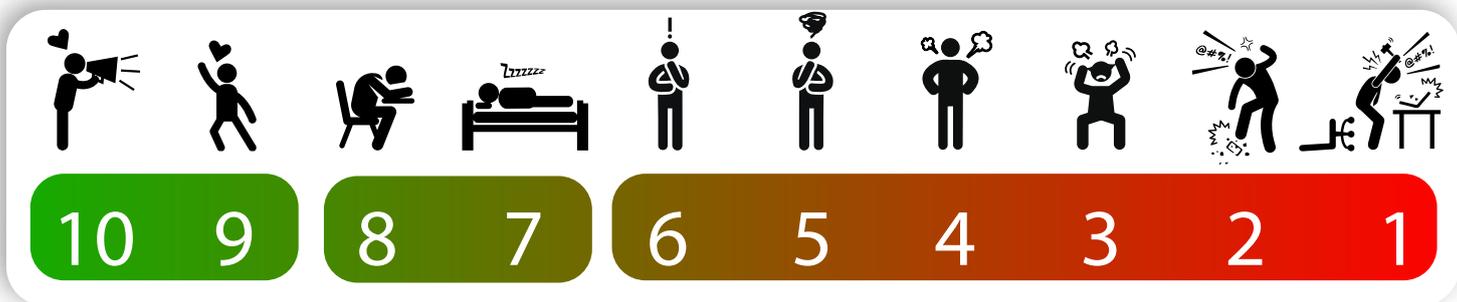


FIDELITY facilita la prioridad de envío desde el canal más económico



Caso 6: Campaña automática de Net Promoter Score (NPS) 45 días después de contratar un servicio

Es muy frecuente realizar una consulta de NPS para evaluar la experiencia de un cliente. Con la simple pregunta ¿Qué tanto estaría dispuesto a referir nuestro servicio?, se pueden clasificar a los detractores, pasivos y promotores.



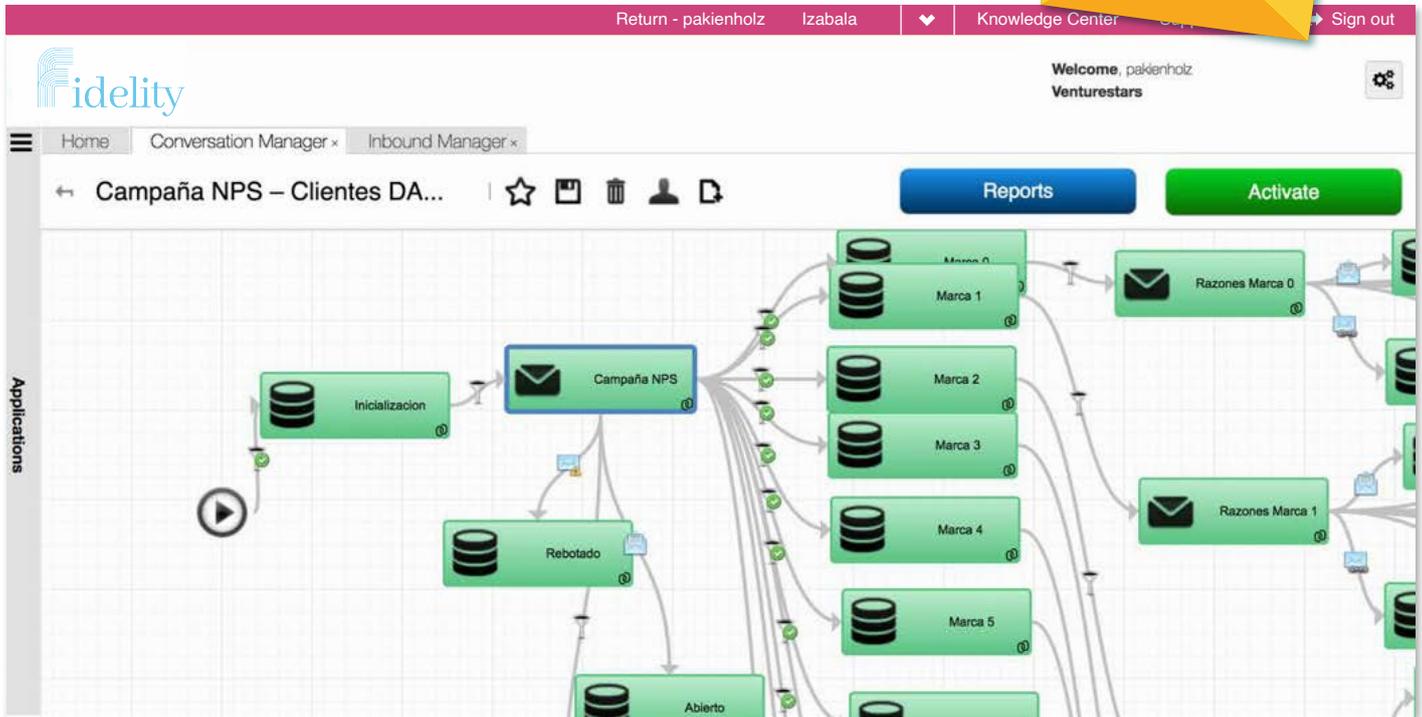
Segmentación:

Gracias a que FIDELITY registra la respuesta por contacto, es posible segmentar los resultados por alguna variable demográfica del cliente. Por ejemplo: Región.

# ENCUESTAS	%PARTICIPACIÓN	😊	😐	😞
REGIÓN 1 1268	6.8%	37%	27%	36%
REGIÓN 2 2835	7.9%	33%	27%	40%
REGIÓN 3 2081	7.3%	41%	28%	31%
REGIÓN 4 906	6.1%	31%	26%	43%
REGIÓN 5 4308	8.0%	29%	26%	44%
REGIÓN 6 7873	9.4%	31%	29%	40%
REGIÓN 7 1944	7.6%	28%	26%	46%
REGIÓN 8 271	7.6%	30%	32%	38%

A los promotores:

FIDELITY puede enviar automáticamente una campaña a los promotores, solicitando que refieran el servicio a otras personas, esto acompañado de algún incentivo.



A los detractores:

Para los clientes que hayan marcado la opción entre 1 y 6, la plataforma permite abrir un formulario para entender la causa de su descontento.

¿Por qué está insatisfecho?

- Falla recurrente con el servicio de TV
- Falla recurrente con el servicio de Internet
- Falla recurrente con el servicio de Telefonía
- Mala atención al cliente vía telefónica
- Mala atención al cliente en las oficinas
- Incumplimiento de visita técnica

Enviar >

Caso 7: Recaptura de clientes

Dentro de ciclo de vida de un cliente en las Telco, se puede perder al cliente por varias causas:

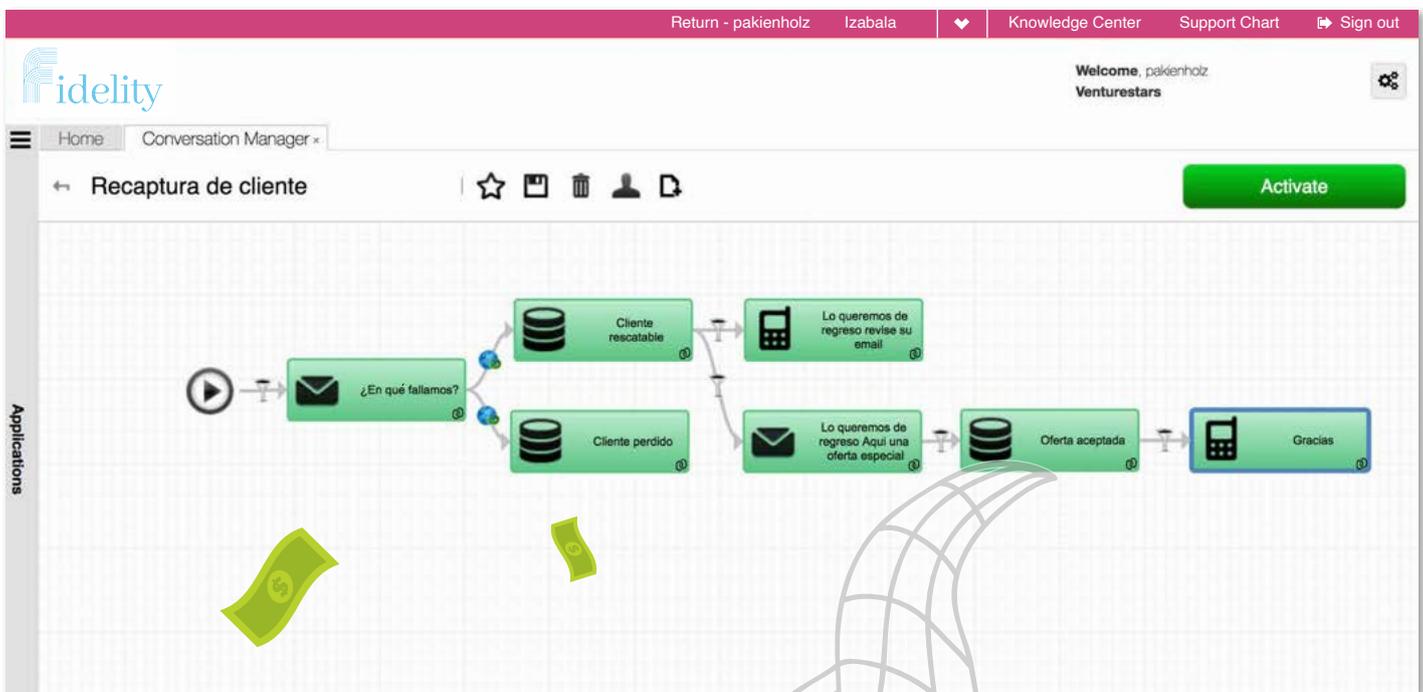
- 1- Mejor precio de un competidor
- 2- Mudanza
- 3- Percepción de mal servicio o indiferencia
- 4- Fallas en el servicio
- 5- Otros

Entendiendo que el costo de captación de un cliente es alto y que su rentabilidad depende en gran medida de cuánto tiempo

utiliza el servicio, hace sentido activar estrategias de recaptura de clientes antes de la suspensión final.

Las automatizaciones de recaptura de clientes comienzan por entender la causa de la cancelación del servicio, identificar si existe alguna forma de rescatarlo y finalmente hacerle una propuesta para mantenerlo.

FIDELITY posee las herramientas necesarias para activar estrategias de recaptura de clientes, gracias al sistema de formularios, los nodos de marcado y el seguimiento automatizado vía email.



Caso 8: Notificaciones transaccionales

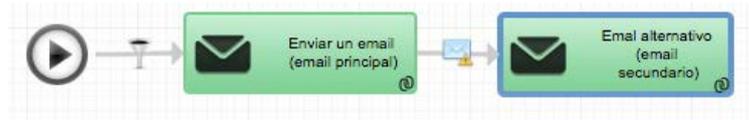
Existen muchos procesos en las Telcos dentro de los cuales es muy oportuno realizar una notificación en línea a los clientes. Algunos ejemplos son:

- Confirmación de débito automático correspondiente a un pago
- Fallo en el débito automático correspondiente a un pago
- Contraseña actualizada
- Solicitud de cambio contraseña iniciado
- Método de pago actualizado
- Confirmación de recepción de pago
- Notificación de actualización de perfil
- Contraseña temporal para acceder desde un nuevo equipo
- Confirmación de recepción de una solicitud de soporte

Estas notificaciones son siempre generadas desde algún sistema. Por esta razón FIDELITY provee una interfaz de alta disponibilidad para activar de forma segura y confiable comunicaciones a través de distintos canales.

La interfaz de notificaciones FIDELITY es muy efectiva cuando se busca asegurar la contactabilidad de los clientes, gracias a su capacidad de diseñar de forma automática reintentos o direcciones alternativas combinando distintos canales. Aquí unos ejemplos:

- **Reenvío de email a una dirección alternativa en caso de que rebote la dirección original:**



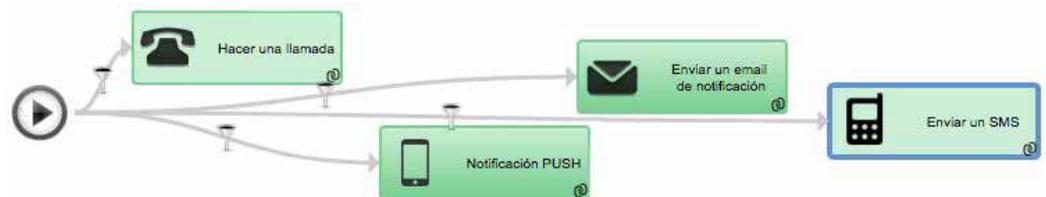
- **Reintento de envío de email horas después en caso de rebote por**



- **Reenvío a canal alternativo en caso de falla al intentar con canal original:**



- **Envío simultáneo a múltiples canales:**



- **Envío de secuencia de correos:**



- **Envío de SMS con enlace que luego activa una alerta por email:**



SOBRE FIDELITY

FIDELITY es la plataforma digital transformadora de su estrategia de comunicaciones, que viene a ofrecer soluciones efectivas a los procesos medulares de su empresa en ambientes digitales, consolidando la relación con sus clientes y optimizando las áreas de venta, mercadeo, cobranzas y servicio al cliente en beneficio de la organización.

VISIÓN:

Establecer estrategias comunicacionales de negocios en ambientes digitales que simplifiquen y faciliten la relación de las empresas con sus clientes, mediante la incorporación de tecnologías en la automatización de procesos, buscando optimizar la experiencia y satisfacción de los clientes al consumir los servicios, sin importar su edad, localidad o canales en los cuales interactúen.

MISIÓN:

Ser la plataforma tecnológica habilitadora de referencia a nivel global para transformar la estrategia corporativa o institucional, en todo el ámbito del ecosistema comunicacional, brindando la diversidad de multicanal, garantizando una mejor experiencia de interacción, y siendo el motor de innovación para el fortalecimiento y desarrollo de la relación con sus clientes.

GCCOMEX DISTRIBUIDOR AUTORIZADO FIDELITY

Contacto:

+18293873607

+18293413069

e-mail:

ventas@gccomex.com

www.gccomex.com

