



TM Rio 2016

# Como melhorar a experiência dos clientes através de operações digitais

A graphic element consisting of a series of vertical lines of varying heights that taper to a point on the right, creating a funnel-like shape. The lines are dark gray and set against a white background.

**EY**

Building a better  
working world

# Agenda

---



Clientes no mundo digital



Back Offices digitais

# A revolução digital é a transformação de “átomos em bits” e não pode ser impedida

- ▶ As 4 forças que movem a mudança digital...

## 1. Mobile First

- ▶ Tudo em minha mão, tudo instantâneo, simultâneo e em movimento



- ▶ Ecossistema de parceiros e concorrentes com modelos operacionais muito diferentes



## 3. Fintechs

## 2. Customer Experience



- ▶ Usabilidade, jornadas, interações de valor, visão cliente, flexibilidade



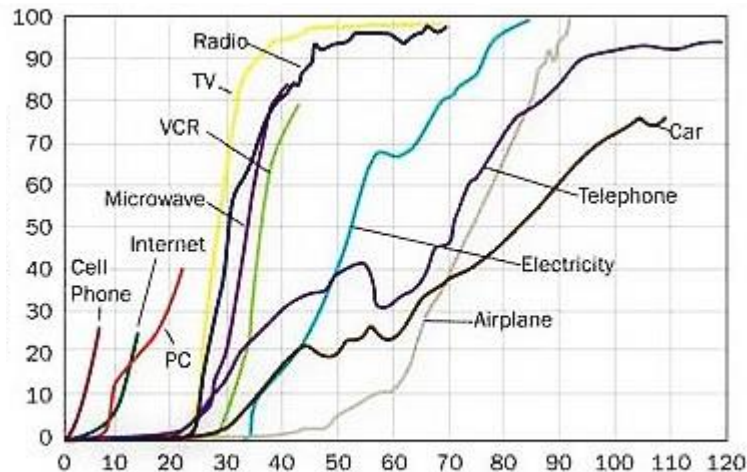
## 4. Dados

- ▶ Enorme capacidade de trabalho com dados
- ▶ Dados não estruturados (texto, imagem e voz), analytics, interação preditiva

# Quão dispostos os clientes estão em aceitar novas tecnologias?

- ▶ Os millenials serão 50% da força de trabalho e acelerarão as mudanças...

Curva de aceitação de tecnologias



- ▶ Predisposição para experimentação
- ▶ Impacto positivo de interação (CX)

- ▶ Os millenials (15 a 35 anos) são **digital natives** e representarão significativa fatia da força de trabalho;
- ▶ Tecnologias e **serviços com alta usabilidade** possuem **muito rápida aceitação**
  - ▶ Twitter: 780 dias, 302MM total
  - ▶ Facebook: 852 dias, 1,23Bi total
  - ▶ Google +: 16 dias, 500MM total

# Como satisfazer clientes sensivelmente mais exigentes? O quê quero e como quero...

- ▶ Clientes não aceitam não entender o relacionamento com os bancos

## Comunicação é condição essencial

- ▶ Não aceitam não entender o relacionamento financeiro

## Procuram melhor tratamento

- ▶ Percebem que reclamações são mal resolvidas

## Conectados

- ▶ Acessam informações online
- ▶ Promovem ou criticam serviços em redes sociais em tempo real

## Desapegados

- ▶ Trocam de instituição financeira em busca de melhores propostas de valor

## Buscam flexibilidade

- ▶ Possuem necessidades individualizadas e não entendem a falta de flexibilidade

## Avessos a complexidade

- ▶ Buscam produtos simples (informações claras, boa usabilidade e conveniência)

## Exigentes

- ▶ Avaliam qualidade com base na opinião de outros usuários e procuram seus direitos com naturalidade

## Conscientes sobre preços

- ▶ Comparam preços em tempo real

## Críticos com experiência

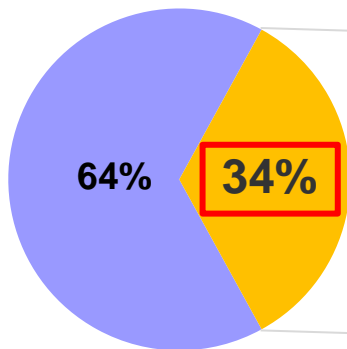
- ▶ Buscam melhor experiência de interação sempre



# Quais são as “balas de prata” para melhorarmos a experiência do cliente?

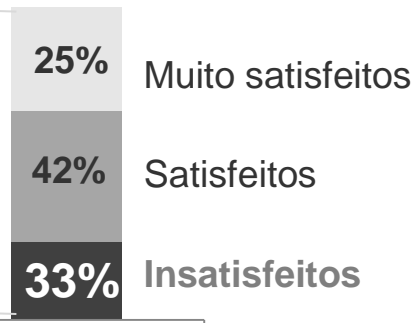
- ▶ Pesquisa de consumidores bancários (+ de 38 mil respondentes)

## Incidência de problemas



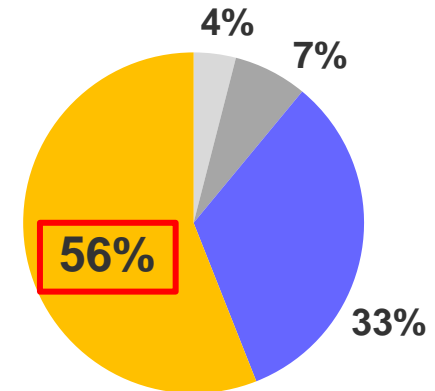
- ▶ 34% respondem que passaram por “problemas” com seu banco

## Satisfação com resolução



- ▶ 33% respondem estar **insatisfeitos com resolução**, e os motivos são:
  - ▶ **Comunicação ineficiente**
  - ▶ **Péssimo atendimento**
  - ▶ **Nenhuma flexibilidade**

## Impacto no engajamento

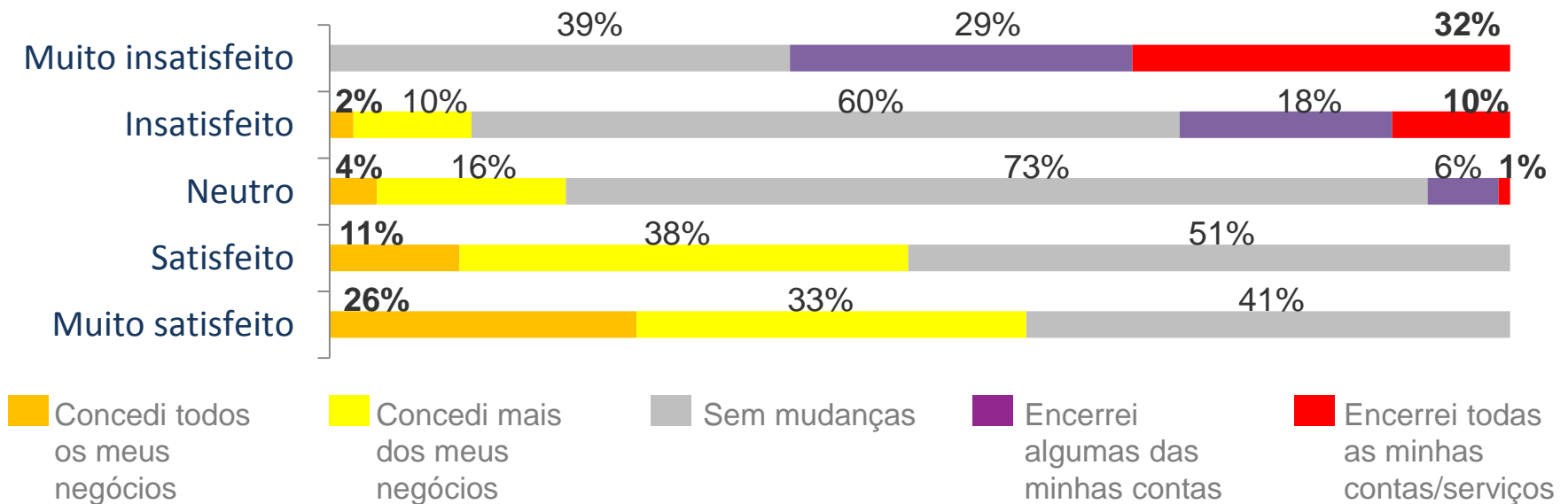


- ▶ Produto
- ▶ Canal
- ▶ Benefícios e serviços
- ▶ Resolução de problemas

- ▶ A satisfação com **resolução de problemas** é o que causa maior engajamento

# Quais os ganhos com o tratamento eficiente de reclamações?

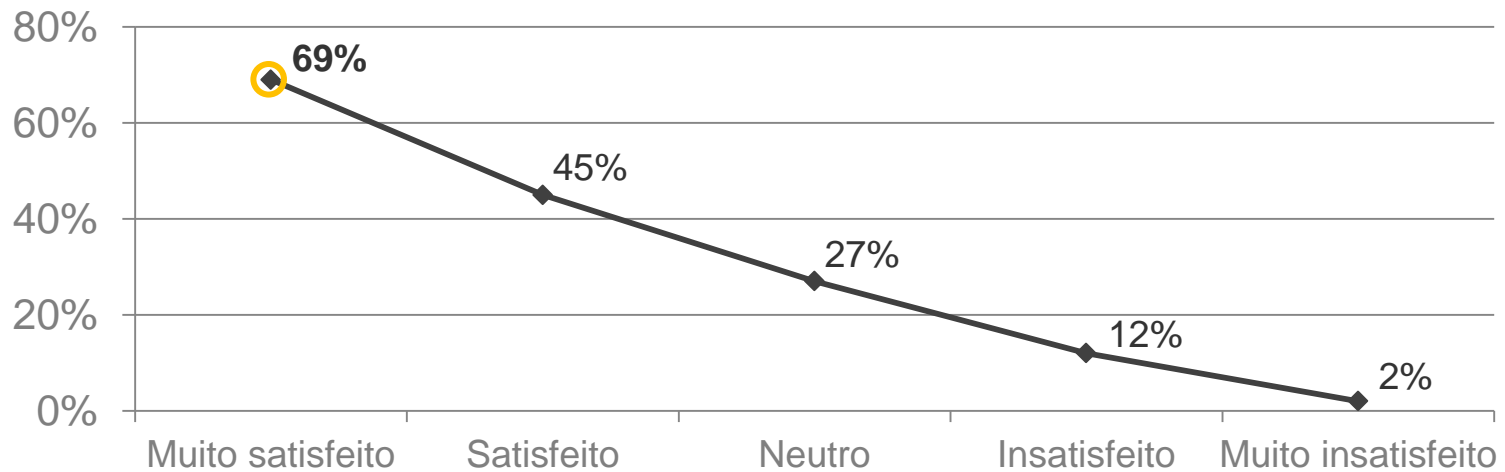
- ▶ Resolver bem reclamações significa concentrar negócios



- ▶ É natural imaginar que insatisfação gere quebra de relacionamento; ■ ■
- ▶ O que não é tão natural é imaginar **o poder do bom tratamento de reclamações** gerando concentração de negócios; ■ ■
- ▶ Concentrar negócios significa: **concentrar operações, aumento de número de produtos e aumento de tempo de relacionamento.**

# Por outro lado, qual é o poder do bom tratamento de reclamações?

- ▶ Clientes muito satisfeitos advogam espontaneamente pelo seu Banco



- ▶ 69% dos clientes muito satisfeitos advogam espontaneamente pelo seu Banco!
- ▶ Quando perguntados, utilizam canais abertos, fóruns de familiares e amigos para advogar.



# Agenda

---



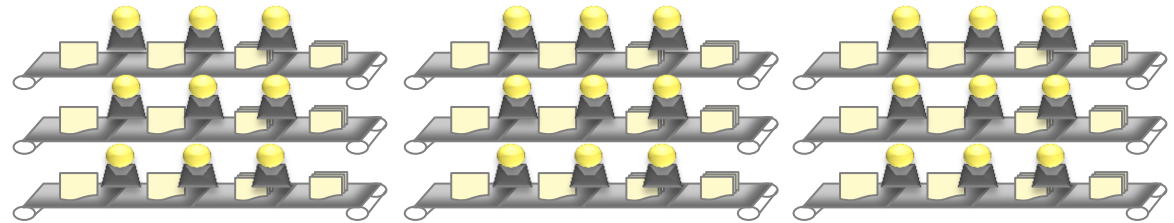
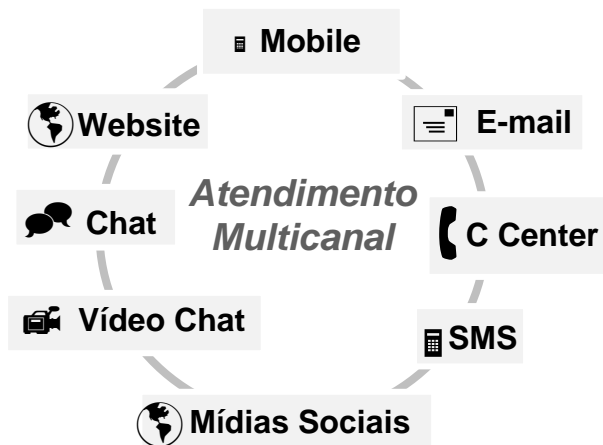
Clientes no mundo digital



Back Offices digitais

# O conceito digital vai mudar o jeito que gerimos nossos negócios

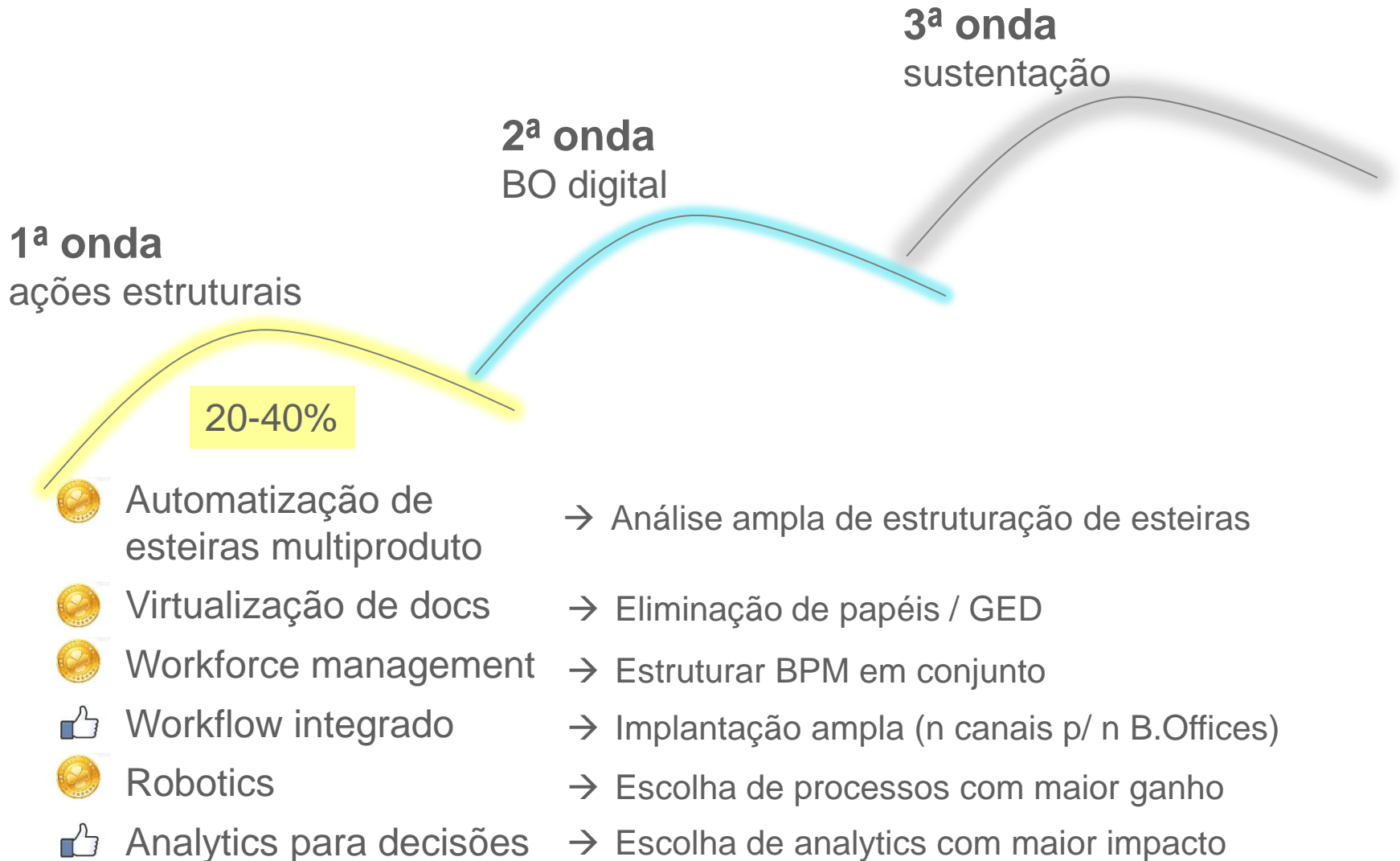
- ▶ Os “meios” para entrega das funções de Back Office mudarão significativamente mas as funções em si, não



# Como transformo minhas operações e entrego os resultados de negócio?



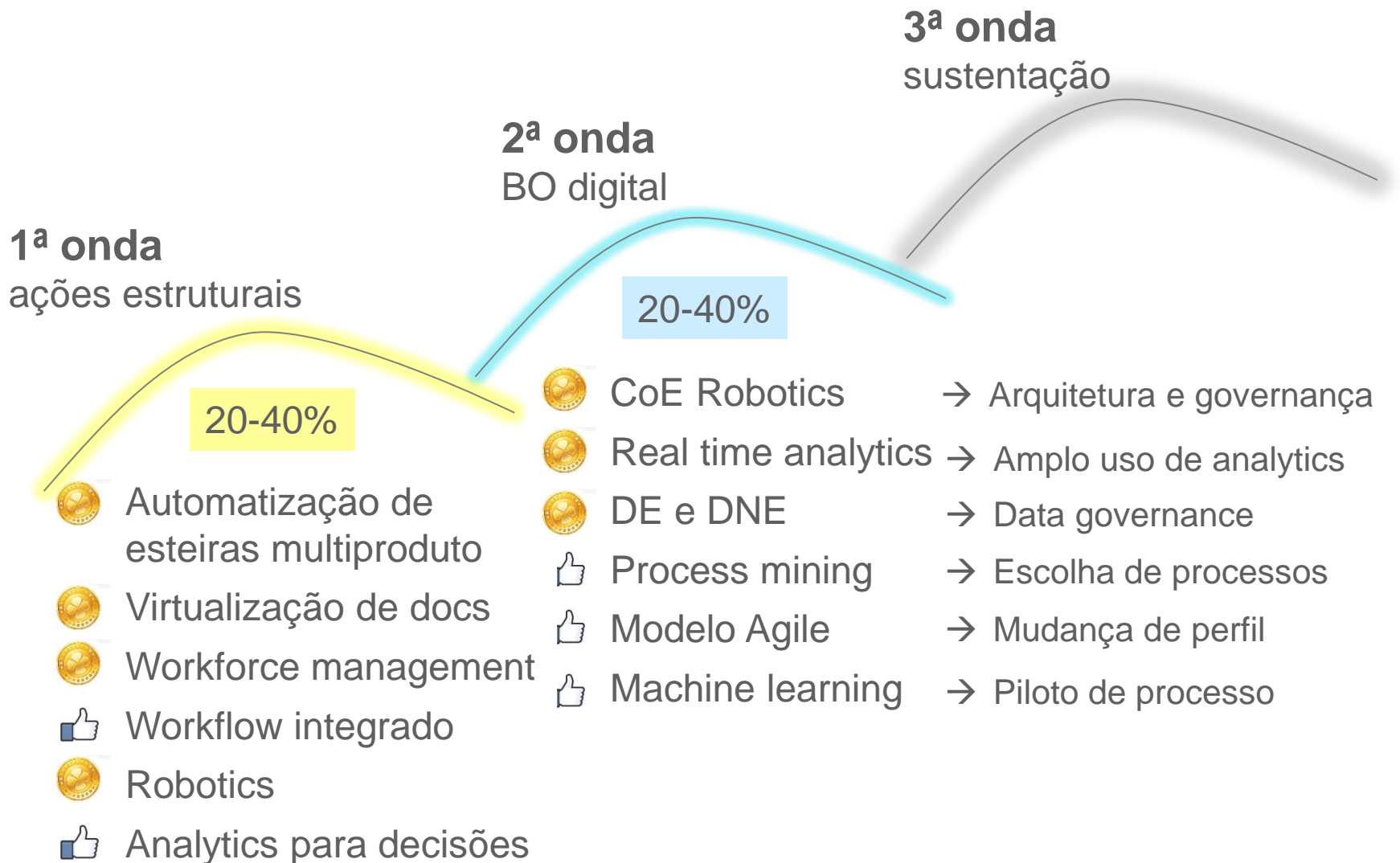
# Como transformo minhas operações e entrego os resultados de negócio?



 Potencial aumento de CX

 Potencial redução de custos

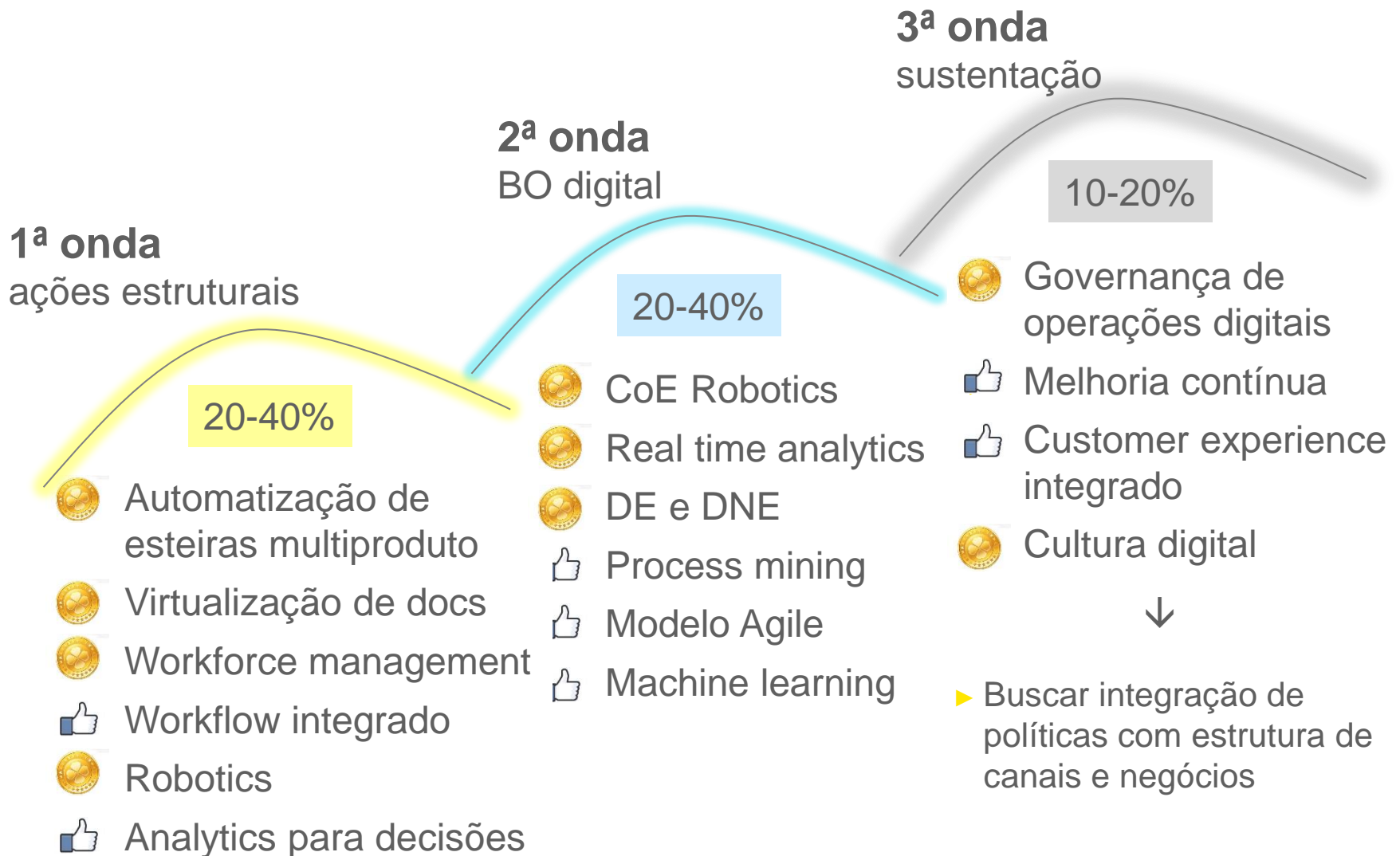
# Como transformo minhas operações e entrego os resultados de negócio?



👍 Potencial aumento de CX

🏆 Potencial redução de custos

# Como transformo minhas operações e entrego os resultados de negócio?

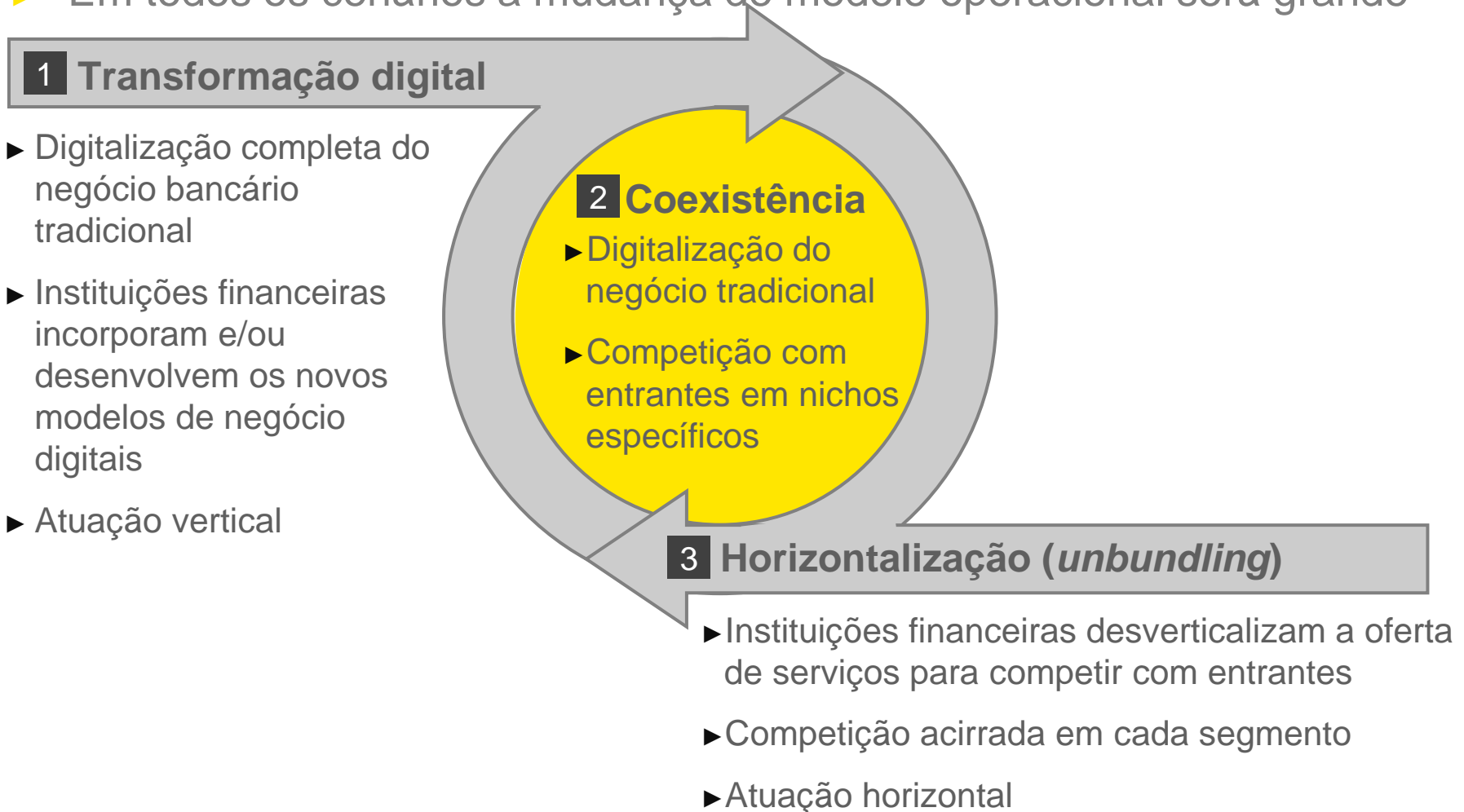


👍 Potencial aumento de CX

🏆 Potencial redução de custos

# Podemos não adotar tudo mas recomendamos adotar muito

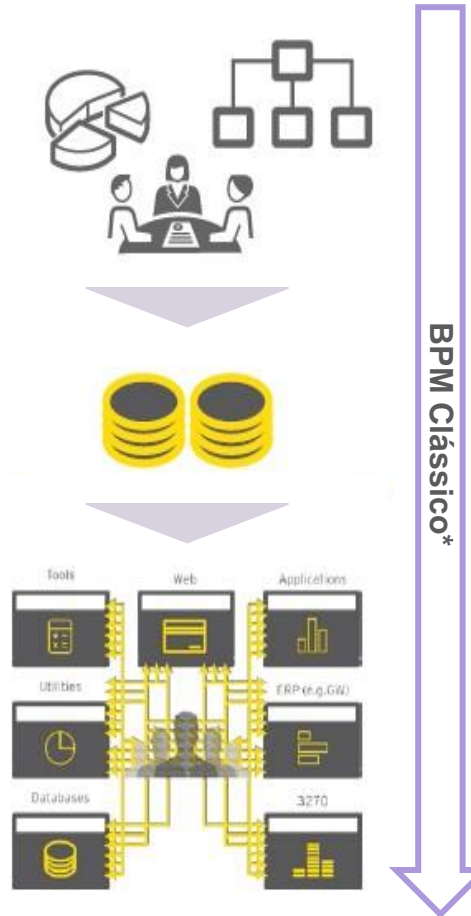
- ▶ Em todos os cenários a mudança de modelo operacional será grande



# Estamos preparados para não entender nossos processos?

- ▶ Process mining (de “process driven” para “data driven”)

- 1 Processos e operações são desenhados a partir de experiência
- 2 Sistemas são adaptados
- 3 Operações são estruturadas e dados são gerados a partir dos processos estabelecidos





# Estou realmente preparado para identificar casos críticos de minha empresa?

- ▶ Forensic data analytics (speech recognition)



- ▶ Seleção de áreas e processos target (investigação, fraude interna, canal de denúncia, assédio, corrupção)



- ▶ Desenvolvimento de expressões target
- ▶ Identificação de interações críticas
- ▶ Modelo de triagem automatizado (analytics)
- ▶ Separação e análise pontual



- ▶ 56% de aceitação do regulador
- ▶ Aumento de # de casos em ~10x
- ▶ Foco proativo
- ▶ Programa de cultura corporativa e políticas



# É uma longa jornada, mas nunca foi tão curta

---



Digital

A jornada digital já é uma realidade e devemos nos adequar aos novos modelos operacionais que sustentarão os negócios digitais



“Forças digitais”

Mobile, customer experience, amplo uso de dados e trabalho com parceiros (fintechs) serão os tracionadores para estruturação dos modelos digitais;



Clientes

Clientes desejam **comunicação transparente, ótimo tratamento de reclamações e flexibilidade de processos** (o que eu quero, como eu desejo);



Operações

As funções de back office serão aprimoradas mas continuarão existindo, os meios para entregar essas funções serão **totalmente digitais**



Transformação

Devemos ter uma agenda de entrega de valor a curto prazo e construção da “esteira digital” e “governança digital” a médio prazo, começando agora

