

UWS Customer
Management

AURIGA
the banking e-volution

WWS Customer Management

La solución de calidad superior de bienvenida a clientes para sucursales bancarias



WWS Customer Management es una fascinante extensión de la robusta y probada suite WWS Branch que optimiza por completo la experiencia del consumidor de realizar transacciones bancarias en una sucursal.

Utilizando WWS Customer Management, un banco puede facultar a sus gerentes de sucursal para optimizar la eficiencia de costos de las operaciones de su sucursal y, al mismo tiempo, maximizar el potencial de ventas complementarias de cada interacción con el consumidor.

¿Busca una experiencia más eficiente para el consumidor en una sucursal?

Los bancos de todo el mundo están transformando sus redes de sucursales para reducir el costo de las operaciones, atender a sus clientes con mayor eficiencia y aumentar la rentabilidad de sus relaciones con los clientes. La sucursal sigue desempeñando un papel vital en la estrategia general de la banca omnicanal. Las sucursales representan el verdadero “pegamento” entre los canales físicos y digitales, puesto que, a ojos de los clientes, no hay fronteras entre aplicaciones de banca móvil, cajeros automáticos, dispositivos de servicio asistido o asesores: son todas manifestaciones del mismo banco. La automatización de las transacciones de mostrador es, a menudo, un importante elemento de estas estrategias de transformación de sucursales para impulsar las ventajas de los modernos dispositivos de servicio asistido. Otro enfoque que se está adoptando de forma amplia es una entrega de servicios uniformes y bien orquestados a través de múltiples canales para el consumidor. En este contexto, WWS Customer Management puede proporcionar a los bancos beneficios incluso mayores en términos de optimización y racionalización de sus servicios al consumidor en la sucursal.

¿Busca un servicio más eficaz de control de colas y asesoría al cliente?

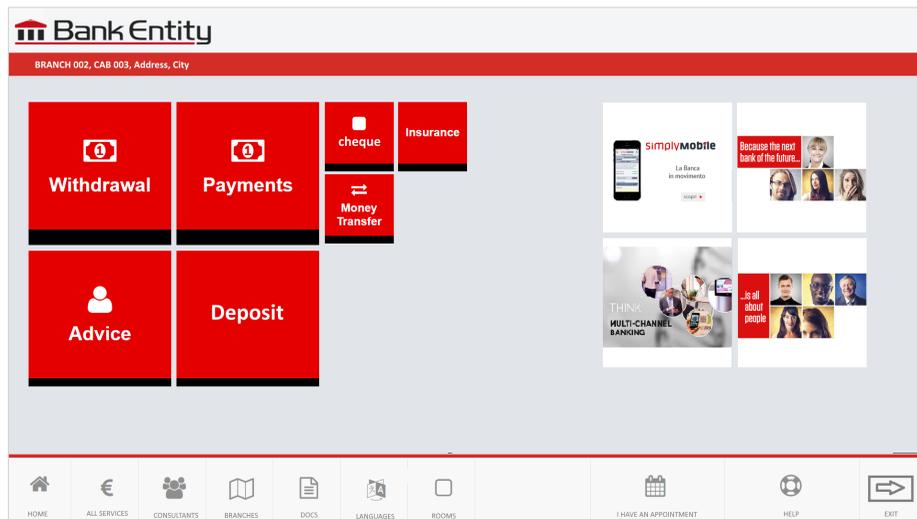
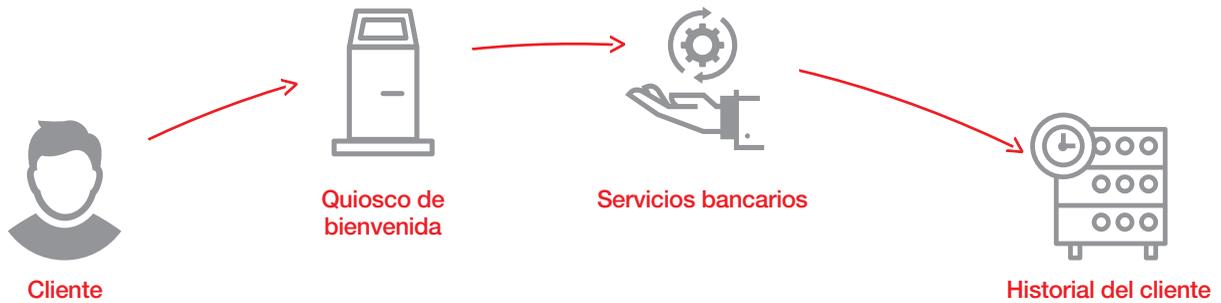
Los consumidores actuales son cada vez más exigentes y sofisticados, más consumistas y cada vez menos fieles. Los consumidores modernos están mejor informados que nunca y prestan una atención creciente al valor de los bienes o servicios que adquieren. La inversión para atraer nuevos clientes puede perderse fácilmente si la calidad y comodidad del servicio es limitada o incoherente. Por esta razón, el banco debe asegurarse de actuar para conservar la fidelidad de los clientes, por ejemplo, reconsiderando el proceso de entrada y control de colas de los clientes en la sucursal. En este contexto, tecnologías como WWS Customer Management pueden ayudar de forma decisiva, reconociendo al cliente desde el momento de su llegada y siendo capaz de proporcionarle el dispositivo o el asesor adecuado para sus necesidades. Además, esta solución puede mejorar la experiencia durante el tiempo de espera del cliente, las herramientas multimedia y promocionales que lo rodean y el entorno de la sucursal, haciendo más feliz al cliente, con tiempos de espera más cortos e interacciones más enfocadas, con efectos positivos en la retención y satisfacción del cliente.

¿Busca una mejor gestión del personal de sucursal?

WWS Customer Management proporciona al personal de la sucursal las herramientas adecuadas para administrar a sus clientes de manera eficaz, ayudándoles en las interacciones de autoservicio y proporcionándoles información sobre servicios financieros y productos adecuados a sus necesidades.

El personal de sucursal y los asesores adoptan con facilidad WWS Customer Management como forma de optimizar su carga de trabajo y sus tareas, resultando en mejoras adicionales en el servicio al cliente. El sistema permite al personal de sucursal monitorizar el flujo y la cola de clientes, el flujo de trabajo y la disponibilidad del autoservicio operativo, y revisar con facilidad la agenda de los asesores. El uso de WWS Customer Management para la planificación garantiza el cumplimiento de los objetivos de nivel de servicio sin gastos excesivos. El sistema genera horarios de personal y sirve de apoyo para las decisiones sobre planificación de agentes, presupuestos, diseño de sucursal y planificación a largo plazo. Permitir a los clientes concertar sus propias citas a través de sus teléfonos inteligentes proporciona múltiples beneficios, tanto a los propios clientes como a los asesores: por ejemplo, permite un servicio más rápido, colas más cortas y mayor eficiencia del agente. Además, cuando surgen nuevas oportunidades de ventas, los asesores tienen más tiempo de preparación, incrementando así sus tasas de éxito.

WWS Customer Management ha sido diseñado para proporcionar una experiencia intuitiva y de fácil uso, incluso para consumidores con muy poca o ninguna experiencia con computadores. Fácil de implementar en quioscos de pantalla táctil, WWS Customer Management proporciona al consumidor un centro de acceso práctico a todos los servicios y asesores del banco.



A su llegada al quiosco de bienvenida, los clientes se identifican y se les muestra el menú principal. Los clientes solo tienen que seleccionar los servicios que necesitan, siendo dirigidos inmediatamente al punto de atención apropiado, ya sea un dispositivo de autoservicio o un miembro del equipo de la sucursal. Se genera también una boleta de servicio para garantizar una experiencia sin inconvenientes, incluso en períodos de mucha demanda.

Los consumidores también tienen la opción de concertar citas previas para el acceso a las máquinas de autoservicio o a los asesores mediante una gama de canales, incluyendo una práctica aplicación móvil. Gracias a la cita previa para sus servicios, los consumidores pueden disfrutar de una experiencia sin tener que hacer cola. Además, la aplicación móvil permite a los clientes recibir información útil en tiempo real sobre el número de ventanillas disponibles en la sucursal, el número de clientes en espera y el promedio de tiempo de espera. Con esta información, los consumidores pueden elegir fácilmente entre dirigirse a su sucursal local en un período de baja actividad o concertar una cita previa para otro momento.

Resumen de beneficios para el consumidor

- ✓ Capacidad de realizar citas previas para minimizar los tiempos de espera.
- ✓ Reducción de la probabilidad de tener que hacer cola para servicios sin cita previa.
- ✓ Acceso más fácil a información sobre productos y promociones de su interés.
- ✓ Monitorización de las transacciones favoritas del cliente para un acceso más rápido.
- ✓ Asistencia en múltiples idiomas y elección de opciones de identificación.
- ✓ Cómodas opciones de citas previas, con elección del asesor por parte del cliente.



Beneficios para el banco

Los bancos están realizando notables inversiones en la transformación de sus sucursales con vistas a mejorar la eficiencia, impulsar las ganancias, adquirir nuevos clientes y mejorar la calidad de las interacciones de los clientes.

WWS Customer Management es una herramienta imprescindible para el seguimiento de los progresos frente a estas métricas fundamentales de rendimiento. Una gama de elementos gráficos y tabulares en el panel de control proporciona respuestas al momento para una serie de preguntas importantes, entre ellas:

- ✓ ¿Está aumentando el número de visitas sin cita?
- ✓ ¿Cuántos nuevos clientes se han adquirido durante el período de informe?
- ✓ ¿Cuál es la tasa de demanda de un servicio de reciente promoción?
- ✓ ¿Cuáles factores demográficos de clientes están aumentando la frecuencia de sus visitas a la sucursal?
- ✓ ¿Hasta qué punto somos capaces de atender las necesidades de nuestros clientes?

Además de proporcionar una imagen nítida del funcionamiento de la sucursal, WWS Customer Management ofrece una serie de beneficios adicionales para el banco, incluyendo:

- ✓ La posibilidad de entretener y educar a los consumidores en espera utilizando servicios de señalización digital integrados para facilitar el aumento de ingresos mediante la publicidad digital y el incremento de ventas de producto.
- ✓ La creación de un sistema de programación unificada de citas, accesible desde cualquier canal de servicio, para maximizar el acceso a asesores y consejeros de productos.
- ✓ Un recorrido coherente y convincente para el consumidor, desde la identificación inicial de necesidades o la elección de los asesores apropiados hasta los mensajes al cliente, tanto antes como después de su cita en la sucursal.
- ✓ Y el seguimiento eficiente de las acciones acordadas.

