



UN CALL CENTER INTEGRAL para ATENCIÓN a CLIENTES

MAPFRE

Un Sistema de Comunicación que une la información del Cliente (CRM) con la Información Administrativa (ERP), incrementando las Ventas de Seguros vía telefónica.

Caso de Referencia

“Approach se ha convertido en la aplicación crítica de MAPFRE “

Ing. Javier Alfaro
Director Ejecutivo de Tecnología

Situación

MAPFRE es una de las empresas de seguros de mayor crecimiento en Latinoamérica y a través de la estandarización de sus procesos ofrece un servicio confiable, de calidad uniforme en el continente.

Debido al crecimiento del negocio, MAPFRE requería una Tecnología que le brindara la capacidad para:

Mejorar el Control de la Información relativa a las Interacciones de MAPFRE con sus Clientes

Tener más alternativas de Comunicación con los Clientes de forma Integral y Controlada

Combinar la Información del CRM con la del ERP en su Sistema de Ventas y Atención al Cliente.

A través de Approach, MAPFRE tuvo el acceso a tecnología de punta, que le permitió cubrir sus requerimientos de negocio, al mismo tiempo que le daba la posibilidad de crear nuevas formas de

Solución

Inster, empresa de Grupo Scanda, comercializa Approach y ofreció a MAPFRE, tanto el producto, como los servicios de implementación del Call Center. Esta implementación se compone de las siguientes actividades:

Levantamiento y Parametrización para adaptarlo a las necesidades específicas del Negocio

Desarrollo de Interfaz para integrar el Call Center a su sistema de Clientes (CRM) y Administración (ERP).

Diseño e Implementación de las diversas funcionalidades del Producto.

Algunas de las funcionalidades críticas del producto son:

Manejo integral de llamadas desde que se recibe hasta que se cierra el servicio,

Grabación de llamadas desde cualquier punto durante el proceso, acorde a las necesidades del negocio.

Capacidad para programar llamadas con base en una lista definida por el Cliente.

Perfil del Cliente

MAPFRE es una empresa de seguros española con presencia en los principales países de América Latina, Europa Y España.

Hoy en día esta empresa, Una de las más importantes en el mundo de los seguros, ha incrementado su participación en Latinoamérica gracias a su servicio, filosofía, y tecnología, que le permiten responder a las necesidades de sus clientes de manera eficiente y oportuna.

MAPFRE cuenta con más de 10,000 Empleados repartidos entre las principales capitales del Mundo con acceso a sus sistemas y con procesos completamente estandarizados y orientados a ser mas eficiente y servir mejor a sus Clientes.

Problemática

MAPFRE necesitaba un sistema integral de servicio al cliente que le permitiera proveer un servicio personalizado, dándole la capacidad de controlar la calidad de los servicios que ofrece.

El objetivo era, a través de esta alternativa, contar con un medio para incrementar sus ventas de seguros vía telefónica, en un ambiente integral fácil de manejar, con un sistema de reportes flexible y un tiempo reducido de implementación.

Un requerimiento importante era que el producto fuera sencillo de utilizar, para que, a través de una capacitación breve para sus agentes telefónicos, estos pudieran ofrecer, de manera efectiva, las diferentes campañas que se diseñaran.

Todo lo anterior con un buena

Solución

Se implantó un Call Center de nueva generación marca Approach que puede funcionar tanto en un ambiente IP, como en uno tradicional .

Se integró con sus sistemas de Servicio al Cliente (CRM-Pivotal) y administrativo (ERP), este último desarrollado por la empresa con la mas alta tecnología de punta.

Se programó el sistema de marcación predictiva que les permite hacer llamadas para comercializar sus productos con base en una lista de Cliente potenciales, reduciendo el tiempo que el personal invierte en hacer las llamadas

Se implementó un Sistema de Soporte integral de 7 x 24 horas, los 365 días del año, para garantizar la pronta respuesta a cualquier incidente que pudiera presentarse.

Beneficios

Servicio personalizado para sus clientes, tanto para la solución de requerimientos como para el seguimiento de los mismos

Se redujo significativamente el tiempo que el personal invertía en hacer llamadas telefónicas en busca de Clientes potenciales.

Facilitó la adopción de las mejores prácticas de Call-Center en otras oficinas de MAPFRE en el mundo.

Abrió nuevas alternativas para comercializar, vía telefónica, los Productos tradicionales de MAPFRE.

Le brinda a la Dirección la información necesaria para controlar la operación y los resultados de sus áreas de Ventas y Servicio.