

Noi oportunități prin Contact Center Banking

De multă vreme, telefonul a reprezentat interfața și mijlocul primar de comunicare dintre o organizație și clienții acesteia. Deși mai recent canalele online banking s-au afirmat foarte puternic, înregistrând creșteri impresionante, call center-ul a rămas unul dintre variantele de bază prin care clienții de retail interacționează cu propria bancă și fac tranzacții propriuzise. Forța acestei „entități vii” este încă redutabilă câtă vreme majoritatea oamenilor cer încă să-și discute problemele cu o persoană avizată, nu cu o mașină.

Vânzări, vânzări, vânzări

De regulă, băncile sunt concentrate mai degrabă pe utilizarea canalelor de distribuție asistată de personal pentru propriile produse și servicii, orientând tot mai mult tranzacțiile clasice spre variante mai ieftine, de tip self-services, care includ online și mobile banking, dar și IVR (platforme interactive, folosite pentru a răspunde apelurilor de voce ale clienților). Există destule instituții de credit care au ajuns la concluzia că elementul critic în vânzările directe și încrucișate de produse și servicii bancare îl reprezintă consilierea clientului, furnizarea unui set de informații corecte și complete, precum și șansa de a sublinia avantajele imediate ale ofertei. De bună seamă, clienții pot fi informați substanțial la distanță prin internet sau alte mijloace de comunicare, însă o consiliere adecvată, persuasivă, presupune prezența unui personal calificat și cunoștințe de specialitate.

Dar agentul de vânzări sau operatorul sunt doar un element; fără o ofertă bine țintită, nu se poate vorbi despre un succes garantat. Când vorbim despre apeluri telefonice făcute de clienți către bancă (când aceștia sună cu o problemă personală bine definită), agentul are la

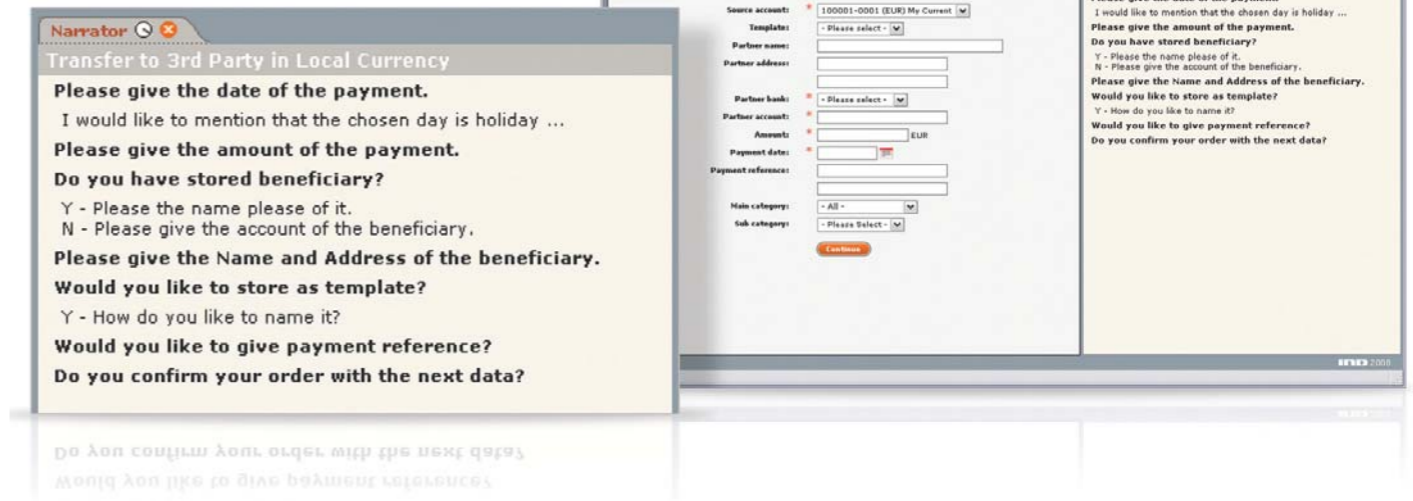
dispoziție doar câteva secunde să reușească să rețină atenția clientului cu o ofertă nouă, fie ea desprinsă dintr-o anume campanie, fie de fidelizare.

Centrul de contact – un instrument de vânzare și tranzacționare de tip „2 în 1”

Acesta este motivul pentru care agentul trebuie să dispună de informația potrivită în timp util, pentru a fi în măsură să prezinte produsele și serviciile clienților cei mai nimeriți. Este, practic, nevoie de un instrument special, care ajută agentul în paralel la efectuarea tranzacției solicitate de client, cât și la vânzarea propriu-zisă.

Pachetul de aplicații front-office IND Contact Center Banking oferă o imagine globală unică despre client, iar toate serviciile de banking (instrucțiuni, tranzacții, ordine de plată) pot fi executate printr-o singură interfață a centrului de contact. Imaginea de 360 grade asupra clientului permite agentului să acceseze datele privind profilul clientului (o imagine completă despre conturile clientului, rulaj, depozite, împrumuturi și tranzacții recente) și prezintă doar acele

oferte care se potrivesc nevoilor respectivului client – totul pe un singur ecran. Astfel, agentul/operatorul poate răspunde pe loc la cele mai multe întrebări, apropiind determinant clientul de oferta respectivă. Concomitent, se pot iniția și tranzacțiile solicitate prin același ecran,



asa încât timpul de răspuns se reduce semnificativ. În ideea de a simplifica procedurile de tranzacționare și vânzare, aplicația software pune la dispoziția agentului un instrument special, numit Narratorul. Acesta nu este altceva decât un ghid standard care conține întrebări predefinite și șabloane, precum și toate ofertele și promoțiile disponibile. Folosind o astfel de metodă, call center-ul se apropie mai mult de client, crescând veniturile băncii și asigurând servicii mai bune clienților.

Multichannel concept

Produsul-fanion al grupului, IND Banking Front-Office, pune la dispoziția personalului calificat din bănci o suită completă de canale tip „sales and banking”, incluzând sucursala, canalul internet, mobile banking și contact center, totul pe aceeași platformă integrată. Această platformă permite ca toate activitățile bancare și tranzacțiile să fie urmărite în mod independent și distinct. De exemplu, în cazul în care un client se blochează în cursul unui proces de internet-banking și sună la call center

IND optimizează forța tehnologiei și a personalului pentru a asigura clienței servicii de cea mai bună calitate, ca și produse și servicii personalizate și cu adevărat necesare.

pentru ajutor instant, agentul îl poate sprijini cu ușurință, de vreme ce acesta vede, ca și clientul mai puțin experimentat, același lucru pe ecranul din fața

sa, reușind să înțeleagă foarte repede cum trebuie să rezolve situația. Cu alte cuvinte, soluția asigură o interacțiune bidirecțională între utilizatorul serviciului de internet-banking și operatorul de serviciu.

Business Intelligence Agent(cy)

Un alt aspect de luat în considerare este acela că respectivul call center devine, de asemenea, și o sursă inteligentă de informație pentru business. Agenții din call center sunt instruiți asupra felului prin care să adune date și informații valoroase de la clienți, date pe care banca le poate fructifica ulterior atunci când pregătește oferte centrate pe client. IND Contact Center Banking permite agentului să adauge astfel de informații la profilul clienților.

IND optimizează forța tehnologiei și a personalului pentru a asigura clienței servicii de cea mai bună calitate, ca și produse și servicii personalizate și cu adevărat necesare. IND Contact Center Banking face ca un call center să devină un canal eficient de vânzare și de servicii exemplară a clienților.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm vizitați adresa www.indgroup.eu sau trimiteți mesajul dvs. la info@indgroup.eu

IND
The Banking Front-Office Technology