



HISTORIAS DE CLIENTES

Banc Sabadell: El canal chat como aliado en su estrategia de atención al cliente.

Banc Sabadell consiguió en solo cinco meses, en plena pandemia, poner en marcha el canal chat y, posteriormente, optimizarlo integrándolo Zendesk, por primera vez, con un asistente virtual inteligente.



“Zendesk tiene potencial para ser la herramienta que centralice todo el modelo de atención del canal escrito entre nuestros clientes y el banco y esto incluye tanto la atención de servicing como la atención desde oficinas. Se valora positivamente en nuestro mapa de arquitectura de aplicaciones como una pieza importante en nuestra estrategia”.

– Marta Amo

Directora de Plataformas de Atención al Cliente – Banc Sabadell

NÚMERO DE ACCIONES

5,627 millones

NÚMERO DE ACCIONISTAS

224,715

145,000

Atención a través del canal de chat
(media de contactos al mes)

90/10-15

Tasa de servicio con agentes
virtuales y humanos

116

Agentes atendiendo por chat



Conquistar el aumento exponencial de consultas con la asistencia por chat

Banc Sabadell, fundado en 1881 y perteneciente al IBEX 35, es uno de los principales grupos bancarios del sistema financiero español. Actualmente, está presente en 14 países y cuenta con bancos comerciales en España, el Reino Unido y México. Su modelo de negocio se basa en una estrategia de servicio centrada en el cliente, con una apuesta firme por la digitalización.

La medida del cierre de oficinas bancarias que se dictaminó debido a la propagación de la COVID-19, fue un gran reto para todas las entidades bancarias. En el caso del Banc Sabadell, esta situación llevó a sus responsables a pensar en habilitar una alternativa de contacto digital para sus clientes. Con ello se buscaba descargar presión sobre el canal telefónico que, con el cierre de las sucursales debido a la pandemia, iba a experimentar un crecimiento exponencial de contactos. Así, se decidió implantar un chat escrito habilitado en la página web y en la App del banco.

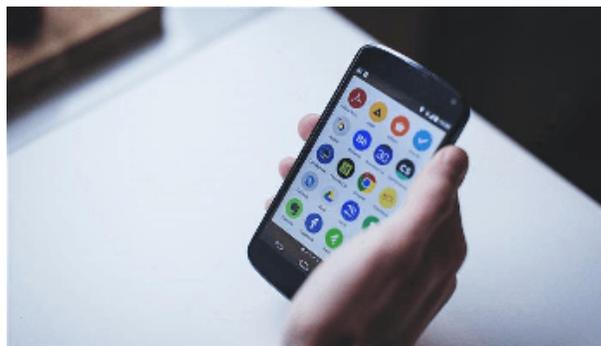


Montar un canal operativo "contrarreloj"

La opción de llevar a cabo este proyecto con Zendesk se planteó como la más ágil y fácil, puesto que los agentes que atendían las redes sociales ya usaban esta solución. El objetivo era que los clientes pudieran, de forma autónoma, gestionar sus consultas y a los agentes no les resultara muy complicado familiarizarse con la herramienta.

De esta manera, los usuarios, tenían la opción de realizar sus preguntas, para ser contestadas a través de una serie de FAQs capacitadas por Zendesk. En caso de no encontrar la respuesta adecuada, siempre podían resolver sus dudas con la ayuda de un agente.

"Conseguimos poner el chat en marcha, en un tiempo récord de seis meses, teniendo en cuenta, además, la situación complejísima que se vivía en 2020 por la COVID-19. Se comenzó con 20 agentes y logramos reducir el impacto del cierre de las oficinas", cuenta Marta Amo, directora de Plataformas de Atención al Cliente.



Herramienta amigable

En esta situación, Zendesk se convirtió en el *back office* del chat para los gestores. Se mostró como una herramienta con buenas funciones a nivel operativo, que permitía automatizar ágilmente las resoluciones de las consultas, lo que era un objetivo prioritario.

Además, la facilidad de uso que la herramienta presenta, ha repercutido en su buena acogida por parte de los agentes. "El espacio de trabajo es amigable a pesar de que pueda ser complejo atender, por ejemplo, tres chats a la vez. Especialmente si pensamos que para los agentes suponía un reto atender por un canal escrito a un cliente en tiempo real. Esta apuesta supuso un cambio de mentalidad enorme, pero salió muy bien", comenta José Juan Martínez.

Otra facilidad añadida que presenta la herramienta para los gestores es que también pueden consultar las FAQs dadas de alta para los clientes. Son accesibles para ellos a modo de diccionario o base de datos ante dudas que les puedan surgir.

En todo el proceso de creación del canal chat la ayuda que Zendesk proporcionó para ordenar las FAQs y generar un contenido de mejor calidad, fue realmente importante. Sin embargo, se constató que no siempre el cliente conseguía encontrar lo que buscaba, sobre todo si no utilizaba algunas de las palabras clave incluidas en las FAQs. De hecho, entre un 40-50% de los chats que se iniciaban al inicio de la implantación, acababan siendo derivados a un gestor humano.

"Para evitar esto necesitábamos trabajar con un algoritmo que pudiéramos entrenar y personalizarlo a nuestro propio cliente, operativas y productos. El problema es que necesitábamos de dotar de capacidad basada en inteligencia artificial a Zendesk", recuerda José Juan Martínez.

Interoperabilidad de la tecnología de Zendesk

Para solventar esta situación, desde finales del pasado año y durante este se ha trabajado para incluir un asistente virtual inteligente con capacidad de aprendizaje a través de alguna plataforma cognitiva de referencia en el mercado. *“Una integración de este tipo entre Zendesk y una plataforma cognitiva no se había hecho nunca hasta ese momento, lo que para nosotros ha sido otro hito importante. De hecho, se fabricó una pieza ad hoc para esta integración, que hemos podido poner en producción este año con bastante buena aceptación por parte de los usuarios”,* señala Juan José Martínez.



Lo que le espera al cliente digital



“En el primer semestre de 2022 nos hemos dedicado a construir un modelo más maduro y robusto y a detectar cómo mejorar la experiencia del cliente y la usabilidad de canal chat. Trabajamos con un asistente que cada vez es más inteligente, a medida que interactúa con los clientes y conoce su realidad cotidiana”, concreta Marta Amo.

Contar con un canal de estas características, permite a Banc Sabadell dirigir a sus clientes digitales al chat para resolver sus gestiones de una manera autónoma y ágil. *“La estrategia del banco es derivar a los clientes al modelo de autoservicio en el canal escrito. Salvaguardando a colectivos como el senior o grandes clientes”,* comentan desde la entidad financiera.

Con el fin de desarrollar más opciones para los clientes digitales, los responsables de Banc Sabadell, quieren dotar al asistente de capacidad transaccional, que tenga una visión completa de todos los canales con los que el cliente pueda interactuar. *“Imaginemos que un cliente está haciendo una transferencia y el sistema da error. En este caso, el asistente virtual deberá ser capaz de mostrarle cuál es el problema, si, por ejemplo, es porque no tiene saldo o porque la transferencia es superior a su límite permitido. En estos momentos, estamos definiendo cómo crear toda la arquitectura que nos permita realizar estos procesos”,* cuenta José Juan Martínez.

Apuesta de futuro por Zendesk

Para llegar a este punto, ha sido importante el uso de la herramienta de Zendesk, especialmente en la gestión de las redes sociales y en el canal chat. Esto ha permitido a los responsables de Banc Sabadell conocer mejor las posibilidades que la tecnología de Zendesk les ofrece en otros procesos.

En este sentido, hay que apuntar que ya se está implantando Zendesk en otros importantes procesos de negocio del banco, como es el alta digital. Aquí se utiliza como una herramienta integradora con las unidades de *back office*.

Se optó por Zendesk porque el equipo que tiene que supervisar el alta digital para validarla es el mismo que atiende el *chat*. De esta manera, se maximiza la productividad de los agentes a la vez que se facilita el trabajo de los empleados que tienen sus gestiones en una única herramienta.



Le ayudamos a impulsar la Experiencia del Cliente
y del Colaborador de su Organización

✉ info@interactioncx.com ☎ +507 6631-8777

Prueba Zendesk

Empieza tu prueba gratis
y mira a Zendesk en acción

