innova-tsn

Monetización y soporte del CEX mediante AI y Advanced Analytics

Innova-tsn

Dando forma a las ideas

> *QUE NUESTROS CLIENTES TOMEN MEJORES DECISIONES DE NEGOCIO BASADAS EN LA INFORMACIÓN QUE LE PROPORCIONAN NUESTRAS SOLUCIO*

14 años de experiencia

+220 consultores

3 oficinas

+200 proyectos al año

+50 clientes activos por año

5 áreas transversales

Soluciones personalizadas

Partnership estratégico

Innova-tsn: Visión y Experiencia

Innova-tsn: Overview

KDD2017

Halifax, Nova Scotia - Canada

August 13-17, 2017

1° puesto en EMEA

Y

7° puesto en el MUNDO

innova-tsn

Impulsando su talento a nivel Mundial

SAS Partner Estratégico

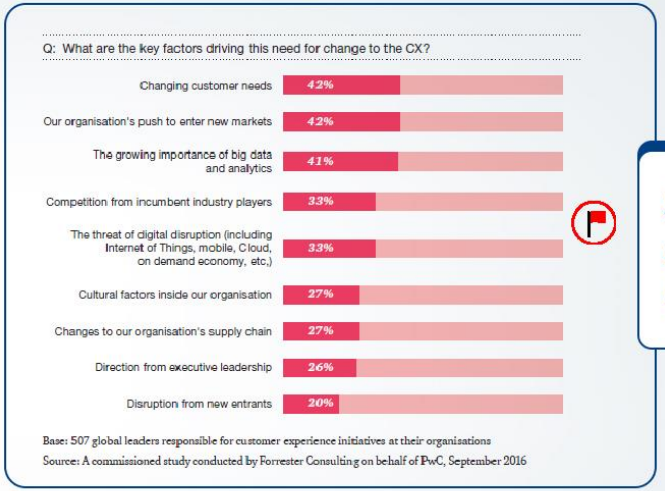
SAS GOLD
PARTNER

2018
Regional Partner
of the Year
for S&E EMEA

En qué punto se encuentra la gestión de la CEX

Ámbito internacional

Principalmente "se escucha"



Se es consciente de la necesidad del cambio

Pero se es muy optimista respecto a la rapidez y éxito del cambio

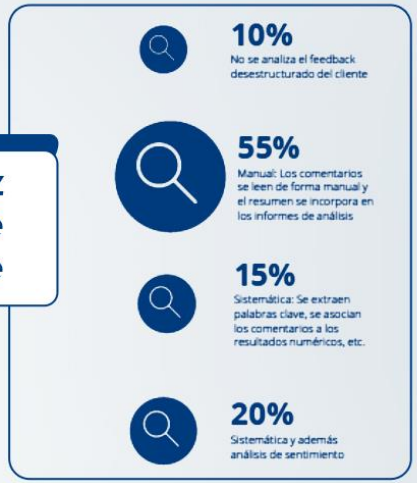
Fuente de los gráficos: Changing the game: The new rules of Customer Experience in the 'Intelligent Experience Economy' pwc 2017. Ámbito internacional.

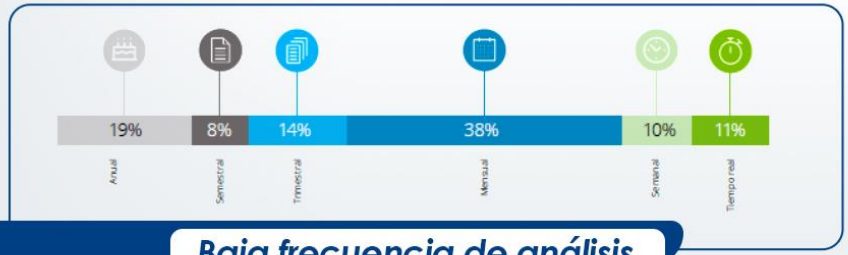
En qué punto se encuentra la gestión de la CEX

Ámbito nacional (datos complementarios)

Aún queda camino por recorrer

Hay mucha Voz del Cliente que no llega a oírse





Baja frecuencia de análisis y obsolescencia del dato

Poca información del impacto

Fuente de los gráficos: Transformando el negocio a través de la Voz del Cliente. 2016 Estudio Nacional sobre el nivel de "operativización" de la Experiencia de Cliente. Deloitte 2016. Ámbito nacional.

Aspectos clave: VoC limitada, obsolescencia del dato y retorno incierto o lento

Modelo de la Onda del Cliente.. ¿Qué es experiencia de Cliente? Asociación DEC 2014

Cómo monetizar CEX mediante Advanced Analytics

1 Incrementando su potencial:
Incorporar a VoC la información que ya se tiene

2 Luchando contra la obsolescencia del dato:
Vincular CEX directamente a negocio

3 Ejecutando su capacidad de impacto:
Accionar la información para un retorno rápido

innova-tsn

Hay una riqueza enorme de información que no se incorpora a CEX

1 Incrementando su potencial: **Incorporar a VoC la información que ya se tiene**

	Estructurada	NO estructurada
Incluida en la VoC	• Encuestas "ordenadas"	• Quejas y reclamaciones escritas (de forma manual)

NO incluida en la VoC	• Encuestas "no ordenadas"
	• Selección de la opción de IVR
	• Actividad en la página privada de la web.
	• Atención telefónica
	  • Datos operacionales (hora de inicio, duración, abandono…)
	  • Datos de calidad de la atención (calidad "objetiva", nº de rellamadas, FCR…)
	• Datos operativos a lo largo del Cust. Journey (tiempo de onboarding, baja en productos, siniestro rechazado, cancelación sin efecto…)
	• Datos de Cliente (edad, sexo, ID…)
		• Quejas y reclamaciones escritas (de forma automática)
		• Atención telefónica
		  • Quejas
		  • Comentarios
		• E-mail, cartas, faxes…
		• Chats online
		• Redes Sociales? (no necesariamente)

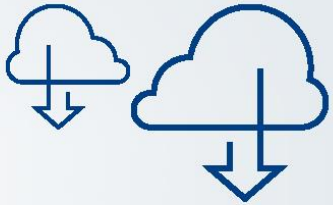
innova-tsn

Hay una riqueza enorme de información que no se incorpora a CEX

1 Incrementando su potencial: **Incorporar a VoC la información que ya se tiene**

1. ¿Datos Masivos? ¿Almacenamiento sin tratar? ¿Necesidad de procesamiento paralelo?
2. ¿Trasladar conversaciones a texto?
3. ¿Incorporar información en texto no estructurado?
4. ¿Entender las emociones que expresan nuestros clientes al comunicarse con nosotros?

¡Cuidado con…!



reparación
nº de llamadas
apertura de siniestro
Información *rechazo parcial*
rechazo total **contact centre**
INDEMNIZACIÓN

Modelo de la Onda del Cliente.. ¿Qué es experiencia de Cliente? Asociación DEC 2014

El dato de CEX de hoy puede no ser válido mañana mismo

2 Luchando contra la obsolescencia del dato: **Vincular CEX directamente a negocio (1/4)**

Clientes 1

- Ramo Hogar
- **Indicador de CEX global: 9/10**
- Fecha de medición: 13dic2017
- Medición aleatoria
- Antigüedad de cliente: mar2010
- Próxima renovación: 1mar2018
- Prima actual vs año anterior: -3%
- Renovó: Sí/No

- **Siniestro de agua el 10ene2018**
- **Perito tardó 1 semana en aparecer**
- **Siniestro rechazado. Filtraciones no cubiertas**

Cliente 2

- Ramo Hogar
- **Indicador de CEX: 7/10**
- Fecha de medición: 20ene2018
- Medición aleatoria
- Antigüedad de cliente: abr2012
- Próxima renovación: 1abr2018
- Prima actual vs año anterior: +2%
- Renovó: Sí/No

- **Cliente hipotecario**
- **Multipóliza**
- **Acciones de fidelización en feb2018**

Es preciso determinar el dato de prescripción/satisfacción/… desligado de la encuesta puntual, más si cabe con las limitaciones de frecuencia de contacto del seguro

Modelizar la variable respuesta en función de datos operacionales

2 Luchando contra la obsolescencia del dato: **Vincular CEX directamente a negocio (1/4)**

Datos operacionales, de gestión de clientes, etc. → Indicador sintético de CEX recurrente → Modelo mejorado de abandono → Reglas de negocio y alertas

No hay una única respuesta para todos los problemas de modelización

Objetivo de negocio

Variable Target
- Categórica
- Numérica
- Texto/Imagen

Problema Analítico
- Clasificación
- Regresión
- Clustering
- Gemelos…

Acercamiento
- Modelos Estadísticos
- "Machine Learning"

SELECCIÓN DE LAS TÉCNICAS

- Precisión de la Previsión
- Parámetros a Configurar
- Tiempo computacional
- Volumen Variables/Datos
- Uso de Memoria
- Linealidad

Imprescindible: llevar CEX al punto de acción

3 Ejecutando su capacidad de impacto: **Accionar la información para un retorno rápido**

Acciones de retención reactiva

Acciones de retención proactiva

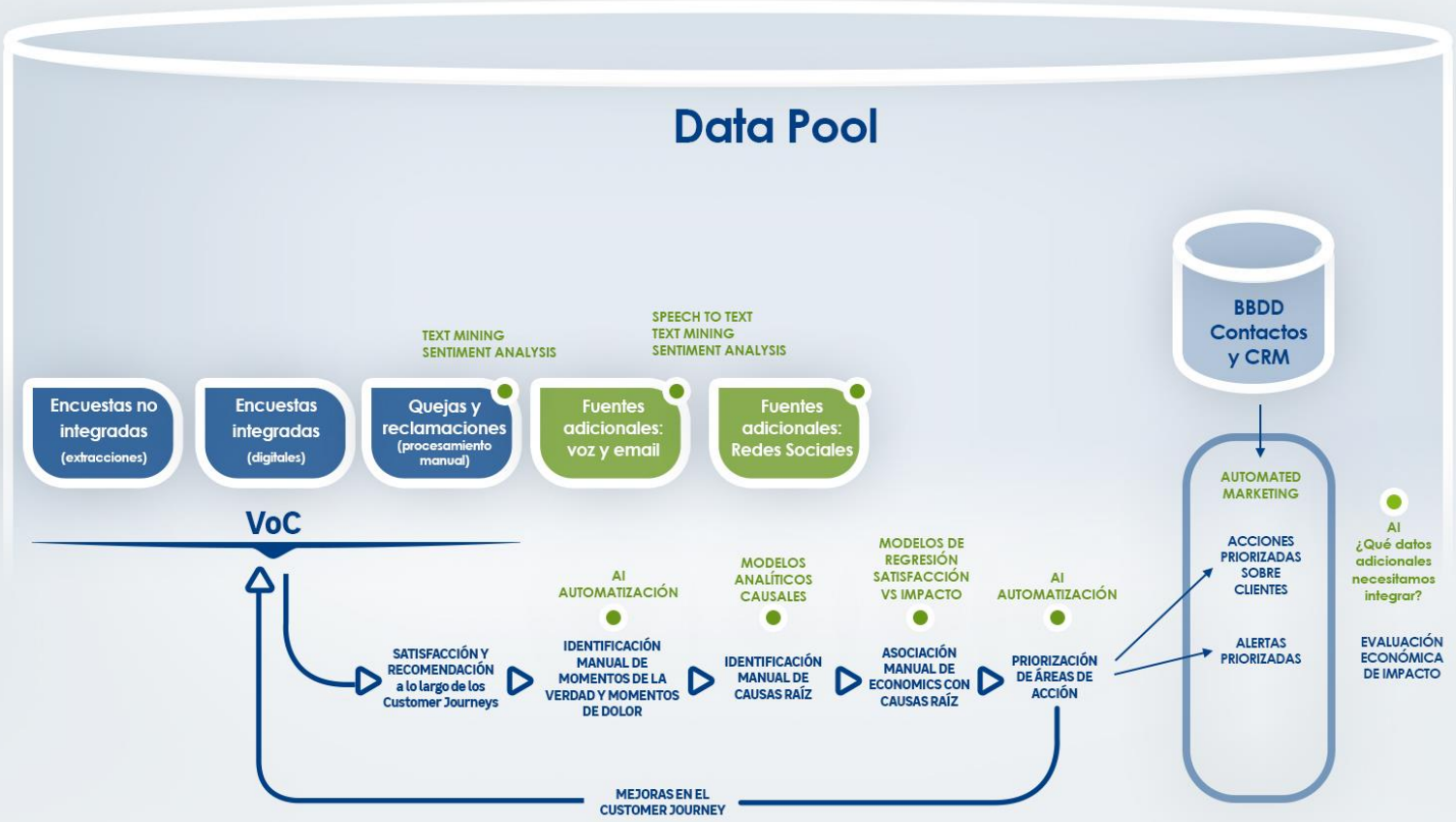
Acciones de fidelización

Y con todo ello…

MEDIR,INTERPRETAR Y… ¡VUELTA A EMPEZAR!

Una vez en marcha, considerar utilización en acciones medio-largo placistas o asociadas a otras variables de respuesta (Fidelización fuera de renovación, NBA/NBO…)

Algunos impactos sobre el proceso actual



La monetización viene de:

- Introducir analítica en la respuesta a las situaciones de CEX
- Predecir el impacto de CEX en el negocio y ser capaz de cuantificarlo
- Utilizar elementos de CEX como variables críticas de negocio
- Implantarlos en el negocio
- ¡Demostrar resultados rápidamente!

Algunos aspectos clave y reflexiones para casa

- La finalidad es dar más valor al dato de CEX, no un “bonito modelo”
- El enfoque no es reemplazar a los humanos. Análisis experto siempre acompañando a la analítica.
- La etiqueta perjudica el análisis: el gran mundo de los neutros es un “océano sin orillas” en el sector seguros
- ¿Realmente sabemos las causas raíz subyacentes en las malas experiencias? ¿Y cuáles son de entre ellas las que más impactan en el negocio, las que más influyen en el cliente?
- Comunicación en ambos sentidos (negocio-analítica-negocio)
- Fundamental: hacer que el dato de CEX no esté aislado de la organización

Innova-tsn: Información de Contacto

Carlos Larrea
Business Development Manager

Teléfono:
609210776

E-mail:
carlos.larrea@innova-tsn.com

innova-tsn
GRACIAS