

CASO DE ÉXITO



REALE GROUP

Reale Group elige Medallia para una gestión óptima de sus clientes



+ 4,6

millones de clientes

+ 3.700

empleados en Italia, España y Chile

+49%

de los detractores pasaron a ser "neutrales"

+24%

de los detractores se convirtieron en "promotores".

REALE GROUP
Industria: Seguros

Medallia

RESUMEN

- Reale Group sitúa al cliente en el centro de su estrategia con el lema "Together More"
- Reale Group ha elegido Medallia como plataforma para recopilar y analizar la Voz del Cliente (VOC) de forma estructurada y continua.
- La implementación de Medallia ha mejorado la Experiencia de Cliente (CX) y ha optimizado los customer journeys, lo que ha dado lugar a un aumento significativo del Net Promoter Score (NPS) relacionado con la calidad del servicio.
- El uso de las soluciones de Medallia se ha traducido en beneficios como la reducción de los costes de servicio, la disminución del abandono de clientes y el apoyo a la transformación digital de la empresa.

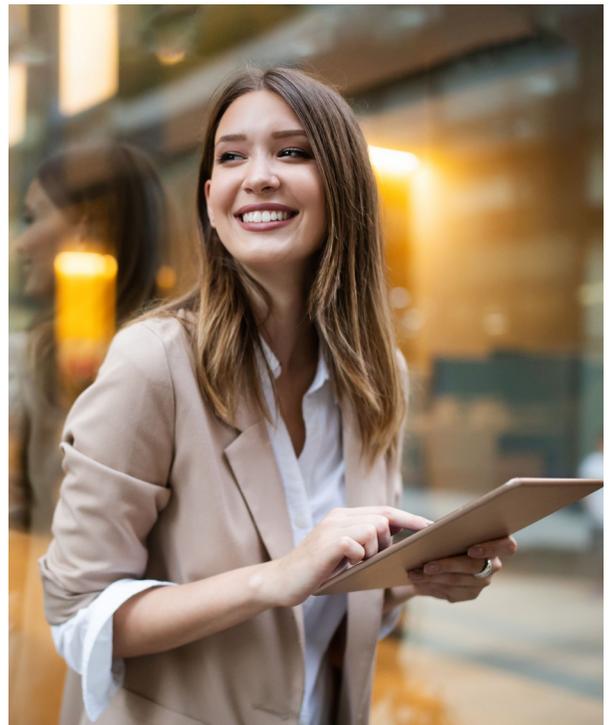
de contar con una plataforma tecnológica capaz de escuchar de forma estructurada, continua y en profundidad la Voz del Cliente (VOC) mediante un análisis de todas las interacciones de los clientes, necesario para mejorar el sentimiento de la base de clientes y alcanzar así sus importantes objetivos empresariales.

Cabe señalar que la adopción de una plataforma para la gestión de la CX en Reale Group ha ido de la mano del desarrollo en todos los departamentos de una cultura centrada en el cliente mediante la organización de reuniones y cursos de formación y la identificación de 30 embajadores de CX. Además, este desarrollo contaba con el apoyo de la mejora gradual de las capacidades tecnológicas y organizativas generales, necesarias para responder a las indicaciones que llegan de los clientes y mejorar así constantemente sus journeys, así como las experiencias ofrecidas.

Desafío

En consonancia con los valores de la empresa, el plan estratégico cuatrienal de Reale Mutua definido en 2019 incluía entre sus pilares el de convertirse en una realidad aún más "centrada en el cliente". La misión definida tras un análisis inicial era, por tanto, dotar a la empresa de las competencias, metodologías y tecnologías que le permitieran investigar mejor -en comparación con lo que se había hecho hasta entonces- la voz del cliente para comprender sus necesidades más profundas, poder analizarlas de forma continua y actuar dando respuestas adecuadas a todos sus deseos.

Las encuestas "puntuales" realizadas por empresas externas resultaban insuficientes, lo que ponía de manifiesto la necesidad



Acción

"En la primera fase, trabajamos con el equipo de Medallia para implementar su plataforma y escuchar y analizar la voz del cliente en cada punto de contacto, priorizando la identificación de los puntos de dolor clave, así como el seguimiento del nivel de satisfacción de nuestros asegurados y la comprensión de lo que estaba influyendo positiva o negativamente en el feedback. En la segunda fase, nos centramos en cambio en un enfoque más estratégico de utilizar las tecnologías proporcionadas por Medallia para gestionar concretamente la Experiencia de Cliente (CX) y mejorarla, creando una verdadera Gestión de la Experiencia de Cliente", añade el responsable de Reale Group.

En cada uno de estos pasos, Reale Group utilizó la plataforma Medallia Experience Cloud para analizar de forma masiva el feedback solicitado a los clientes en diferentes momentos clave de sus journeys a través de puntos de contacto tanto físicos como digitales, priorizando los journeys más estratégicos. Esto permitió a la empresa recopilar una cantidad significativa de información sobre los problemas más críticos en un corto período

de tiempo, y luego empezar a entender dónde y cómo actuar para reducirlos.

"Además de la rapidez de instalación, encontramos otras ventajas en la implantación de las soluciones de Medallia que realmente nos convencieron de nuestra elección, empezando por la facilidad de uso y la capacidad de proporcionar información detallada ya segmentada por departamentos", prosigue Paolo Crivello, Head of Customer Experience and Relationship Management de Reale Group.

No hay que subestimar que la plataforma Medallia es ahora también el "centralizador" del análisis de la Experiencia de Cliente en Reale Group. Al mismo tiempo que implementaba soluciones CXM (gestión de la experiencia de cliente), la empresa lanzó un proyecto global para crear un data lake basado en la nube en el que participaba la suite Medallia, con una respuesta positiva de esta tecnología a la hora de integrar los datos procedentes del feedback de los clientes con los de otras fuentes internas. La empresa puede así beneficiarse de una mayor profundidad de análisis al servicio de la toma de decisiones.

Impacto

Los beneficios de utilizar estas soluciones han sido múltiples: Reale Group ha perfeccionado su forma de escuchar la voz del cliente y ha mejorado los customer journeys, pero también ha podido optimizar la CX gracias al apoyo de la plataforma en las fases de "inner loop" y "outer loop". Esto se tradujo, por ejemplo, en un retorno de las eficiencias operativas -como en el caso del servicio de atención al cliente- revisadas teniendo en cuenta los "puntos críticos" surgidos del análisis VOC, con intervenciones sobre la calidad de la respuesta y la reducción de los tiempos de compra. Resultado: un claro aumento del NPS (Net Promoter Score) relacionado con la calidad del servicio.

"Recientemente realizamos un análisis para evaluar los efectos de la actividad de "close the loop" con el cliente y su nivel de satisfacción. Queríamos ver si la actividad de contactar de nuevo realizada por los cloopers había mejorado la percepción que el cliente detractor tenía de la marca, y si esto se reflejaba en una mejora del NPS. Por lo tanto, estudiamos el feedback gestionado por los cloopers entre noviembre de 2021 y enero de 2022 y luego nos centramos en el feedback de los que respondieron a la misma encuesta (es decir, relacionado con la misma interacción) en los meses siguientes para evaluar su impacto directo en los microjourneys", detalla Paolo Crivello, de Reale Group.

Los análisis mostraron una tendencia positiva: en más del 90% de los casos, el cliente dio mejores opiniones en entrevistas posteriores, pasando de "detractor" a "neutral" en el 49% de los casos e incluso de "detractor" a "promotor" en el 24% de los casos.

Pero eso no es todo: la adopción de la plataforma de Medallia ha aportado más beneficios a la empresa, como la reducción de los costes de servicio y de la pérdida de clientes. Además, la extensión de la escucha del cliente también a los canales digitales, en particular al sitio web, ha contribuido a la transformación digital en curso de la empresa y ha hecho que la experiencia de autoservicio del cliente sea aún más satisfactoria.



“

Empezamos a evaluar diferentes empresas que pudieran apoyarnos en este proceso y la elección recayó en Medallia. En efecto, la plataforma Experience Cloud de Medallia representa una solución líder no solo para recopilar feedback, sino también para analizarlas y orientarlas hacia la acción. Además, Medallia cuenta con un sólido know-how gracias a sus numerosos clientes en todos los sectores y un enfoque de consultoría con una marca estratégica, además de tecnológica: aspectos que nos convencieron de la validez y singularidad de la propuesta”

Paolo Crivello

Director de Experiencia de Cliente y Gestión de Relaciones.



El futuro

Reale Group está actualmente en proceso de correlacionar el Net Promoter Score con otros datos comerciales que la empresa controla habitualmente, como las tasas de abandono y de venta cruzada, para verificar el vínculo entre la satisfacción y las métricas que influyen en el negocio. El siguiente paso será analizar la correlación entre este KPI y los datos operativos para llegar finalmente a una valoración económica de las acciones de CXM.

Otro objetivo futuro dentro del proyecto será crear una gestión de los procesos de outer loop, también para dar continuidad y relevancia a esta fase, y la implicación del equipo de CX en la mejora de los puntos de contacto comerciales no físicos - empezando por la optimización de la App- y los servicios digitales.

Información sobre Medallia

Medallia es pionera y líder del mercado en Experiencia de Clientes, empleados, ciudadanos y pacientes. La galardonada plataforma SaaS de la empresa, Medallia Experience Cloud, es el sistema de recogida de señales sobre experiencia que hace que todas las empresas conozcan el sentimiento y las necesidades de los clientes y empleados. La plataforma captura miles de millones de señales sobre la experiencia a través de diferentes formas de interacción, incluyendo todas las herramientas de voz, vídeo, digital, IoT, redes sociales y mensajería corporativa. Medallia utiliza soluciones propias de inteligencia artificial y tecnología de aprendizaje automático para revelar automáticamente información predictiva que puede impulsar acciones correctivas y de mejora que repercuten en los resultados empresariales. Los clientes de Medallia reducen las tasas de abandono de clientes, convierten a los detractores en promotores y compradores, crean oportunidades inmediatas de venta cruzada y venta ascendente, e impulsan decisiones empresariales que repercuten en los ingresos al proporcionar un rendimiento de la inversión claro y potente. Para más información, visita <http://www.medallia.com/es/>

Medallia