

Aliant rediseña la factura de sus clientes y se replantea el proceso de producción de impresos para aumentar la fidelidad, impulsar el marketing y reducir costes



“Nuestros clientes nos dijeron que la factura resultaba confusa. Nos dimos cuenta de que había llegado el momento de hacer un gran cambio”.

– Claudine Langan
Aliant
Directora de Marketing para el Consumidor

Antecedentes

Aliant, uno de los principales proveedores de tecnologías de la información y comunicación de Norteamérica, envía cada mes cientos de miles de facturas a sus clientes en las cuatro provincias marítimas de Canadá Atlántico.

El reto

Hace unos años, la empresa constató que sus facturas causaban problemas que perjudicaban la experiencia del cliente, el flujo de caja, los gastos de explotación y la marca.

A los clientes les resultaba difícil de entender la complejidad de la información de la factura. En consecuencia, se multiplicaban las llamadas al Centro de Atención al Cliente cada vez que se realizaba un envío de facturas.

A los agentes del servicio de Atención al Cliente también les costaba resolver rápidamente los problemas, porque el formato de las facturas electrónicas que aparecían en sus pantallas de ordenador era distinto del de las facturas impresas que recibían los clientes.

Todos estos factores contribuían a generar un número excesivo de pagos atrasados, que a su vez ralentizaban el flujo de ingresos de la empresa.

Además, la empresa no tenía forma de incluir mensajes de marketing personalizados en sus facturas. Y querían reducir el coste de la producción impresa.

Para ayudarles a superar estos problemas, Aliant acudió a nosotros: su socio estratégico en materia de servicios documentales integrales.

Mejora de las comunicaciones a los clientes. Mejora de los resultados económicos.

La solución

Un equipo de Aliant trabajó en estrecha colaboración con nosotros para mejorar su factura al cliente y replantearse su filosofía de producción impresa.

Nuestros expertos en comunicación lideraron la iniciativa de rediseño de la factura, aplicando procesos y metodologías para analizar los problemas del formato existente y desarrollar, probar y pulir una larga lista de mejoras que tendrían un alto impacto.

Los cambios se diseñaron especialmente para mejorar la experiencia del cliente, facilitar el marketing, impulsar la marca y crear un diseño de factura unificado para las aplicaciones impresas, en línea y del Centro de Atención al Cliente.

También colaboramos con otros asociados para elaborar un nuevo planteamiento sofisticado y rentable de automatización y producción de documentos, que permitiría a Aliant materializar un ahorro de costes a través de la externalización del trabajo.

La transición supuso un traslado masivo de tecnología, personal y datos delicados del cliente a instalaciones gestionadas por nosotros. De hecho, uno de los nuevos centros estaba a más de 300 km del anterior centro de producción de Aliant.

Pero gracias a nuestra experiencia en la filosofía Lean Six Sigma, la transición se completó sin interrupciones en el servicio. Aliant dejó de imprimir las facturas para sus clientes un viernes por la tarde. Nosotros reanudamos la producción el lunes siguiente por la mañana.

Los resultados

En cuanto las nuevas facturas se enviaron por correo, las opiniones recibidas de los clientes fueron extremadamente positivas. Incluso les gustaba el nuevo contenido de marketing, ya que les permitía conocer nuevos servicios. Fue una señal inequívoca de que Aliant había logrado su objetivo principal: mejorar la experiencia del cliente.

Además, las consultas sobre facturación al Centro de Atención al Cliente disminuyeron un 30%. El flujo de caja mejoró gracias a la reducción de los pagos retrasados. A los agentes de Atención al Cliente también les pareció más sencillo resolver los problemas de los clientes gracias al nuevo formato unificado de las facturas entre distintas plataformas.

Aliant incluso descubrió una ventaja inesperada: sus empleados se enorgullecían de la nueva factura y del compromiso de la empresa por mejorar la experiencia del cliente.

La nueva solución de externalización flexible para la producción de impresos también se concretó en una reducción de costes, una mejora de la eficiencia y la posibilidad dinámica de ofrecer servicios de primer orden para las comunicaciones individualizadas a los clientes.

Este exitoso y polivalente proyecto fue la última ampliación de su colaboración estratégica con nosotros, diseñada para mejorar todo el planteamiento empresarial de Aliant en referencia a la gestión y producción de documentos.

Resumen

El reto

- Las facturas mensuales confundían a los clientes, aumentaban el número de llamadas al Centro de Atención al Cliente y repercutían negativamente sobre el flujo de caja
- Formatos de factura incoherentes
- La producción interna de facturas era ineficiente; no ofrecía capacidad de marketing personalizado (1:1)

La solución

- Se rediseñó la factura para mejorar la experiencia del cliente, facilitar las iniciativas de marketing y crear un formato de diseño unificado multiplataforma
- La producción impresa se optimizó y mejoró gracias a la externalización
- Nuestro conocimiento de Lean Six Sigma permitió agilizar una transición compleja en la que se vieron implicados tecnología, personal y datos confidenciales de clientes

Los resultados

- Las opiniones de los clientes demostraron que las facturas habían mejorado mucho
- Las consultas sobre facturación dirigidas al Centro de Atención al Cliente disminuyeron un 30%
- El nuevo diseño permitía la venta cruzada
- La solución de producción mejorada optimizó la eficiencia y ofreció posibilidades reales de marketing personalizado (1:1)
- El contrato de externalización garantizó un ahorro interanual
- La fluidez de la transición mantuvo la producción impresa y el flujo de caja

Acerca de Xerox Services. Xerox Corporation es líder mundial en procesos de negocio, tecnología de la información y servicios de externalización de documentos. Nuestra exclusiva combinación de experiencia y capacidad de prestación de servicios globales permite reducir costes, agilizar los procesos operativos y aumentar los ingresos, facilitando el camino para que pueda ocuparse exclusivamente de lo que mejor sabe hacer: su auténtico negocio.

Para más información sobre cómo ayudamos a las empresas de comunicaciones, visite www.xerox.com/services.

