

Comunicar para mejorar la experiencia de la compañía y la retención de sus clientes



Los extractos confusos y complejos eran la principal queja para esta aseguradora

Antecedentes

Una de las principales compañías de seguros de América quería afrontar un desafiante problema que sufre el sector: costosas fugas de clientes que dañaban su balance final... y el prestigio de su marca.

El reto

La compañía realizó un estudio inicial y descubrió que hay un documento que a menudo se pasa por alto, el extracto de facturación del cliente, es un factor determinante para cambiar de compañía.

Los clientes no sabían cuánto ni cuándo debían pagar. No entendían cómo se calculaban sus primas. Tampoco sabían qué hacer si surgía alguna duda o problema.

Los problemas eran lo suficientemente importantes como para suscitar un gran número de quejas por parte de los clientes. De hecho, algunos clientes incluso prescindía de los servicios de la empresa, lo que redundaba en costosas cancelaciones de pólizas.

La compañía habían intentado resolver los problemas con medidas internas para rediseñar los documentos. Sin embargo, estas iniciativas no ofrecieron resultados cuantificables.

En consecuencia, los directivos de la compañía decidieron que era necesario contratar a expertos externos que les ayudaran a eliminar todas las fuentes de confusión e insatisfacción de los extractos de facturación y a mejorar los documentos relacionados, como son las pólizas y las tarjetas identificativas de los clientes.

Después de investigar a fondo las capacidades de los mejores consultores en la materia, esta importante empresa aseguradora contrató a los expertos en comunicación de Xerox.

Rediseño de las comunicaciones con los clientes.

Transformación del negocio.

La solución

La ingeniería de la comunicación es una metodología disciplinada que se sirve de la ciencia del comportamiento y de técnicas de diseño consolidadas para rediseñar documentos con la finalidad de alcanzar determinados objetivos empresariales.

El primer paso del proceso es un intercambio de conocimientos (KEW, por sus siglas en inglés) que analiza todos los documentos utilizados para comunicarse con los clientes e identifica cuáles generarán los beneficios empresariales más importantes tras finalizar el proceso transformación del diseño.

El KEW también recoge información detallada sobre todos los aspectos de los documentos con la finalidad de conseguir mejoras con un énfasis importante en el esfuerzo de rediseño. Además, nuestro equipo de KEW recopila ideas importantes obtenidas tras escuchar la Voz del cliente.

Una vez finalizado el KEW en la compañía aseguradora, nuestro equipo entendió claramente todas las necesidades del cliente para los documentos, así como el origen de las preocupaciones y quejas de sus clientes. Posteriormente el equipo utilizó esta información para poner en práctica más de 80 maneras concretas de mejorar los extractos de facturación, las pólizas y las tarjetas identificativas.

Nuestros expertos en comunicación trabajaron en estrecha colaboración con el equipo del cliente para desarrollar, probar y ajustar los diseños con la finalidad de poner en práctica las mejoras y alcanzar los objetivos de la empresa aseguradora.

Los resultados

Los resultados se probaron en línea con casi 100.000 titulares de pólizas. Una empresa de investigación independiente se encargó de comparar el documento más importante, el extracto de facturación, con las facturas de los competidores.

Los clientes confirmaron que los documentos rediseñados eran mejores que los originales y que facilitaban mucho más las operaciones con la compañía. En particular, les gustó el hecho de que la información crítica era más fácil de encontrar y de comprender.

Un estudio independiente también confirmó que los documentos ofrecían al cliente una experiencia mucho mejor que los documentos de la competencia.

A partir de estos resultados, la compañía aseguradora desplegó en toda su amplitud los documentos optimizados. Posteriormente la compañía lanzó con nosotros proyectos adicionales comunicación para alcanzar objetivos de negocio de alta prioridad.

Resumen

El reto

- Una de las principales quejas de los clientes venía suscitada por un extracto de facturación confuso
- La factura provocaba una fuga de clientes que costaba millones cada año
- Los intentos de rediseño previo no fueron capaces de resolver los problemas
- Las tarjetas identificativas y las pólizas también necesitaban mejoras
- El diseño de los documentos existentes no reforzaba la fidelidad ni facilitaba las ventas cruzadas

La solución

- Nuestro equipo de expertos en comunicación lideró un iniciativa de optimización profunda para mejorar los documentos
- Mediante un intercambio de conocimientos se recopiló información, se analizaron los documentos y se identificaron más de 80 mejoras
- Los documentos rediseñados se probaron y perfilaron antes de su introducción

Los resultados

- El rediseño eliminó los motivos de confusión y mejoró la experiencia del cliente
- Una serie de innovadores cambios reforzaron la fidelidad de los clientes y facilitaron las ventas cruzadas
- Los documentos rediseñados se probaron en línea con casi 100.000 titulares de pólizas
- La gran mayoría prefirió los documentos rediseñados a los originales y otros documentos similares de la competencia

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 obtener más información sobre cómo ayudamos a las aseguradoras, visite www.xerox.com/services.

