

Azierta mejora sus servicios de recobro con Verint Speech Analytics

Oportunidad

La situación actual del sector financiero es de gran complejidad. Sometidos a la presión de la transformación digital, a unas rentabilidades muy ajustadas y a una presión regulatoria creciente, necesitan contar con proveedores que mejoren sus capacidades operativas y aporten inteligencia a su negocio, de forma que puedan ser más competitivos gracias a un conocimiento de la voz del cliente.

Azierta es una empresa que nace en 2019 con el objetivo de prestar servicios a entidades financieras en la gestión integral del ciclo del crédito: análisis, venta, admisión, formalización y recuperación en caso de impago. Su propuesta de valor se basa en tres ejes: eficiencia operativa para un sector sometido a una situación complicada, inteligencia de negocio y datos para conseguir esa eficiencia y, sobre todo, contar con una tecnología robusta y realizar un permanente esfuerzo en la innovación.

“Desde el principio, teníamos muy claro que la innovación y la tecnología tenían que formar parte del compromiso de Azierta hacia nuestros clientes, para ofrecerles una gestión precisa, sofisticada, agregada y ágil, con plenas garantías de seguridad y protección de datos”, dice María Jesús Martín, CEO de Azierta. “Una tecnología que nos permitiera dar soporte a esa inteligencia de negocio y los datos, Nuestra experiencia se limita a Speech Analytics de Verint, y estábamos convencidos de que debíamos contar con esas herramientas en nuestro nuevo proyecto”.

Solución

En la mayoría de los sectores, incluido el financiero, Speech Analytics se utiliza en áreas de atención al cliente y telemarketing. Sin embargo, dentro del sector de servicios a la banca nadie hacía uso de esta herramienta. Con la colaboración de Neovantas, con quien el equipo directivo de Azierta había trabajado previamente en otras empresas, empezaron a analizar cómo podían utilizar Speech Analytics en la nueva compañía, pero de un modo innovador.

En el estudio vieron que Speech Analytics podría utilizarse más allá de una doble vertiente tradicional. Por un lado, recoger la opinión del cliente, y por otro objetivar y explotar la información en la parte interna de todos los agentes que están contactando diariamente con los clientes deudores, con lo que Azierta es capaz de mejorar los procesos, mejorar los argumentarios, y definir buenas prácticas que tienen impacto directo en la eficacia recuperatoria de deudas.

“Nosotros nos encontramos entre el cliente final y la entidad financiera. El uso adicional que damos a Speech Analytics es profundizar en el aporte de valor que puede añadir para la organización, la nuestra y la de nuestro cliente”, dice Sebastián Girón, director Data y Analytics de Azierta. “Speech Analytics nos permite integrar ese conocimiento que nos da de la voz del cliente, de las categorías establecidas, de lo que pasa en las llamadas, junto con toda la otra base de conocimiento generada de analítica de datos, contactos, marcación, seguimiento de las campañas, etc. De esta forma vimos que, además de entregar a nuestro cliente los servicios de información que ofrecemos, Speech Analytics los podía complementar de manera muy importante. Así, podemos dar al cliente un retorno de valor diferencial al que les pueden aportar otros proveedores de servicio”.



Soluciones

Verint® Speech Analytics™



Industria

Servicios empresariales



País

España

Resultados

- Retorno de valor diferencial con la creación de un repositorio de conocimiento para ofrecer a sus clientes inteligencia de negocio y capacidades predictivas.
- Flexibilidad de la solución para trabajar en remoto de forma inmediata.
- Curvas de aprendizaje mínimas, permitiendo aprovechar la solución desde el primer minuto.



Nosotros ya conocíamos Speech Analytics y Text Analytics de Verint, y estábamos convencidos de que debíamos contar con esas herramientas en nuestro nuevo proyecto.



– María Jesús Martín, CEO, Azierta

Beneficios

Antes de la crisis sanitaria de la Covid-19 y su repercusión económica, los modelos de recobro basados en modelos de comportamiento pasados de los deudores, eran claves en la industria financiera. Pero en estos momentos, la incertidumbre es total y absoluta. El cambio brusco en el ciclo económico ha hecho que esa experiencia anterior tenga poco valor.

Azierta ha creado un repositorio de conocimiento con la información aportada por Speech Analytics, con una triple finalidad. Por un lado, mejorar las operaciones tras analizar las diferentes categorías y áreas, como buenas y malas prácticas, comentarios de cliente, etc., para utilizarlo modelando las variables con impacto en su resultado de negocio mediante dinámicas de gestión. Una segunda utilidad es la disponibilidad de inteligencia de negocio para los clientes de la empresa, facilitando el análisis ad-hoc. Finalmente, y como elemento innovador, Azierta utiliza esa información para mejorar las capacidades predictivas y así gestionar mejor la incertidumbre, un elemento muy conveniente en la industria de recobros.

“Speech Analytics nos ha servido para adaptarnos mejor a la nueva situación, escuchando a los clientes podemos adaptar nuestros argumentarios”, dice Martín. “Nuestros clientes, las entidades financieras, están muy preocupados por saber qué es lo que dicen sus clientes finales. ¿Sirven los argumentarios utilizados hasta ahora? ¿Es efectivo el cambio de argumentarios para adaptarnos a la situación actual? No sólo se preocupan por los KPI, las cifras de recobro, el éxito en la venta de tarjetas de crédito o de préstamos preconcedidos, etc. Quieren saber cuál es la opinión del cliente, cuáles son sus inquietudes, qué confianza tienen ante el futuro, cuál es su sentimiento ante la crisis”.

“En la gestión del riesgo, en la situación actual en la que las entidades se enfrentan a un escenario desconocido, y en el cual no han sido entrenados los modelos existentes de gestión del riesgo, Speech Analytics nos permite tener el pulso del mercado, siempre actualizado, con masa crítica y con mucha precisión gracias al uso de una tecnología muy avanzada”, comenta Girón. “A nuestros clientes no solo les damos información derivada del contacto, pero aplicada a su gestión del riesgo, de carácter descriptivo, sino también de

carácter predictivo, lo que es una novedad importante para el mercado en estos momentos”.

“La elección de Verint estuvo clara desde el principio. La experiencia de Neovantas con la solución de Verint y nuestra experiencia propia, hicieron muy sencilla la elección”, afirma Girón. “Sabíamos lo que la herramienta aporta, conocíamos la calidad de la transcripción, la posibilidad de mejorar el modelo de lenguaje para incorporar términos que son específicos de nuestras actividades de recobro. Además, conocíamos la potencia de separación de canales y la facilidad para hacer búsquedas por diferentes atributos”.

La flexibilidad de la solución también ha sido un elemento clave para hacer frente a la situación excepcional sobrevenida de la pandemia, que ha forzado a los agentes a trabajar en remoto en menos de 24 horas, sin alterar el servicio ni verse afectada su funcionalidad. “La operatividad fue del 100% desde el minuto 1”, señala Girón. “Esto nos ha servido, además, para mejorar la comprensión de lo que hacen los agentes en remoto y cómo eso puede ser diferente o no a trabajar con la presión próxima del supervisor”.

“La colaboración con Verint y con su partner Neovantas ha hecho que el proceso de puesta en marcha lo hayamos percibido como fácil. Por debajo ha habido una alta complejidad, pero se han hecho muy bien las cosas. Neovantas nos ha facilitado enormemente la fase conceptual del proyecto, involucrándose desde el primer momento. Ha habido comprensión, voluntad de trabajar juntos, una relación de partners más allá de la relación cliente proveedor”, comenta Girón. “Y eso nos ha permitido diseñar este proyecto de Speech Analytics donde se unen la parte tecnológica con la parte de conocimiento”.

“Esta colaboración estrecha nos ha permitido poder contar con las capacidades de Speech Analytics desde el primer día de actividad. La curva de aprendizaje ha sido prácticamente mínima, lo que ha facilitado nuestro lanzamiento y el alto grado de eficacia alcanzado, que se ha plasmado en buenos resultados empresariales. Estamos muy satisfechos de cómo se ha desarrollado el proyecto desde todos los puntos de vista”, afirma María Jesús Martín.

The Customer Engagement Company™

Europe, Middle East & Africa

info.emea@verint.com

+44(0) 1932 839500

Americas

info@verint.com

1-800-4VERINT

Asia Pacific

info.apac@verint.com

+ (852) 2797 5678



verint.com



twitter.com/verint



facebook.com/verint



blog.verint.com