





“ Ayudamos a optimizar y rentabilizar la comunicación con sus Clientes, reduciendo sus costos de oportunidad ”

Alvaro Castro, CEO & Founder

## PERFIL CORPORATIVO

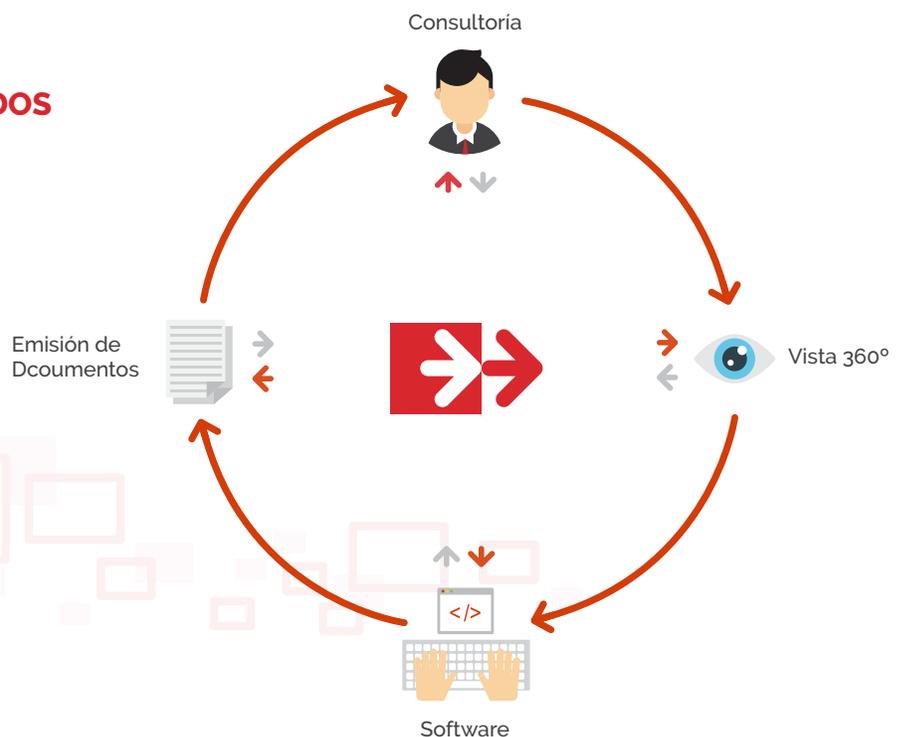
En **InteliData** ayudamos a que su organización se dirija a sus clientes de forma individualizada pero con una misma voz en todos los canales. Proveemos la capacidad para que su empresa obtenga un conocimiento oportuno de los clientes, de modo que sus comunicaciones se tornen más atractivas y con ello mejorar el índice de respuesta. Del mismo modo es posible incrementar las oportunidades de venta cruzada y la experiencia general del cliente.

## NUESTRO COMPROMISO

Proveer a su organización de un nuevo nivel de eficiencia y agilidad en la gestión de comunicaciones con clientes, para acelerar en forma inmediata el crecimiento rentable de su empresa.

Proveemos tecnología de alto nivel de desarrollo como servicio para construir procesos eficientes de comunicación con sus clientes.

## SERVICIO DE CCM INTEGRADOS



## Metodología de Trabajo

Utilizando herramientas de proceso que ayudan a trabajar eficazmente, logramos desarrollar la metodología ágil con la que ejecutamos todos nuestros proyectos, agregándole valor gracias a la rapidez y la flexibilidad a la hora de trabajar.



## Scrum

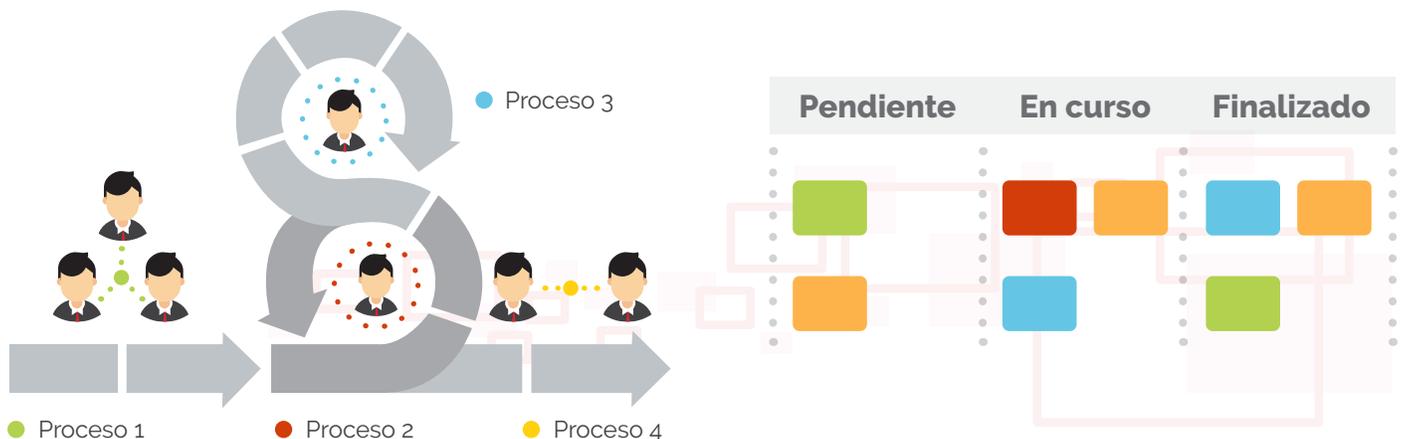
Mejores prácticas de trabajo en equipo para optimizar los resultados de un proyecto.

- >> Dividir la organización en pequeños grupos interdisciplinarios.
- >> Dividir el trabajo en listas de entregables ordenando prioridad y esfuerzo requerido.
- >> Dividir el tiempo en fracciones cortas para agilizar las actividades.

## Kanban

Controlar el estado de cada actividad realizada por los equipos y reflejar los procesos del flujo de trabajo.

- >> A través de un panel se dividen los entregables dependiendo el estado en que estén.
- >> Permite visualizar la productividad de la compañía.
- >> Mide Lead time.





## Comunicación que impacta en la experiencia del cliente

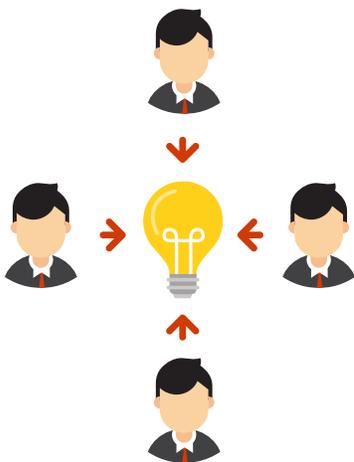
Internet, Facebook, los teléfonos inteligentes, los mensajes de texto, cada nueva tecnología ofrece una nueva forma de conectarse con los clientes y nuevas oportunidades para ofrecer servicios y fortalecer las relaciones. Sin embargo, mantenerse a la par de la competencia y de las expectativas de los clientes suele requerir un mayor nivel de complejidad y costos y, si la ejecución es deficiente, para muchas organizaciones esto implica resultados impredecibles o inaceptables en su entorno competitivo.

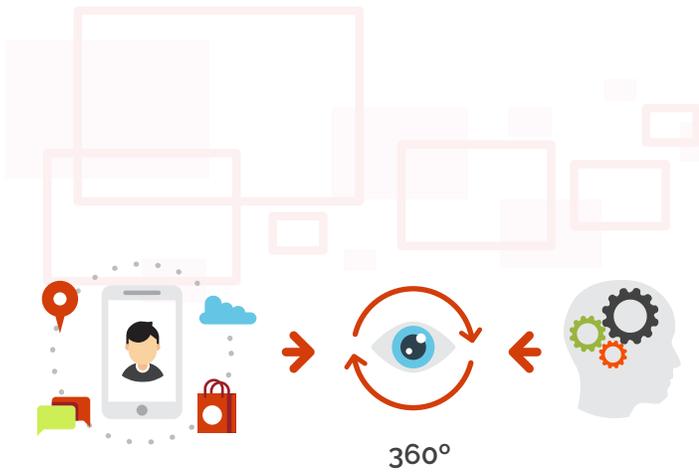
En ocasiones, el contenido de un canal debe forzarse para adaptarse a otro canal. Los clientes no pueden interactuar con libertad a través de su canal preferido, y muchos reciben mensajes irrelevantes, redundantes o mal sincronizados. Todo esto genera una experiencia en la que los clientes terminan por preguntarse si no hay nadie que los entienda.

## Usted puede atraer a sus Clientes de forma estratégica y con una amplia perspectiva empresarial

La comunicación es un aspecto de la experiencia del cliente que usted puede planificar, administrar y controlar, aunque esto sólo es posible si las interacciones se abordan desde una perspectiva integrada y no simplemente como una serie de departamentos, sistemas y canales dispares.

Ahora puede eliminar la falta de eficiencia en la comunicación, los elementos inservibles y las inconsistencias. Con un enfoque estratégico aplicado a la gestión de comunicaciones con los clientes, podrá automatizar las herramientas de retención y atracción de clientes y capitalizar cada oportunidad. Podrá reducir los gastos generales y aumentar la agilidad para desarrollar una organización que cumpla con la promesa de la marca por medio de una experiencia que mantiene conectados a los clientes y genera relaciones de largo plazo.





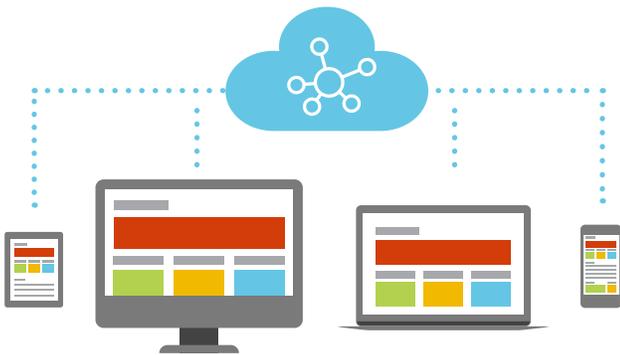
## Acorde la brecha entre la teoría y la acción

Cada cliente es único, y usted ya cuenta con la información que necesita para crear perfiles completos sobre los datos demográficos, la ubicación, comportamientos y transacciones. Con una vista 360° del cliente, usted puede combinar el análisis con un motor de comunicaciones para toda la empresa y lograr un sistema de marketing "siempre activo" para ofrecer experiencias de mayor interés en cada una de las etapas del ciclo de vida del cliente: adquisición, crecimiento, retención y promoción.

## Unifique las comunicaciones en todos los canales

El acceso a datos en tiempo real, las decisiones tomadas sobre la base de reglas y las normas de contenido, contexto y diseño sientan las bases para una imagen de marca homogénea, lo que le permite gestionar las comunicaciones con los clientes a través de medios impresos y digitales en todo momento y en cualquier lugar.

Ahora, los clientes pueden interactuar con su empresa a través de su canal preferido, cambiar de canal durante la comunicación y recibir ofertas personalizadas de acuerdo a sus preferencias. Cuando un mismo contenido se personaliza para el formato impreso, web o móvil, aumenta la satisfacción del cliente y se genera mayor lealtad.



## Abra las puertas al crecimiento rentable

Las efectivas herramientas de gestión de comunicaciones con los clientes (CCM) se integran a los sistemas y flujos de trabajo existentes y los aprovechan para agregar nuevas funciones. El control puede estar en sus manos. Tome decisiones informadas sobre la base de datos precisos y puntuales sobre el cliente y convierta cada instancia de servicio en una experiencia que profundiza las relaciones.

Conéctese con los clientes por medio de esfuerzos coordinados. Organice comunicaciones más personalizadas por medio de impresiones, correo, páginas web, correo electrónico, centros de atención telefónica y equipos móviles. Desarrolle relaciones con los clientes en cada punto de contacto: llegue a cada cliente con el mensaje correcto y en el momento indicado, para entrar en su corazón y en su mente.



## Convierta cada punto de contacto en una oportunidad de ventas

La gente no quiere ser incluida en listas de correo o utiliza filtros antispam, pero el 95% de los clientes sigue leyendo documentos transaccionales como facturas, resúmenes de cuentas y alertas de servicios. Esto se torna en la oportunidad.

Si bien puede utilizar estas comunicaciones para aumentar la eficacia de sus acciones sobre clientes, se requiere mucho más que mensajes personalizados y material de marketing.

Usted puede utilizar herramientas aplicadas al cliente para elaborar mensajes precisos, personalizando el contenido y las imágenes. Así, los mensajes se convierten en un factor de influencia porque son más atractivos, oportunos y relevantes.

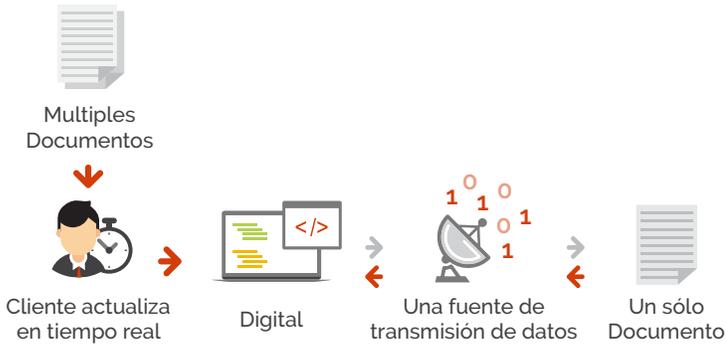


## Adquiera agilidad con una plataforma para toda la empresa

Muchas organizaciones utilizan cinco, diez e incluso más sistemas de comunicación, cada uno para un tipo específico de documento, canal o producto, lo que se traduce en una experiencia desarticulada para el cliente. Los motores de comunicaciones multifunción de la actualidad se adaptan a entornos en lote, interactivos o a pedido y ofrecen una plataforma centralizada para que cada departamento inicie nuevos programas con un mínimo de ayuda del área de Tecnología. Si tiene menos sistemas para mantener, podrá centrar la atención en lo más importante y aprovechar mejor el tiempo para desarrollar una visión estratégica en torno al cliente y elaborar el mapa de ruta para el futuro.

### Sistema centralizado y coordinado





### El primer paso para reducir el papeleo: Disminución de costos

Las tecnologías de comunicaciones flexibles transmiten el contenido en formato impreso y digital a partir de una misma fuente de transmisión de datos, y automáticamente cambian el formato del contenido para la web, correo electrónico o equipos móviles. Permitales a sus clientes ver y administrar sus cuentas en tiempo real, aumente su satisfacción y ahorre costos.

### Con IntelliData habilite el marketing siempre activo



Utilice los datos de transacciones, demográficos, ubicación y de comportamiento para ofrecer sugerencias sobre productos del mismo modo en que los retailers le dan la bienvenida a los clientes, envían recordatorios de compras y presentan ofertas en base al historial de compras. Deje de lado la mentalidad centralizada en las campañas y llegue a una audiencia más amplia con mensajes de mayor interés y menor costo de adquisición sobre su comunicación crítica. Transforme las interacciones iniciales en oportunidades rentables y de retención mediante ofertas específicamente personalizadas, y asegúrese de que cada punto de contacto se mida, controle y gestione con mayor eficacia. Observe cómo aumenta su eficiencia operativa a medida que automatiza el contenido, el diseño y la entrega por medio de la integración y análisis de datos impulsado por reglas y diseños particulares. Administre de forma económica el proceso de comunicación en cada etapa del ciclo de vida del cliente.

## Utilice un mismo tono en todos los Canales

**“Todo la información y los mensajes que llegan a los clientes deben estar centralizados para garantizar su homogeneidad”**

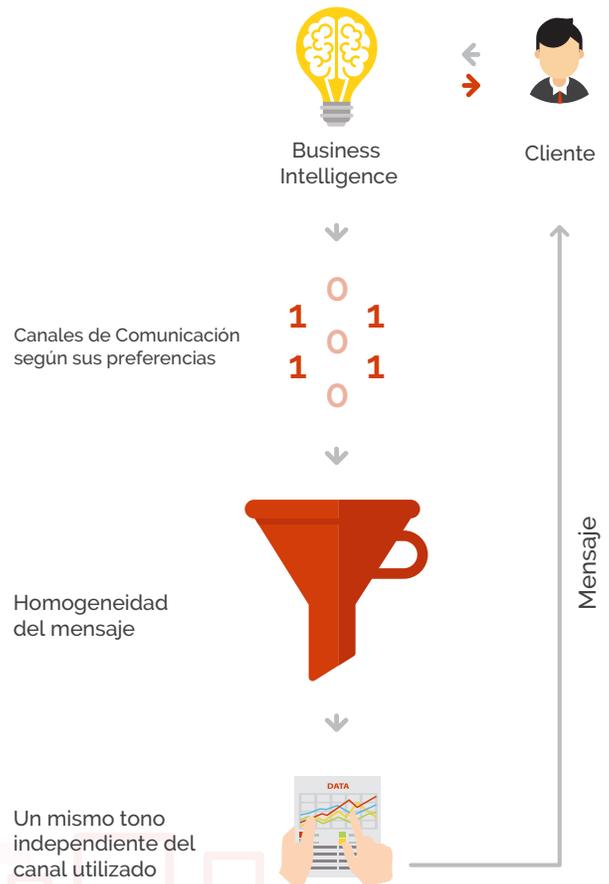
Las empresas deben comprender las preferencias del cliente, determinar sus métodos favoritos de envío y utilizarlos al brindar información. Toda la información y los mensajes que llegan a los clientes deben estar centralizados para garantizar su homogeneidad. Para lograrlo, las empresas necesitan tener capacidad para:

- >> Procesar las solicitudes para iniciar nuevas campañas de clientes.
- >> Administrar las tareas de creación, aprobación y almacenamiento de documentos.
- >> Transformar comunicaciones en masa en un contenido personalizado a través de los canales de preferencia.
- >> Combinar el contenido aprobado con la información relativa al cliente.
- >> Administrar y archivar el contenido y el envío de las comunicaciones en toda la empresa.
- >> Establecer conexión con diferentes medios de comunicación externos.
- >> Recopilar feedback para determinar la efectividad de las campañas.
- >> Cambiar dinámicamente los canales de entrega sobre la base de las reglas de negocio y las preferencias del cliente.

Las actuales tecnologías de gestión de las comunicaciones ofrecen elementos esenciales de gestión de cambios, flujo de trabajo y contenido para lograr interacciones con el cliente más unificadas y atrayentes:

- >> Gestión de datos y flujo de impresión: acelere la integración y el análisis de los datos y la entrega de información.
- >> Aumente el control para crear una visión centralizada de los clientes.
- >> Motores de redacción: cree comunicaciones personalizadas, ofertas y mensajes de interés (transaccionales, a pedido e interactivos) mediante impresiones, correo electrónico, páginas web, sistemas de respuesta de voz interactiva (IVR) o mensajes de texto.
- >> Diseño de contenido: presente las mejores ofertas futuras con los mensajes más oportunos e informativos. Las plantillas predefinidas y la lógica basada en reglas ayudan a automatizar el flujo de trabajo.

- >> Facturación y mensajes electrónicos: mejore la experiencia de atención al cliente en línea y a través de equipos móviles mediante portales inteligentes de facturación electrónica, mensajes de correo electrónico y mensajes de texto (estado de cuenta, resolución de controversias e informes en tiempo real).
- >> Gestión de contenido y archivo: responda a las consultas de los clientes y promueva el autoservicio a través de la web con funciones de almacenamiento y obtención de documentos de alta velocidad, gran volumen y máximo rendimiento (por ej: descarga de la factura o pago interactivo en sitios de pago). Adquiera una visión centralizada de los clientes y las comunicaciones para ofrecer un mejor servicio.



## El Poder de las Comunicaciones Transaccionales

“Un alto nivel de efectividad a causa de ese imbatible 95% de comunicaciones que se abren”

Un informe de InfoTrends señala: “Los documentos transaccionales se leen y comprenden mejor que los mensajes de correo directo porque suelen ser parte de una relación de confianza entre el proveedor y el cliente”.

Los documentos transaccionales de hoy han evolucionado y no solo incluyen resúmenes de facturación sino también:

- >> Acuerdos de renovación.
- >> Notificaciones como ajustes de facturas o créditos.
- >> Solicitudes de nuevos productos.
- >> Confirmaciones de cambio de productos.
- >> Resúmenes de transacciones diarias o mensuales.
- >> Folletos de otras líneas de productos.

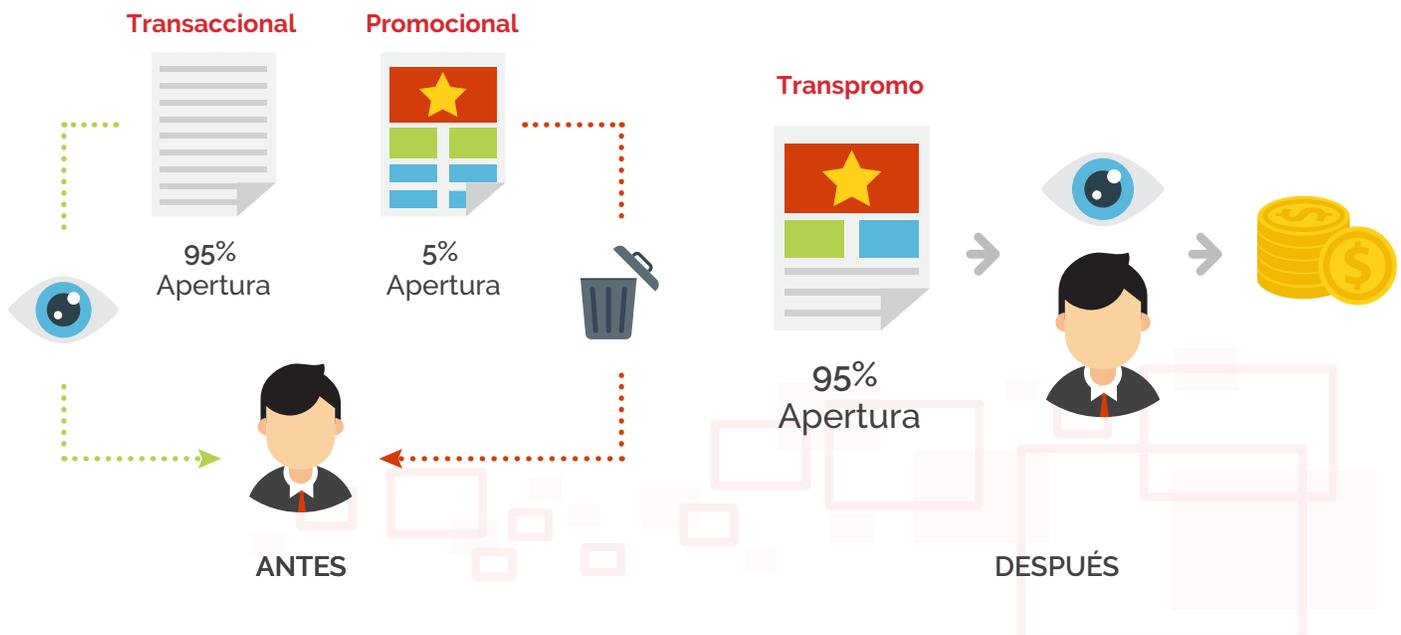
Para aumentar las oportunidades de ventas cruzadas y mejorar las relaciones con los clientes, las empresas ahora cuentan con la capacidad de agregar información “transpromocional” a los documentos que les envían a los clientes.

Las comunicaciones con “transpromo” captan mayor atención que los mensajes de correo directo debido a esa relación de confianza mencionada anteriormente, lo que deriva del hecho de que el destinatario espera recibir esas comunicaciones, las elige, y por lo tanto tiene más propensión a responder.

El marketing a través de documentos transaccionales

tiene un alto nivel de efectividad a causa de ese imbatible 95% de comunicaciones que se abren. Estos documentos reciben mayor atención, y por lo tanto generan más interés, porque son enviados desde una fuente confiable. Además, debido a su funcionalidad, se ven más de una vez.

El marketing transaccional también resulta extremadamente rentable, pues estos mensajes y documentos se entregan junto con los resúmenes enviados. Un aumento de 5% en la respuesta puede convertirse en un aumento de hasta 50% en los resultados obtenidos.



## Casos de Éxito Intelidata

Entérese cómo logramos el éxito con nuestros Clientes



### Telefonía

Gestión de las comunicaciones con clientes aprovechando oportunidades.



### Seguros

Gestión de procesos documentales y generación de archivos de alto volumen.



### Consultorías

Ofrecemos una solución enfocada en sus necesidades y competencias.



### Casos de Éxito:

Entérese cómo logramos ganar la confianza de nuestros Clientes en:

[www.intelidata.cl/casos-de-exito](http://www.intelidata.cl/casos-de-exito)





## Somos Intelidata

Hace años que comenzamos con esto con el objetivo de mejorar y rentabilizar la comunicación de las compañías con sus clientes, reduciendo sus costos de oportunidad. Buscamos establecer una comunicación unificada y efectiva con sus clientes impactando en su experiencia. A lo largo del tiempo identificamos que lo primordial es poder adaptarse a las necesidades del cliente y de esta forma maximizar y optimizar las soluciones que ofrecemos.





Casos de Éxito



Aseguramos y Simplificamos  
el contacto con sus Clientes



Fanor Velasco 85 Santiago - Chile



(+56 2) 221 98 911



[www.intelidata.cl](http://www.intelidata.cl)