



Intelidata





“ Ajudamos a otimizar e rentabilizar a comunicação com seus Clientes, reduzindo seus custos de oportunidade ”

Alvaro Castro, CEO & Founder

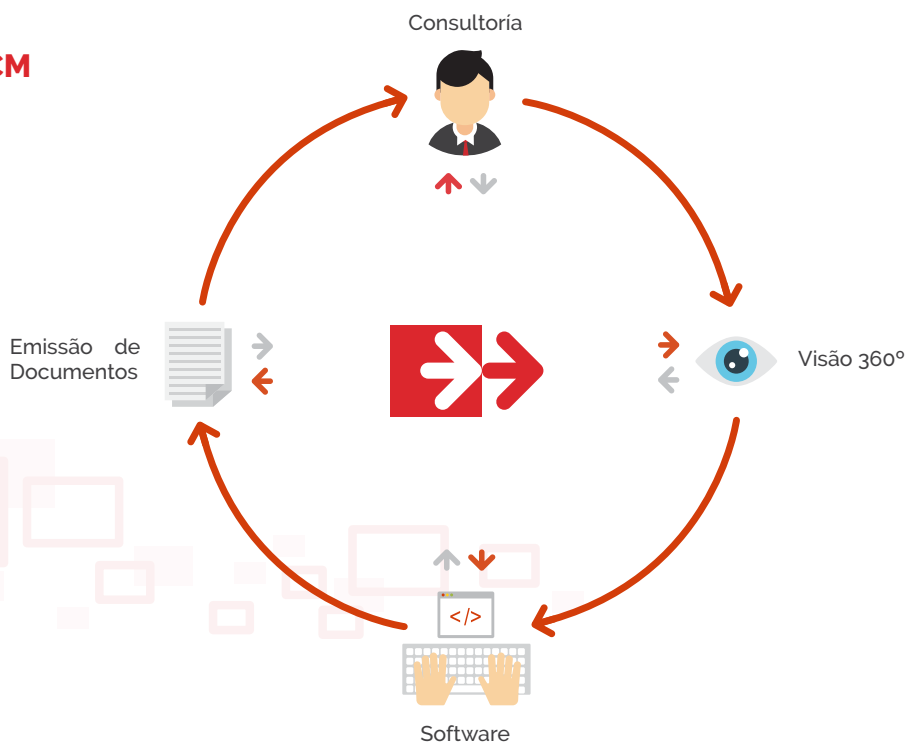
PERFIL CORPORATIVO

Na **Intelidata** ajudamos sua organização a se dirigir a seus clientes de forma individualizada, mas com uma mesma voz em todos os canais. Fornecemos a capacidade para que sua empresa obtenha um conhecimento oportuno dos clientes, de modo que suas comunicações se tornem mais atrativas e com elas melhorar o índice de resposta. Do mesmo modo é possível incrementar as oportunidades de venda cruzada e a experiência geral do cliente.

NOSSO COMPROMISSO

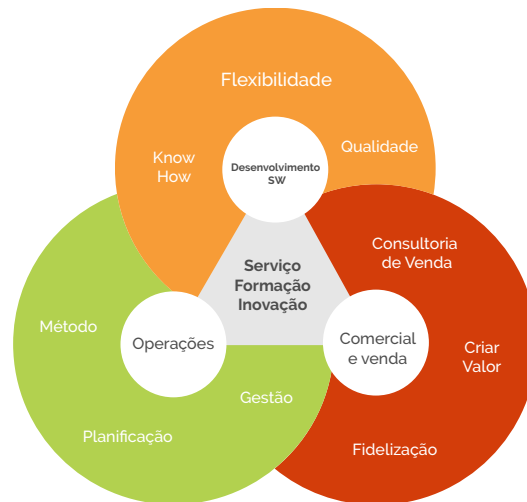
Fornecer a sua organização um novo nível de eficiência e agilidade na gestão de comunicações com seus clientes, para acelerar de forma imediata o crescimento rentável de sua empresa. Fornecemos tecnologia de alto nível de desenvolvimento como serviço para construir processos eficientes de comunicação com seus clientes.

SERVIÇO DE CCM INTEGRADOS



Metodologia de Trabalho

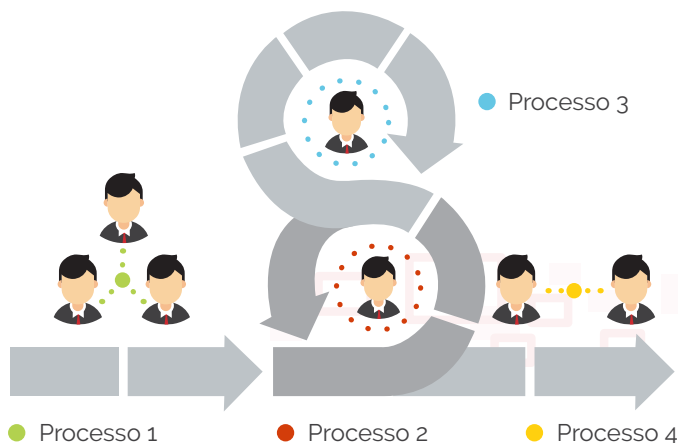
Utilizando ferramentas de processo que ajudam a trabalhar de maneira eficaz, conseguimos desenvolver a metodologia ágil com o qual executamos todos os nossos projetos, agregando valor graças a rapidez e a flexibilidade na hora de trabalhar.



Scrum

Melhores práticas de trabalho em equipe para otimizar os resultados de um projeto.

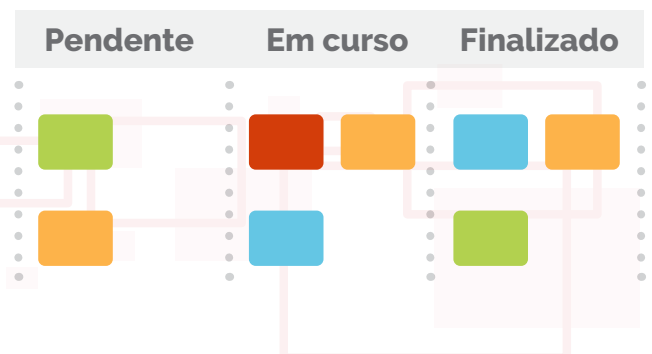
- >> Dividir a organização em pequenos grupos interdisciplinares.
- >> Dividir o trabalho em listas de entregáveis ordenando prioridade e esforço requerido.
- >> Dividir o tempo em frações curtas para agilizar as atividades



Kanban

Controlar o estado de cada atividade realizada pelas equipes e refletir nos processos de fluxo de trabalho.

- >> Através de um painel se dividem as entregas dependendo do estado em que estão.
- >> Permite visualizar a produtividade da nossa empresa.
- >> Mede Lead time.

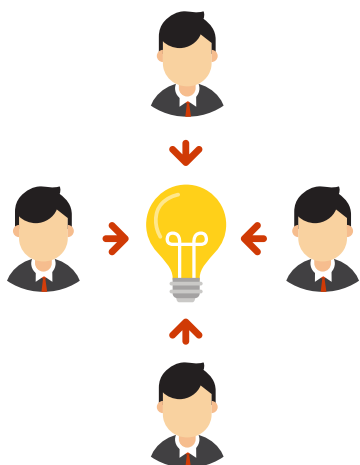




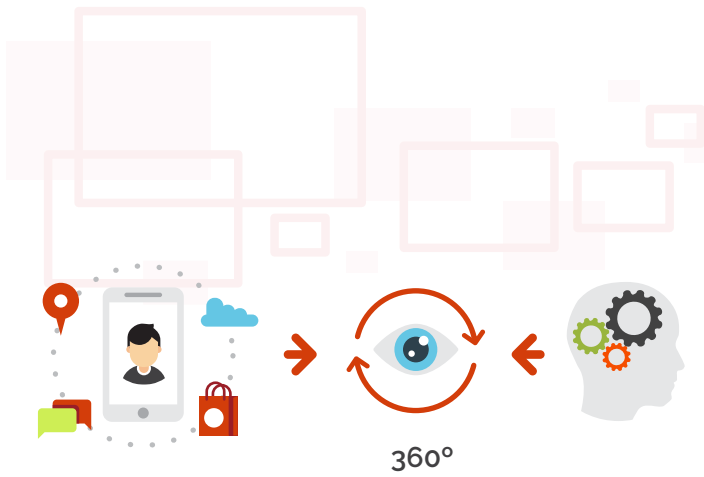
Comunicação que causa impacto na experiência do cliente.

Internet, Facebook, os smartphones, as mensagens de texto, cada nova tecnologia oferece uma nova forma de se conectar com os clientes e novas oportunidades para oferecer serviços e fortalecer as relações. Porém, manter-se a par da competição e das expectativas dos clientes normalmente requer um maior nível de complexidade e custos e, se a execução é deficiente, para muitas organizações isto implica resultados imprevisíveis ou inaceitáveis em seu ambiente competitivo. Em algumas ocasiões, o conteúdo de um canal deve se esforçar para adaptar-se a outro canal. Os clientes não podem interagir com liberdade através de seu canal preferido, e muitos recebem mensagens irrelevantes, redundantes ou mal sincronizadas. Tudo isso gera uma experiência onde os clientes terminam por perguntar-se se há alguém que os entenda.

Você pode atrair seus Clientes de forma estratégica e com uma ampla perspectiva empresarial.



A comunicação é um aspecto da experiência do cliente que você pode planejar, administrar e controlar, embora isso só seja possível se as interações forem abordadas desde uma perspectiva integrada e não simplesmente como uma série de departamentos, sistemas e canais distintos. Agora se pode eliminar a falta de eficiência na comunicação, os elementos inúteis e as inconsistências. Com um enfoque estratégico aplicado à gestão de comunicações com os clientes, poderá automatizar as ferramentas de retenção e atração de clientes e capitalizar cada oportunidade. Poderá reduzir os gastos gerais e aumentar a agilidade para desenvolver uma organização que cumpra com a promessa da marca por meio de uma experiência que mantém os clientes conectados e gera relações de longo prazo.



Diminua o espaço entre a teoria e a ação

Cada cliente é único, e você já tem a informação que necessita para criar perfis completos sobre os dados demográficos, localização, comportamentos e transações. Com uma visão 360° do cliente, você pode combinar a análise com um motor de comunicações para toda a empresa e conseguir um sistema de marketing "sempre ativo" para oferecer experiências de maior interesse em cada uma das etapas do ciclo de vida do cliente: aquisição, crescimento, permanência e promoção.

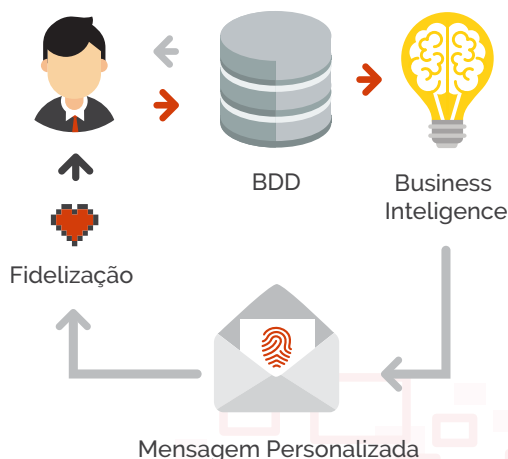
Unifique as comunicações em todos os canais

O acesso a dados em tempo real, as decisões tomadas sobre a base de regras e as normas de conteúdo, contexto e desenho são as bases para uma imagem de uma marca homogênea, que lhe permite gerenciar as comunicações com os clientes através de meios impressos e digitais em todo momento e em qualquer lugar. Agora, os clientes podem interagir com sua empresa através do seu canal escolhido, mudar de canal durante a comunicação e receber ofertas personalizadas de acordo com suas referências. Quando um mesmo conteúdo se personaliza para o formato impresso, web ou móvel aumenta a satisfação do cliente e gera maior lealdade.



Abra as portas para o crescimento rentável

As ferramentas eficientes de gestão das comunicações com os clientes (CCM) se integram aos sistemas e fluxos de trabalho existentes e os aproveita para agregar novas funções. O controle pode estar em suas mãos. Tome decisões precisas e pontuais baseadas nos dados do cliente e converta cada processo de serviço em uma experiência que aprofunde as relações. Esteja conectado com os clientes por meio de ações coordenadas. Organize comunicações mais personalizadas por meio de impressões, correio, páginas web, emails, central telefônica e equipamentos móveis. Desenvolva relações com os clientes em cada ponto de contato: chegue a cada cliente com a mensagem correta e no momento ideal, para entrar em seu coração e sua mente.



Converta cada ponto de contato em uma oportunidade de vendas

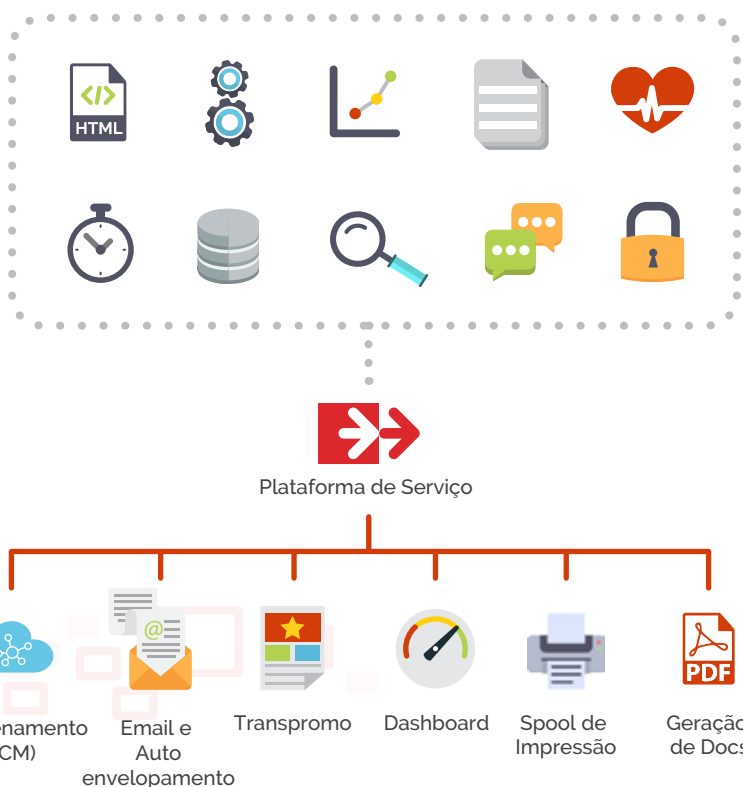
As pessoas não querem ser incluída em listas de email ou utilizam filtros anti-spam, mas 95% dos clientes seguem lendo documentos transacionais como facturas, resumos de contas e alertas de serviços. Isto se torna uma oportunidade. Essas comunicações podem ser usadas para aumentar a eficácia de suas ações sobre os clientes, é necessário muito mais que mensagens personalizadas e material de marketing. Você pode utilizar ferramentas aplicadas para o cliente para elaborar mensagens precisas, personalizando o conteúdo e as imagens. Assim, as mensagens são convertidas em um fator de influência porque são mais atrativas, oportunas e relevantes.

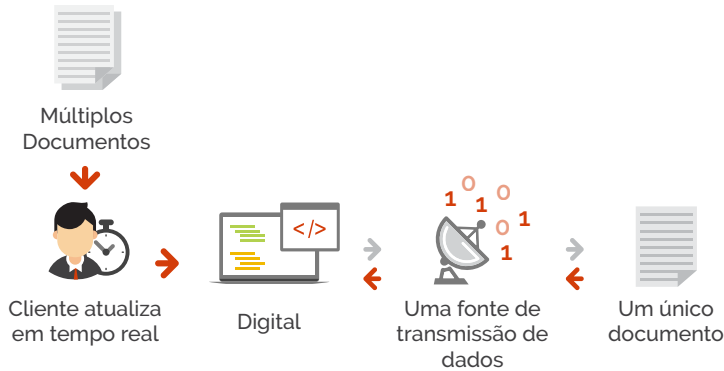


Adquira agilidade com uma plataforma para toda a empresa

Muitas organizações utilizam cinco, dez e até mais sistemas de comunicação, cada um para um tipo específico de documento, canal ou produto, o que se traduz em uma experiência desordenada para o cliente. Os motores da comunicação multifuncional da atualidade se adaptam ao ambiente em lote, por interatividade ou a pedido e oferecem uma plataforma centralizada para que cada departamento inicie novos programas com o mínimo de ajuda da área de Tecnologia. Se há menos sistemas para manter, poderá centralizar a atenção no mais importante, e aproveitar melhor o tempo para desenvolver uma visão estratégica em torno do cliente e elaborar o mapa de rota para o futuro.

Sistema centralizado e coordenado

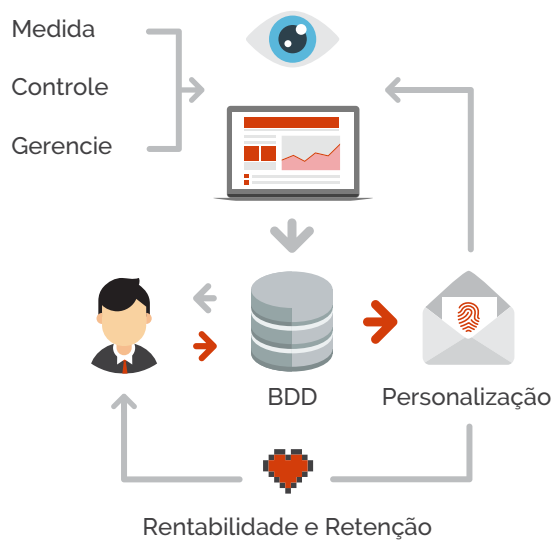




O primeiro passo para reduzir a papelada: Diminuição de custos

As tecnologias de comunicação flexíveis transmitem o conteúdo no formato impresso e digital a partir de uma mesma fonte de transmissão de dados, e automaticamente muda o formato do conteúdo para a web, email ou equipamentos móveis. Permite aos seus clientes ver e administrar suas contas em tempo real, aumenta sua satisfação e economiza custos.

Com Intelidata habilite o marketing sempre ativo



Utilize os dados das transações, demográficos, de localização e de comportamento para oferecer sugestões sobre produtos do mesmo modo que os retailers recebem os clientes, enviam lembretes de compras e apresentam ofertas com base no histórico de compras. Deixe de lado a mentalidade centralizada nas campanhas e chegue a uma audiência mais ampla com mensagens de maior interesse e menor custo de aquisição sobre sua comunicação crítica. Transforme as interações iniciais em oportunidades rentáveis e de retenção através de ofertas especificamente personalizadas, e assegure-se de que cada ponto de contato seja medido, controlado e gerenciado com maior eficácia. Observe como aumenta sua eficiência operativa à medida que automatiza o conteúdo, o desenho e a entrega por meio da integração e análise de dados impulsionados por regras e desenho particulares. Administre de forma econômica o processo de comunicação em cada etapa do ciclo de vida do cliente.

Utilize um mesmo tom em todos os Canais

“Toda informação e mensagens que chegam aos clientes devem estar centralizadas para garantir sua homogeneidade”

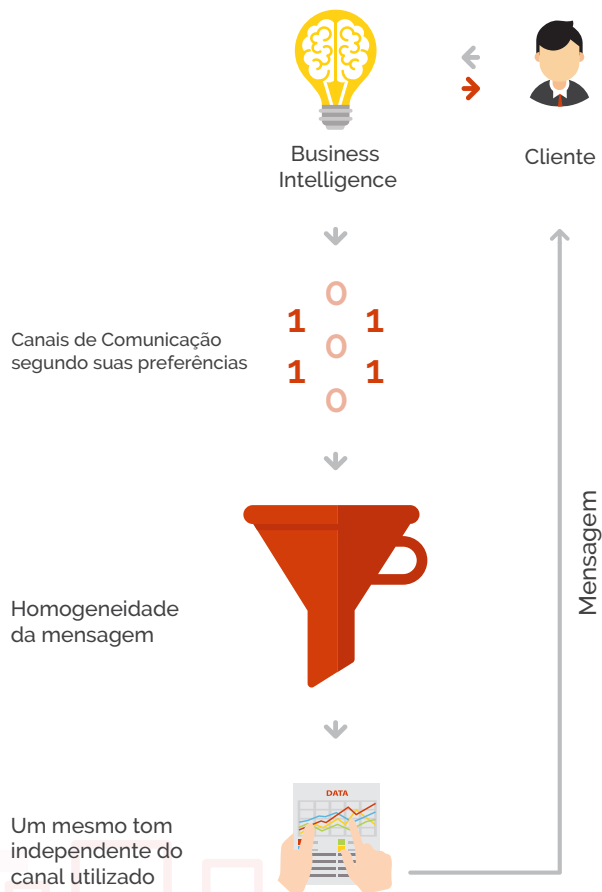
As empresas devem compreender as preferências do cliente, determinar seus métodos favoritos de envio e utilizá-los ao entregar informações. Toda informação e mensagens que chegam aos clientes devem estar centralizadas para garantir sua homogeneidade. Para obtê-la, as empresas necessitam ter capacidade para:

- >> Processar as solicitações para iniciar novas campanhas dos clientes.
- >> Administrar as tarefas de criação, aprovação e armazenamento de documentos.
- >> Transformar comunicações em massa em um conteúdo personalizado através dos canais de preferência.
- >> Combinar o conteúdo aprovado com a informação relativa ao cliente.
- >> Administrar e arquivar o conteúdo e o envio das comunicações em toda a empresa.
- >> Estabelecer conexão com diferentes meios de comunicação externos.
- >> Reunir feedback para determinar a eficiência das campanhas.
- >> Mudar dinamicamente os canais de entrega sobre a base das regras de negócio e as preferências do cliente.

As atuais tecnologias de gestão de comunicação oferecem elementos essenciais de gestão de mudanças, fluxo de trabalho e conteúdo para alcançar interações com o cliente mais unificadas e atrativas:

- >> Gestão de dados e fluxo de impressão: acelere a integração e a análise dos dados e a entrega de informação.
- >> Aumente o controle para criar uma visão centralizada dos clientes.
- >> Motores de redação: crie comunicações personalizadas, ofertas e mensagens de interesse (*transacionais, a pedido e interativos*) mediante impressões, email, páginas web, sistemas de respostas de voz interativa (IVR) ou mensagens de texto.
- >> Projeto do conteúdo: apresente as melhores ofertas futuras com as mensagens mais oportunas e informativas. As planilhas predefinidas e a lógica baseada em regras ajudam a automatizar o fluxo de trabalho.

- >> Faturamento e mensagens eletrônicas: melhore a experiência de atenção ao cliente online e através de equipamentos móveis, através de portais inteligentes de faturamento eletrônico, mensagens por email e mensagens de texto (*estado da conta, resolução de problemas e relatórios em tempo real*).
- >> Gestão de conteúdo e arquivos: responda as consultas dos clientes e promova o auto-serviço através da web com funções de armazenamento e obtenção de documentos de alta velocidade, grande volume e máximo rendimento (*por exemplo: download da factura ou pagamento interativo em sites de pagamento*). Adquira uma visão centralizada dos clientes e das comunicações para oferecer um melhor serviço.



O Poder das Comunicações Transacionais

“Um alto nível de efetividade por causa desse imbatível 95% de comunicações que se abrem”

Um relatório de InfoTrends mostra: “Os documentos transacionais são lidos e entendidos melhor que as mensagens de email direto porque soam como parte de uma relação de confiança entre o fornecedor e o cliente”.

Os documentos de transações de hoje estão evoluídos e não só incluem resumos de faturamento como também:

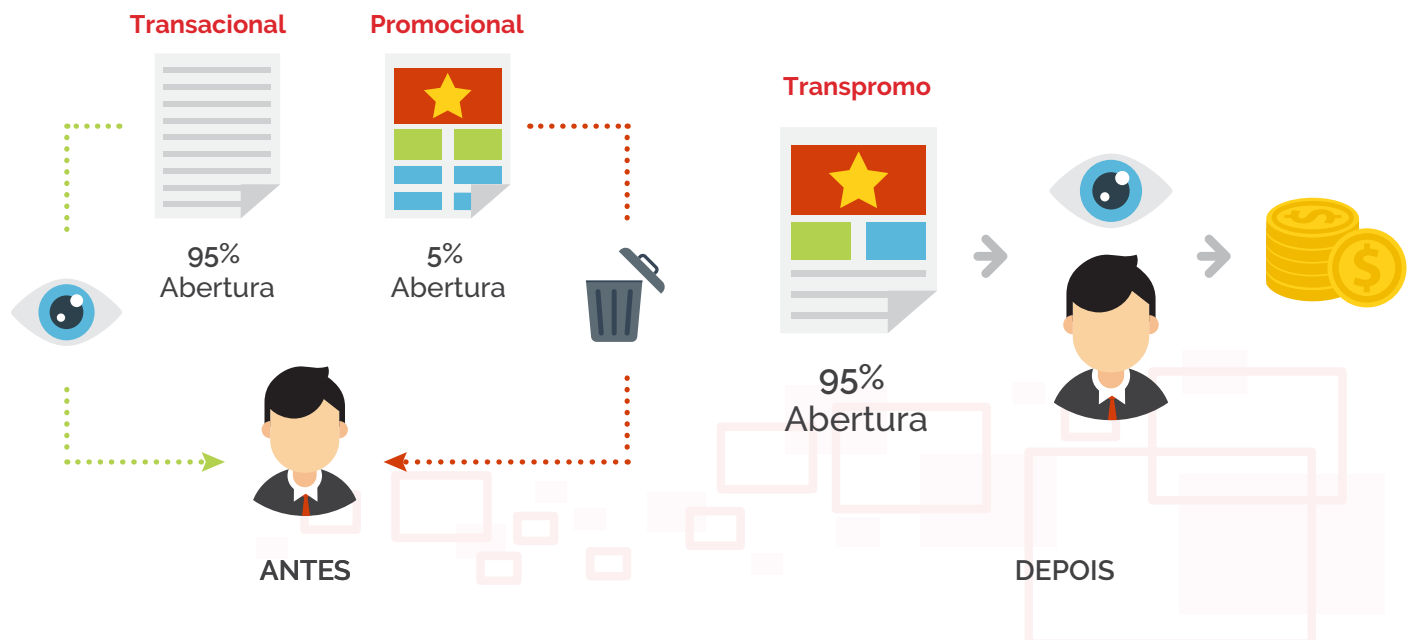
- >> Acordos de renovação.
- >> Notificações como ajustes de faturas ou créditos.
- >> Solicitações de novos produtos.
- >> Confirmações de mudança de produtos.
- >> Resumos de transações diárias ou mensais.
- >> Folhetos de outras linhas de produtos.

Para aumentar as oportunidades de vendas cruzadas e melhorar as relações com os clientes, as empresas agora contam com a capacidade de agregar informação “transpromocional” aos documentos que enviam aos clientes.

As comunicações “transpromo” captam maior atenção que as mensagens de mala direta devido a essa relação de confiança mencionada anteriormente, que deriva do fato de que o destinatário espera receber essas comunicações, as escolheu, e por tanto tenha mais propensão a responder.

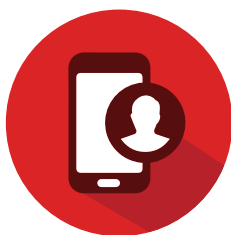
O marketing através de documentos transacionais tem um alto nível de eficiência por causa desse imbatível 95% de comunicações que se abrem. Estes documentos recebem maior atenção, e por isso geram mais interesse, porque são enviados de uma fonte confiável. Além disso, devido a sua funcionalidade, são vistos mais de uma vez.

O marketing transacional também tem resultados extremamente rentáveis, pois estas mensagens e documentos são entregues junto aos resumos enviados. Um aumento de 5% na resposta pode converter-se em um aumento de até 50% nos resultados obtidos.



Casos de Sucesso Intelidata

Entenda como conseguimos o sucesso com nossos Clientes:



Telefonia

Gestão das comunicações com o cliente aproveitando oportunidades.



Seguros

Gestão de processos documentais e geração de arquivos de alto volume.



Consultoria

Oferecemos uma solução focada nas suas necessidades e competências.



Casos de Sucesso:

Entenda como conseguimos ganhar a confiança de nossos Clientes em:

www.intelidata.cl/caso-de-sucessos





Casos de Sucesso



Asseguramos e Simplificamos
o contato com seus Clientes



Fanor Velasco 85 Santiago - Chile



(+56 2) 221 98 911



www.intelidata.cl