

PORTAL
ERP[®]

Una mejor CX impulsa una mejor EX: Provident

La integración de un correcto canal de comunicación, como Whatsapp, ofrece una mejor experiencia no sólo al usuario, (CX), sino al empleado (EX)



La microfinanciera, Provident, con más de 20 años en el mercado mexicano, obtuvo tres galardones del Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT) por su mejora en experiencia del cliente (CX) y experiencia del empleado (EX). Por ello, Abel Reyes, Gerente de Campañas y Canales en Provident México, comparte cómo logró este hito.

"En Provident siempre estamos buscando la innovación tecnológica que impulse un bien común para nuestros clientes y empleados. De este modo se logra incrementar a su vez la eficiencia en el negocio", comentó Abel Reyes, por lo que recomienda aprovechar los recursos tecnológicos para optimizar procesos y mejorar la experiencia, desde implementar sistemas de administración de clientes, así como adopción de plataformas CRM con canales de comunicación [sencillos como WhatsApp potencializado con Inteligencia Artificial](#).

Con las lecciones aprendidas post pandemia, tanto empresas como usuarios adoptaron de manera acelerada la transformación digital para poder continuar con sus actividades laborales y personales, como consecuencia, hoy los usuarios aprendieron a digitalizarse, exigiendo más de las empresas.

"Los CRM y ERP modernos deben ofrecer simplicidad, ofrecer una respuesta inmediata que satisfaga la experiencia no sólo de los clientes sino de los empleados. La transformación digital nos ha llevado a que cada vez más se exijan respuestas inmediatas, estar disponibles cuando el cliente lo desea y mediante los canales de comunicación con que ellos se sientan más cómodos y con atención personalizada, y es nuestra obligación cumplir con estos nuevos estándares", comentó Abel Reyes.

Whatsapp fue elegido como el canal preferido de comunicación, basado en la encuesta de Hábitos de Internet de la AIMX 2023, lo que refleja que, tan sólo al cierre de dicho año, se contabilizaron que en nuestro país el 93% de los usuarios de internet prefiere Whatsapp como canal de comunicación, siendo una plataforma intuitiva y a la que pueden acceder los mexicanos sin dificultades. **"En Provident integramos Whatsapp a nuestra plataforma CRM y ERP para que el cliente**

pueda recibir respuestas simples a sus necesidades mediante este canal de comunicación, ”, puntualizó Abel Reyes.

Esta atención al cliente no sólo se otorga mediante chatbots potencializados con IA, se da con ayuda de una estrategia combinada de chatbot con interacción humana, es decir, los chatbots de WhatsApp son el primer filtro, capaz de contestar las dudas más frecuentes y recabando información del cliente, sin embargo, en casos de que éste no pueda aclarar dudas o cerrar ventas, se ofrece la opción de comunicarse con un agente humano. El agente humano (EX) ya cuenta con los datos que el usuario otorgó al chatbot para poder responder de manera más ágil, ofreciendo una mejor experiencia no sólo al usuario, (CX), sino al empleado (EX).

“Hacemos regularmente encuestas de satisfacción que nos refleja que el 90% de los usuarios se les hizo sencillo interactuar con nuestro chatbot de Whatsapp, y un 95% está satisfecho con la asesoría que recibió de nuestro talento humano. Esta combinación de esfuerzos tecnológicos con humanos nos permite a Provident utilizar la tecnología para simplificar procesos y personalizarlos, pero abarcar todas las necesidades del mercado con personal humano”, comentó.

Este enfoque logró que Provident obtuviera los tres galardones del IMT por su mejora en experiencia del cliente (CX) y experiencia del empleado (EX) y su impacto en tres áreas clave:

- **Ventas:** Este canal de comunicación aumentó el contacto con clientes (10%), la generación de prospectos (50%), optimizó recursos y mejoró la satisfacción del cliente. El objetivo era incrementar las solicitudes de préstamos atendidas, enfocado a una experiencia inmediata y simplificada.
- **Operaciones:** El uso de WhatsApp ayudó a incrementar la interacción (84%), mejorando la asignación de tareas y eliminando el abandono de llamadas.
- **Experiencia del cliente (CX):** Mediante la correcta aplicación de la transformación digital aplicada al cliente. se dio seguimiento de quejas de

manera efectiva, resolviendo la mayoría de los casos rápidamente y convirtiendo el 30% de las quejas en oportunidades de negocio.

Su enfoque estratégico ha impulsado un aumento del 33.5% en la conversión a préstamos de quejas, alcanzando un 39.5% y generando más de 22 millones de pesos en monto colocado. **“Buscamos hacer de la atención al cliente una experiencia simple pero acertada. La innovación tecnológica puede generar un impacto real en el mundo financiero, mejorando la vida de los clientes y empleados”**, finalizó Abel Reyes.

<https://portalerp.com.mx/una-mejor-cx-impulsa-una-mejor-ex-provident>