

CASE

B A N C O
BMG



Plusoft[®]
ESPECIALISTA EM RELACIONAMENTO

Empresa: **Banco BMG**
Segmento: **Financeiro**
Localidade: **Belo Horizonte**

OBJETIVO

- Integração do sistema de atendimento (ativo e receptivo) em uma única ferramenta.
- Ampliação dos canais de atendimento.
- Implantação de Marketing Direto.
- Integração com recursos de telefonia.
- Classificação dos tipos de atendimento.
- Criação do pólo de vendas de produto e crédito consignado.
- Flexibilidade no sistema para qualidade do atendimento.
- Integração entre ambientes

APLICATIVOS IMPLEMENTADOS

1-Plusoft 5 CRM

- Plusoft 5 Core
- Plusoft Marketing: geração eficaz de demanda promovendo o ROI dos projetos de relacionamento.

2-Plusinfo

- Visões gerenciais estatísticas e analíticas.

BENEFÍCIOS

- Facilidade no acesso às informações sobre o cliente.
- Possibilidade de formatação especial de serviços para cada tipo de público.
- Visão única do cliente.
- Criação de campanhas direcionadas ao público pré-qualificado.
- Flexibilidade na integração do sistema.
- Redução do tempo médio de atendimento em 20%.
- Redução de custos.
- Identificação prévia do cliente antes do atendimento.
- Histórico do cliente em uma única aplicação.
- Acompanhamento das pendências com clientes.
- Integração entre as áreas de atendimento.
- Registro integrado de informações de

PERFIL DO NEGÓCIO

O Grupo BMG tem se destacado no cenário econômico brasileiro como organização sólida, cujos princípios operacionais marcam a firmeza e a segurança da estrutura. Sua vocação para atuação na área financeira teve origem, em 1930, na fundação do Banco de Crédito Predial em Belo Horizonte. No ano de 1936, com seu nome alterado para Banco de Minas

Gerais, deu início à diversificação de suas atividades, por meio da participação ou criação de empresas de alto potencial de desenvolvimento. Hoje, o Grupo BMG, que tem no Banco BMG o seu braço financeiro, está presente no mercado com empresas próprias nos setores imobiliário, industrial, agropecuário e de serviços.

BANCO BMG APRIMORA CONHECIMENTO SOBRE CLIENTES COM CRM DA PLUSOFT

COM BOA PARTE DOS CLIENTES APOSENTADOS E PENSIONISTAS, INSTITUIÇÃO APROVEITA DADOS COLETADOS PARA PERSONALIZAR ATENDIMENTO E MELHORAR SERVIÇOS

Conhecer a fundo a base de clientes em um sistema capaz de detalhar o andamento de contratos, os históricos de movimentações e as principais demandas dos correntistas. O que pode parecer um cenário utópico para muitas corporações que não atingiram níveis de maturidade suficientes em seus sistemas de gestão de relacionamento com clientes (CRM), já é uma realidade para o Banco BMG. Adepta da solução há quase uma década, a instituição tem desenvolvido novas capacidades para obter ainda mais integração entre seus departamentos.

Desde 1998, o BMG utiliza a solução oferecida pela Plusoft, empresa nacional líder no desenvolvimento e implementação de soluções tecnológicas de call center e CRM para relacionamento com clientes. Mas foi

em 2001 que o BMG começou sua trajetória de aprofundamento no relacionamento com os clientes. **“Existiam informações em várias bases, mas sem nenhuma integração. Com isso, não tínhamos uma visão macro do CRM e era necessário direcionar o cliente dentro da instituição”**, conta Lílian Virginia Abreu, gerente de TI do banco.

O crescimento do CRM foi rápido dentro do BMG. Inicialmente haviam oito pontos de atendimento (PAs), que respondiam pelo call center e armazenavam as informações coletadas em versões desktop do CRM. Em dois meses, o número subiu para 30 PAs.

Com a implantação do INSS do crédito consignado, o BMG optou por ampliar o número de posições de atendimento,

passando de 60 para 100 pontos. Em 2005 já eram 300 e a necessidade de diversificação nas funcionalidades fez com que a instituição optasse por migrar da versão desktop para a web. “Passamos a utilizar o CRM como ferramenta ‘forte’ capaz de registrar as movimentações da pré-venda, com as prospecções, e as da pós-venda”, comenta a executiva. Nesse momento, além das PAs, tinham acesso aos dados e perfis, dos clientes, as principais gerências administrativas e regionais. “Assim, a informação começou a circular melhor pelo banco”, afirma Lílian.

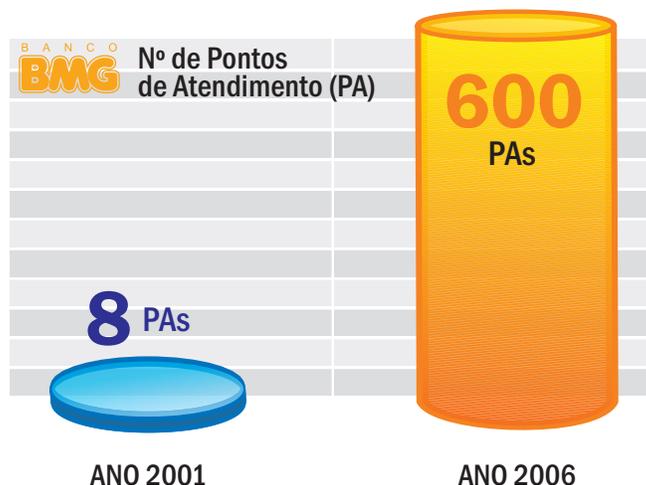
Segundo ela, um dos grandes benefícios do sistema foi o grau de conhecimento e organização das informações, permitindo inclusive a formatação especial de serviços para cada tipo de público. “Percebemos que era possível ter uma maior visão do cliente, filtrar quem era o público-alvo e como tratar isso, inclusive em termos de ofertas”, diz. No ano passado, 48,4% dos clientes dos serviços de crédito consignado eram aposentados e pensionistas do INSS, um público que

demanda uma atenção diferenciada. “Estamos plenamente satisfeitos com a atuação do CRM da Plusoft. Com a migração para a plataforma web, diminuimos nosso TMA, e todas as áreas envolvidas no relacionamento

Segundo Anna Zappa, diretora de marketing da Plusoft, um dos principais desafios no banco BMG era integrar ambientes e plataformas distintas e tudo foi perfeitamente realizado pela solução.

“Hoje o CRM funciona como um centralizador de todas as informações geradas no call center do banco. O diferencial da Plusoft é que os sistemas de CRM do mercado, geralmente, são engessados e o BMG precisava de flexibilidade”, destaca Anna. Em 2006, o banco BMG iniciou a fase de ampliação dos serviços com mais acessos departamentais ao sistema e chegou a 600 posições de atendimento, todas centralizadas em Minas Gerais. Além disso, a equipe de TI do banco iniciou os trabalhos de integração das

ilhas de cobrança com o sistema e já tem perspectivas de que todo o ciclo de vendas aconteça pelo call center. Uma das principais intenções é que a central telefônica funcione como pólo de venda de produtos e de crédito consignado no futuro.



com os clientes passaram a utilizar o CRM Plusoft. Conseguimos uma maturidade da central, com a integração das equipes que agora estão muito mais dispostas a interagir com o cliente. Também passamos a mensurar toda a trajetória de nossos clientes, tomar ações de marketing, vendas, além de integrarmos nossos sistemas de negócios”.

Plusoft⁵ Core

É onde estão alocadas todas as funcionalidades do produto, que incluem o Contact Center, SAC, a ferramenta analítica (Plusinfo), o workflow, e os processos que traduzem as melhores práticas de negócios em cada um dos 30 segmentos para os quais já foram desenvolvidos.

Dentre as principais funcionalidades do Plusoft Core, o coração da suíte Plusoft para CRM, estão: a integração com todos os diferentes meios de contato (e-mail, fone, chat, ura), a centralização de todas as interações

(transações, manifestações, reclamações e sugestões) em forma de histórico, a gestão do conhecimento sobre produtos e processos, o suporte à qualidade e à decisão.

O conjunto dessas macro funcionalidades permite a otimização de processos de relacionamento empresa /cliente em todos os pontos de contato.

Também no Plusoft 5 Core estão situadas a plataforma de integração de dados (CDI - visão única do cliente), os mecanismos de busca, os

conectores que possibilitam a integração com sistemas corporativos (legados e ERPs), e de telefonia (CTI, URA).

Construído em uma moderna Arquitetura Orientada a Serviços (SOA), o Plusoft 5 Core pode ser implementado no formato de licenciamento ou como serviço, sem perder suas características de robustez e escalabilidade, que o possibilita suportar milhares de usuários simultâneos, em diferentes sites, com excelente performance.

Plusoft® Marketing

Geração eficaz de demanda promovendo o ROI dos projetos de relacionamento.

É a plataforma de otimização e coordenação de todos os esforços de geração de demanda pela área de marketing, nas suas diferentes frentes de atuação.

Além de configurar uma eficiente ferramenta para campanhas, a solução engloba processos, gestão de budget (orçamentos, rentabilidade etc), coordenação de geração de leads, programas de retenção e fidelidade, performance do conjunto de ações de marketing e integração com as áreas via web.

Tudo isso mantendo o conceito de visão única do cliente.

O Plusoft Marketing garante um fluxo constante de demandas de negócios, fomentando o ROI dos projetos de relacionamento e resultando na otimização das ações promocionais e de sustentação da marca.

Plusinfo®

O Plusinfo é o módulo que permite a visão analítica das operações relacionadas ao atendimento/ conhecimento do cliente.

De forma fácil, amigável e eficaz, o Plusinfo permite ao usuário a criação de visões gerenciais estatísticas e analíticas de todas as interações do cliente, efetivando a transformação

das informações em conhecimento e deste conhecimento em ações a partir da segmentação de públicos.

A solução permite ainda a disponibilização dessas visões às informações para diferentes áreas gestoras da empresa, como marketing, financeiro, qualidade, entre outros otimizando a integração de

tomada de decisões.

Possibilita ainda que as informações sejam extraídas de forma consolidada ou segmentada e que as visões obtidas sejam apresentadas em forma de listas, relatórios, gráficos ou cubos, agregando inteligência aos dados coletados em todos os pontos de contato empresa/cliente, convertendo-os em oportunidades de negócio,

SOBRE A PLUSOFT

A Plusoft - Especialista em Relacionamento é uma empresa brasileira que atua há 20 anos no desenvolvimento de soluções tecnológicas e na consultoria para implantação e otimização de projetos de relacionamento através do Call Center/Contact Center.

Líder em CRM e Call Center no mercado Nacional, a Plusoft traz em seu curriculum mais de 180 cases de sucesso de implantação e customização de soluções de relacionamento, em cerca de 30 diferentes segmentos de mercado.

20 anos de atuação exclusiva em CRM - Especialista em Relacionamento.

180 clientes
Maior base instalada em CRM no Brasil.

Mais de **300** milhões de atendimentos/ano. Maior base de atendimento.

Mais de **50** clientes com cases de CRM premiados.

Mais de **25** prêmios
A mais premiada do Brasil.

Mais de **50** mil usuários
Maior plataforma de atendimento.

Cerca de **30** segmentos atendidos
Maior experiência em implementação de CRM.