

CASE

SulAmérica

associada ao  ING



Empresa: **SulAmérica**
Segmento: **Seguros**
Localidade: **São Paulo - Brasil**

OBJETIVO

- Redução de aplicativos utilizados pelos operadores
- Sistema de atendimento (ativo e receptivo) integrado aos sistemas legados.
- Integração com recursos de telefonia.
- Classificação dos tipos de atendimento.
- Redução de gastos com manutenção.
- Qualidade de atendimento ao cliente.
- Unificação das centrais de atendimento.

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

- Redução de custos.
- Identificação prévia do cliente antes do atendimento.
- Histórico do cliente em uma única aplicação, independente da central que o atendeu (Vida, SAC, Saúde, Previdência...)
- Acompanhamento das pendências e resoluções das manifestações dos clientes.
- 80% das chamadas solucionadas em 20 segundos.
- Redução no tempo de espera em 30%.
- Queda no índice de abandono para apenas 3%.
- Índice de "first call resolution" chegou a 96% na Central da Saúde.

PERFIL DO NEGÓCIO

A SulAmérica Seguros é a mais antiga seguradora em operação no Brasil. Com mais de 100 anos depois de sua fundação, a empresa, com mais de 15 sucursais, 96 núcleos de Atendimento ao Consumidor e 124 Escritórios de Produção, transformou-se em um dos mais vigorosos grupos empresariais do país, presente nas principais capitais. As novas tecnologias, serviços, plataformas de atendimento e canais de comunicação com corretores e clientes pode ser traduzido como o combustível que levou a seguradora a resultados surpreendentes diante da aridez da economia brasileira em 1999. Enquanto o mercado apontava um modesto crescimento de 4,1%, a Sul América Seguros ampliou sua receita em 8%, aumentando sua participação no mercado de seguros no Brasil.

UNIFICAÇÃO DAS CENTRAIS DE ATENDIMENTO REDUZIU O TEMPO DE ESPERA DAS CHAMADAS EM 30%

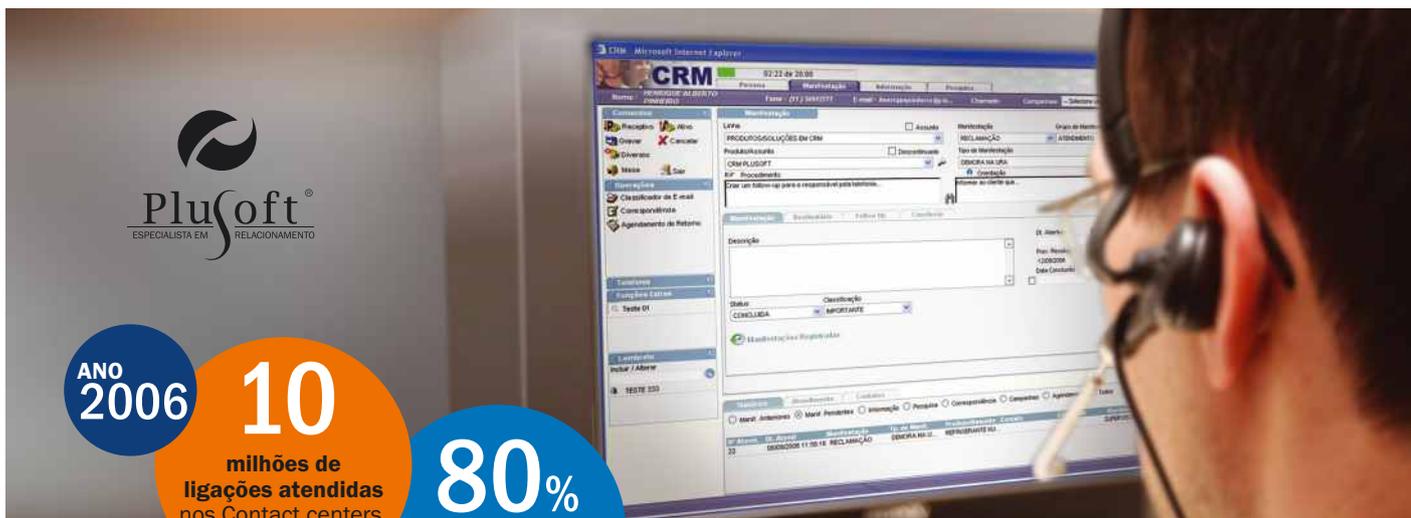
“ Todos os contatos, por qualquer um dos canais de atendimento, ficam registrados no CRM, formando um histórico valioso que depois serve de base para análises estatísticas, segmentação de clientes e outras ações de CRM analítico,... ”

Edison Kinoshita
Diretor de Contact Center
da SulAmérica

REDUÇÃO DO TEMPO DE ATENDIMENTO COMO META DE QUALIDADE

Dona de uma carteira de 6 milhões de clientes espalhados pelo Brasil, a SulAmérica Seguros fechou o ano de 2006 com a marca de 10 milhões de ligações atendidas nos seus contact centers, localizados em São Paulo e no Rio de Janeiro. Mais de 80% dessas chamadas foram solucionadas em até 20 segundos, tempo fixado como meta de qualidade pela empresa. Na área de seguro saúde, o índice de solução de problemas na primeira ligação chegou a impressionantes 96%. Esses são alguns dos resultados do investimento de 3,5 milhões de reais que a SulAmérica vem fazendo em um programa de padronização e atualização de suas centrais de atendimento.

O projeto, iniciado em 2005 e com previsão de conclusão no fim deste ano, envolve a troca da plataforma de telefonia e a implantação de uma nova solução de gerenciamento de relações com o cliente (CRM). **“A central de atendimento é a porta de entrada para o nosso serviço, pela qual o cliente percebe a qualidade do produto seguro. Por isso, o atendimento tem de ser impecável”**, diz Luís Furtado, vice-presidente de TI e atendimento da SulAmérica.



ANO
2006

10
 milhões de
 ligações atendidas
 nos Contact centers,
 em SP e RJ

80%
 das ligações
 solucionadas
 em até 20 seg.

96%
 dos problemas
 solucionados na
 primeira ligação
 na área de
 seguro saúde.

SulAmérica

associada ao ING

Até dois anos atrás, cada unidade de negócios da empresa que atua nas áreas de saúde, vida, automóveis e previdência tinha sua própria central de atendimento. A companhia decidiu consolidar o atendimento em uma infra-estrutura central e padronizada, até porque o cliente pode ter mais de um produto da seguradora.

“A idéia é dar um atendimento único e uniforme, com foco no cliente e não na unidade de negócios”, afirma

Edison Kinoshita, diretor de contact center da SulAmérica. A unidade de saúde havia adotado, desde 2001, o software de CRM fornecido pela brasileira PluSoft, solução que foi escolhida para a unificação das centrais de atendimento. As demais unidades de seguro utilizam aplicações caseiras para registrar e controlar os contatos com os clientes.

O processo envolveu ajustes da plataforma de CRM para integrá-la ao

legado, onde estão as informações relacionadas ao produto, como número de apólice, valor e cobertura. **“essa integração é o principal ponto de customização do sistema”**, diz Furtado. Os servidores de aplicação, máquinas de arquitetura Intel com plataforma WebSphere, da IBM, também funciona integrados aos servidores de banco de dados Oracle, ambos em cluster, em uma configuração redundante e de alta disponibilidade. **“A infra-estrutura de sistemas precisa estar disponível 24 por 7”**, diz Furtado.

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, retenção e lealdade.

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.