

Barclays mejora la experiencia de sus clientes.

La biometría de voz facilita la autenticación y reduce un 15 % la duración media de las llamadas.

Los retos

- Mejorar el servicio de seguridad telefónica
- Mejorar la protección y satisfacción del cliente
- Reducir la duración media de las llamadas
- Mejorar el grado de compromiso de los empleados
- Mejorar el perfil de riesgos

La solución

- Nuance FreeSpeech, solución de biometría de voz
- La identidad del cliente se determina durante el transcurso de una conversación natural
- La verificación se realiza en segundos sin interrumpir la llamada
- Integración en el sistema de CRM de Barclays

Los resultados

- Reducción del 15 % de la duración media de una llamada
- El 93 % de los clientes puntuó el sistema de autenticación de voz con un 9 de 10 como mínimo
- El 97 % de los clientes de Barclays ya se ha inscrito en la solución FreeSpeech
- Reducción del 90 % en las reclamaciones relacionadas con el servicio de seguridad

Información de la compañía

La división Wealth and Investment Management (W&IM) de Barclays es el principal gestor de patrimonio del Reino Unido y uno de los 10 más importantes a nivel global. Con oficinas en más de 20 países, sus operaciones están orientadas a clientes privados e intermediarios, a los que ofrece servicios bancarios internacionales y privados, gestión de inversiones, y servicios de consultoría, fiduciarios y de corretaje.



“El uso de la tecnología de biometría de voz de Nuance ha sido fundamental en nuestro objetivo para ofrecer una experiencia excelente a nuestros clientes. Los resultados de satisfacción de clientes y empleados hablan por sí mismos. Estamos deseando ampliar el uso de Nuance en el futuro para utilizar la biometría de voz con el fin de autenticar incluso más procesos.”

Anne Grim, directora de Experiencia del Cliente Global
Barclays Wealth and Investment Management

“Cuando implementamos la biometría de voz, nos centramos en los clientes y creamos varios grupos de atención que resultaron realmente útiles para comprender a qué problemas nos enfrentábamos. Nos dimos cuenta de que, antes de la implementación de la biometría de voz, los procesos de seguridad rechazaban a un 7-10 % de los clientes que nos llamaban. Después de la implementación, realizamos algunas encuestas de satisfacción y los clientes puntuaron el servicio con al menos un 9 de 10 en todos los casos, lo que se traduce en un índice de protección del cliente del 60 %, un aumento significativo en comparación con las calificaciones anteriores.”

Iain Hanlon, Estrategia y Experiencia de Clientes
Barclays Wealth and Investment Management

“Independientemente del sector, ofrecer un servicio destacado al cliente será siempre un factor diferenciador importante. Los clientes pueden elegir diversos canales –móviles, a través de Internet, teléfono y cara a cara– por lo que la tecnología como la biometría de voz es fundamental para transmitir que conocemos a nuestros clientes en todos los canales de contacto.”

Anne Grim, directora de Experiencia del Cliente Global
Barclays Wealth and Investment Management

La pasión de Barclays por ofrecer un servicio al cliente de primera clase y una experiencia del cliente extraordinaria ha sido un factor motivador clave a la hora de decidirse por la implementación de una solución de biometría de voz pasiva para la verificación. Como resultado, Barclays Wealth and Investment Management se ha convertido en la primera organización que utiliza esta tecnología a nivel mundial para transformar la experiencia de los clientes.

Los retos

Los resultados de los estudios de satisfacción de los clientes de Barclays indicaron que los clientes deseaban una mejor experiencia de los procesos de seguridad por vía telefónica, reduciendo la duración

del proceso de verificación de su identidad antes de que puedan realizar su consulta. Los gerentes de relaciones de los centros de servicio al cliente de Barclays también habían expresado su preocupación por el proceso de verificación, explicando que no se sentían cómodos preguntando a los clientes una exhaustiva serie de preguntas de seguridad cuando ya habían establecido una relación con ellos.

Antiguamente, los clientes visitaban una sucursal bancaria y el director sabía quiénes eran y cómo se llamaban. Un requisito importante para la solución de Barclays era prestar el mismo tipo de servicio, sencillo y personalizado, de la forma más controlada, eficiente y segura posible.

“Elegimos Nuance por varios motivos. En primer lugar, es la empresa líder del sector y nos mostró varios ejemplos de implementaciones con excelentes resultados. La segunda ventaja fue la facilidad de la integración. En tercer lugar, nos gustó la prueba de concepto ofrecida. Esto nos ayudó a superar el escepticismo que existía a nivel interno y ganar confianza para pasar a una implementación completa. Y finalmente, la solidez del equipo de Nuance. El servicio que prometieron y prestaron ha sido de excelente calidad. Recomendaría Nuance FreeSpeech sin lugar a dudas. Es el más preparado para nuestro futuro, es el más seguro y optimiza al máximo la experiencia del cliente. Es una solución con ventajas para todos.”

Anne Grim, directora de Experiencia del Cliente Global
Barclays Wealth and Investment Management

“Más del 65 % de las llamadas se verifican ahora mediante biometría de voz, y en lugar de tener que esperar entre dos y siete minutos para realizar la verificación, ahora podemos mejorar la conversación con los clientes y ganar tiempo. El resultado más positivo es que, desde que hemos implementado la biometría de voz, hemos reducido en un 90 % las reclamaciones sobre el servicio de seguridad.”

Paul Scales, supervisor de Servicios al cliente
Barclays

Por lo general, ningún gestor de patrimonio tiene más de un 7 % de la cuota del mercado global. Aumentar la capacidad productiva de los gerentes de relaciones es fundamental para que Barclays pueda convertirse en una de las cinco principales compañías de gestión de activos del mundo. Este objetivo es especialmente importante cuando se trabaja con un centro de servicio de un solo agente sin automatización telefónica, ya que la optimización de la interacción del agente es una palanca importante para impulsar el negocio.

La solución

Barclays implementó FreeSpeech de Nuance, una innovadora solución de verificación del hablante. La tecnología permite autenticar a la persona que llama sin interrumpir el transcurso de la llamada.

Durante los primeros segundos de una llamada cualquiera con un agente, la biometría de voz de Nuance compara la voz del cliente con una huella vocal ya registrada en Barclays, ofreciendo al agente un resultado de verificación que, si es positivo, permitirá al sistema de CRM de Barclays cargar la

información de gestión de la cuenta del cliente de forma instantánea.

Las ventajas que ofrece esta solución son numerosas. Los datos de verificación se obtienen de forma pasiva en un segundo plano, lo que elimina las incómodas preguntas de autenticación. El proceso es, por lo tanto, totalmente discreto e independiente del contenido, lo que reduce el esfuerzo del cliente y del agente. La tecnología funciona también independientemente del idioma y acento utilizados. El grado de coincidencia con una huella vocal almacenada lo determinan unas características únicas muy sutiles, como la longitud y forma del tracto vocal o el tono y el ritmo del habla, en total más de cien características evaluadas.

El proceso de autenticación es ahora más seguro. Por su propia naturaleza, la huella vocal del hablante es única y no puede transferirse, lo que hace que la

técnica sea más segura que cualquier proceso basado en contraseñas o «pregunta de seguridad».

Ventajas empresariales

La solución permite ahora a Barclays ofrecer a los clientes la misma experiencia y relación de la que disfrutaban cuando acudían al banco en persona. El objetivo de Barclays es contar con un agente que responda a cada llamada y trate con el cliente en tiempo real. El hecho de que Nuance pueda identificar a un cliente en un segundo plano y sin interrupción mientras este habla, hace que el proceso de identificación sea más sencillo para el agente y no suponga ninguna dificultad para el cliente.

Actualmente, más de 57 000 clientes de Barclays han optado por un registro completo en el sistema. Desde que la solución comenzara a usarse en agosto de 2012, aproximadamente un 65 % de las llamadas se autentican mediante voz en estos momentos, lo que permite a los clientes acceder con mucha más facilidad a la comprobación del saldo de la cuenta o a actualizaciones sobre pagos.

Gracias a que la identidad de los clientes de banca internacional se verifica mientras hablan con un agente del centro de servicio, la duración de la autenticación se ha reducido significativamente. Asimismo, el nuevo método permite a los agentes y a los gestores de relaciones centrarse en las necesidades de los clientes en vez de en los mecanismos de autenticación.

Entre otras ventajas obtenidas de encuestas sobre el servicio al cliente posteriores se incluyen:

- El 71 % de los clientes se muestra más satisfecho con la autenticación de voz que con el proceso de seguridad anterior (un 22 % se muestra igual de satisfecho).
- Barclays ha reducido un 90 % el índice de reclamaciones sobre el servicio de seguridad anterior desde que implementó la biometría de voz.
- Con los procesos de seguridad anteriores, entre un 7 y 10 % de los clientes eran rechazados después de las preguntas de seguridad.
- El 93 % de los clientes otorgó al menos 9 puntos de 10 a la velocidad, facilidad de uso y seguridad de la autenticación de voz. Esto se traduce en un índice de protección del cliente superior al 60 %.
- Barclays ha reducido en un 60 % las reclamaciones de los clientes y en un 60 % la duración de gestión de las llamadas.

- En un principio, Barclays anticipó que un 80 % de los clientes adoptaría la biometría de voz, pero la cifra ha alcanzado el 97 %.
- Más del 65 % de las llamadas de clientes se autentican ahora con la biometría de voz.
- El nuevo proceso de identificación y verificación ha aumentado el grado de compromiso de la plantilla en un 5 %; ahora, más del 92 % de los trabajadores ofrecen sus comentarios.
- Reducción de reclamaciones y vulnerabilidad al fraude.
- Reducción del 15 % de la duración media de gestión de una llamada. Los agentes pueden autenticar la voz en 20 segundos, lo que libera capacidad en los centros de servicio globales.
- Para el antiguo proceso de autenticación se necesitaban entre 2 y 7 minutos, mientras que la biometría de voz ha reducido este servicio a 20 segundos.
- Los clientes llaman a los centros de servicio con mayor frecuencia gracias a la mejora del servicio, lo que concede más tiempo a los profesionales bancarios y gestores de relaciones para centrarse en la generación de ingresos.

Desde la implementación a finales de 2012, la solución ha sido seleccionada por numerosos expertos del sector para recibir varios premios, entre ellos:

- **FS Tech Awards 2013** – Mejor uso de la tecnología en servicios de atención al cliente
- **The Banker 2013** – Proyecto del año de tecnología de gestión de patrimonios, para biometría de voz
- **European Call Centre & Customer Service Awards 2013** – Mejor aplicación de tecnología - Biometría de voz
- **Banking Technology Awards 2013- Best Security Initiative** – Biometría de voz

Acerca de la biometría de voz de Nuance

Nuance es el líder global en soluciones de biometría de voz, con más de 40 millones de huellas vocales registradas y una base de clientes global que abarca los principales sectores industriales. Durante los últimos 12 años, Nuance ha adquirido una experiencia sin igual para ofrecer soluciones de biometría de voz con excelentes resultados que permiten a las organizaciones mejorar el grado de satisfacción de sus clientes, reducir costes y mejorar la seguridad.

Acerca de Nuance Communications, Inc.

Nuance Communications está reinventando la relación entre las personas y la tecnología. Por medio de sus ofertas de voz e idioma, la compañía está creando un modo de conversación más humano con los muchos sistemas, dispositivos, electrónica, aplicaciones y servicios que nos rodean. Cada día, millones de personas y miles de empresas utilizan Nuance a través de sistemas inteligentes que pueden escuchar, comprender, aprender y adaptarse a su vida y trabajo. Para obtener más información, puede visitar nuance.com.