

Las plataformas conversacionales fortalecen los servicios no-presenciales de las entidades financieras

La plataforma conversacional de Worldline ofrece máxima disponibilidad del servicio de atención a clientes con agentes virtuales, 24x7x365, para consultas estándar y el escalado al agente para atención personal

Las medidas de confinamiento y restricción de la movilidad durante la Covid-19 han supuesto un stress test para las entidades financieras, que se han visto obligadas a multiplicar su capacidad para dar respuesta al crecimiento exponencial de la demanda de servicios digitales no-presenciales por parte de los clientes. Un cambio de modelo que está acelerando la transformación digital en el sector financiero.

En estos meses, Bancos, Cajas de Ahorros, Cooperativas de Crédito, Plataformas TI de Core Banking y Tarjetas, Entidades de Dinero Electrónico, Emisores de Tarjetas y Fintechs han encontrado en los chatbots su mejor aliado en la atención al cliente.

Plataforma conversacional integral

WL Conversational Platform de Worldline, líder europeo en medios de pago y de servicios transaccionales, ofrece una Plataforma Conversacional que facilita el rápido despliegue de bots de texto y voz en múltiples canales, simplificando y acelerando esta transformación digital.

Creada y desarrollada con y para las Entidades Financieras, dispone de un paquete integrado de conversaciones pre-configuradas, es segura por diseño, personalizable y se puede adaptar a las diferentes necesidades y capacidades bancarias existentes, para evolucionar la lógica del negocio e integrar fácilmente nuevos canales.

WL Conversational Platform ofrece máxima disponibilidad del servicio de atención a clientes con agentes virtuales, 24x7x365, para consultas estándar y el escalado al agente para atención personal. Además, mejora la contratación y gestión de productos y servicios a través de portales conversacionales y simplifica la interacción con los clientes menos familiarizados en el uso de canales no-presenciales a través de conversaciones, impulsando su conversión digital.

Mejor servicio, más clientes

En un entorno cada vez más competitivo, en continuo cambio y sometido a múltiples regulaciones, las entidades financieras necesitan mejorar la experiencia de sus clientes, reducir los costes y buscar nuevas fuentes de ingresos.

La interacción con Bots aporta parte de la solución al remodelar la interacción entre una empresa y sus clientes a través de todos los canales utilizando conversaciones simples y naturales. Además, ofrecen máxima disponibilidad, 24 horas los 365 días del año, instantaneidad de unas respuestas ajustadas a la necesidad que tienen los clientes y a un coste razonable. Asimismo, al gestionar más información

acerca de los clientes, facilita la venta cruzada y optimiza la relación con ellos.

Más allá de reemplazar las interacciones humanas, los chatbots alivian la presión en las tareas más básicas e impulsan las más complejas y que aportan valor a ambas partes. Entre los principales desafíos a los que se enfrentan los bots está su nivel de madurez: la capacidad de comprensión de la solicitud del cliente y de responder correctamente. Además, la solución debe ser robusta y segura dada la información que maneja.

Atención permanente

Un mundo online ofrece un modelo de atención de 24 horas al día los 365 días del año, sin embargo hasta ahora eran muy pocas las organizaciones capaces de dar respuesta a este desafío, que resuelven con éxito las plataformas conversacionales, los ya populares chatbots, especialmente en el ámbito financiero.

Poco a poco pero de manera acelerada las plataformas conversacionales se están abriendo paso en un contexto nuevo y desconocido para las compañías, derivado de la crisis del coronavirus, y ante la necesidad de garantizar una atención continua a sus clientes.

Durante el estado de alarma, el sector financiero ha adaptado sus canales de atención y de servicio incorporando medidas preventivas sanitarias en sus oficinas, dimensionando sus Centros de Atención ante una demanda sin precedentes, dedicando una especial atención a los clientes menos familiarizados con los servicios digitales que, generalmente, también son los más vulnerables.

Para Alberto Cerrada, Director de Financial Services de Worldline Iberia: “Es esencial que el sector financiero considere esta tendencia y afronte la digitalización de sus productos, servicios y operaciones. Los clientes valorarán aquellos que ofrezcan la mejor experiencia de usuario, seguridad y disponibilidad en cualquier dispositivo. Tendrán éxito aquellos más preparados no sólo para gestionar la crisis actual sino para el nuevo escenario post-crisis”.

Datos de contacto:

Paula Espadas
620 059 329

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>