

Siete maneras en que los bancos comerciales utilizan Liferay para transformar las experiencias de los clientes

 Liferay



Cómo aumentar la retención de clientes con mejores experiencias digitales

De entre todas las industrias, los servicios financieros se han visto especialmente sometidos a una inmensa presión para modernizar sus servicios y ofertas a fin de atraer a clientes más jóvenes y expertos en tecnología, y las organizaciones comerciales no son una excepción. **Los clientes B2B exigen a las empresas comerciales las mismas experiencias fluidas que les ofrecen sus bancos y empresas personales.**

Sin embargo, **las incorporaciones tediosas, los cuellos de botella operativos y las funciones de autoservicio digital inadecuadas** no solo causan frustración en los clientes, sino también aumentan los costos cuando los bancos dependen excesivamente de las sucursales, los encargados de relaciones y los procesos administrativos.

En este ebook, explicamos cómo una [plataforma de experiencia digital](#) sólida como Liferay DXP hace que a las organizaciones comerciales les resulte sencillo atraer y retener a los clientes, al tiempo que operan de manera más eficiente.

Dar servicio a los clientes a lo largo de toda su experiencia con Liferay DXP

Si quieren continuar incrementando sus beneficios y ampliar su negocio, los bancos comerciales deben mejorar significativamente la experiencia de sus clientes. Con [Liferay Digital Experience Platform](#), los bancos disponen de la tecnología que necesitan para poder mejorar la calidad de las experiencias de los clientes de principio a fin.

Liferay ha prestado sus servicios a más de 160 empresas de banca e inversión, así como a más de 120 empresas del ámbito de los seguros. Las empresas con marcos normativos complejos y requisitos exigentes se han inclinado por utilizar Liferay DXP para implementar sus soluciones. Descubre cómo Liferay ayuda a los bancos a:

- 1** Atraer a los clientes con sitios web fáciles de gestionar y adaptados para dispositivos móviles
- 2** Agilizar y acelerar los procesos de incorporación
- 3** Fomentar la satisfacción del cliente mediante el autoservicio
- 4** Aumentar las ventas cruzadas gracias a la personalización
- 5** Unificar experiencias dispares
- 6** Reducir el tiempo de lanzamiento de las nuevas soluciones
- 7** Ofrecer experiencias B2B2B

1 Atraer a los clientes con sitios web fáciles de gestionar y adaptados para dispositivos móviles

El inicio de una experiencia de cliente duradera comienza con un sitio web relevante y optimizado que deja claro cuáles son las ofertas de la empresa.

Sin embargo, algunos bancos comerciales continúan teniendo dificultades para garantizar un rendimiento de alto nivel, permitir a los responsables de marketing publicar nuevos contenidos con rapidez o crear e implementar fácilmente sitios web para distintas unidades de negocio.

LIFERAY BRINDA LAS CAPACIDADES NECESARIAS PARA:

- Permitir a los profesionales de marketing crear, gestionar y personalizar experiencias digitales atractivas sin la ayuda de los equipos de TI.
- Ofrecer y gestionar tantos sitios web de experiencia digital como sea necesario para dar soporte a múltiples marcas y líneas de negocio. Reutilizar fácilmente el mismo contenido en varios sitios.
- Respaldar diseños adaptables que funcionan con navegadores en todas las plataformas, desde dispositivos móviles hasta tablets y equipos de escritorio.

HISTORIA DE ÉXITO

BPER Banca recurrió a Liferay porque su solución anterior no era capaz de conectar su sitio web con sus sistemas de generación de cliente potenciales y su CRM, lo que impedía al banco diseñar una experiencia fluida para sus clientes. Además, con esta nueva solución, el número de clientes potenciales aumentó en un 100%.

2 Agilizar y acelerar los procesos de incorporación

Casi siempre, la transición de cliente potencial a cliente real es deficiente porque las normativas de AML (Prevención de blanqueo de capitales) y KYC (Conoce a tu cliente) dificultan que los bancos comerciales ofrezcan una buena experiencia de incorporación. Estos procesos rígidos pueden generar insatisfacción y el posterior abandono de los clientes, lo que deriva en una pérdida de negocios para el banco.

En última instancia, las empresas deben descubrir cómo pueden hacer que el proceso resulte más fluido y sencillo para los clientes sin dejar de cumplir con la normativa, ya que una incorporación satisfactoria puede ofrecer la oportunidad de llevar a cabo ventas cruzadas de productos relacionados tras la compra inicial.

CON LIFERAY, LAS EMPRESAS COMERCIALES PUEDEN:

- Aprovechar los flujos de trabajo automatizados, los formularios y las capacidades de gestión de documentos para crear un proceso de incorporación adaptado a sus requisitos únicos.
- Ofrecer secciones de preguntas frecuentes, bases de conocimientos y foros con el fin de facilitar a los clientes el acceso a la información por su cuenta.
- Proporcionar una interfaz moderna e intuitiva centrada en la conversión de clientes y la prevención del abandono.
- Permitir a los clientes comprobar el estado de sus solicitudes o proporcionarles cualquier información faltante a través de una experiencia autenticada.
- Alternativamente, integrar fácilmente soluciones de incorporación de terceros para gestionar la ejecución del proceso central subyacente.



Según McKinsey, cada aumento de 1 punto en la satisfacción relativa a la incorporación de clientes en una escala de 10 puntos de Net Promoter Score (NPS) conllevó un aumento del 3% en los ingresos.¹

¹ Tres maneras de reducir los costes de atención al cliente mediante la mejora del proceso de incorporación

HISTORIA DE ÉXITO

Una empresa fintech de nueva generación, que ofrece crédito a pequeñas y medianas empresas de la India, utilizó Liferay para crear una solución que incorpora a los nuevos socios en 3 minutos y a los nuevos clientes en tan solo 30 minutos. Este proceso digital integra más de 26 aplicaciones y 42 API para permitir una toma de decisiones de crédito más rápida y mejorada, y ahorrar tiempo a todos los usuarios.

Fomentar la satisfacción del cliente mediante el autoservicio

Los clientes quieren sentirse respaldados por sus instituciones financieras, pero hacerlo a través de un canal presencial puede resultar costoso para los bancos. En su lugar, atiéndelos de forma más eficaz a través de un [portal del cliente de autoservicio](#) que facilite la realización de tareas por su cuenta.

El autoservicio no solo se está convirtiendo en el método preferido de interacción para los clientes y reduce los costos relacionados con la atención al cliente, sino que también libera a los asesores, permitiéndoles llevar a cabo iniciativas más estratégicas.

LIFERAY BRINDA LAS CAPACIDADES NECESARIAS PARA:

- Crear un lugar centralizado para mostrar productos y servicios en línea, y ayudar a los clientes a hallar opciones relevantes más rápidamente con potentes funciones de búsqueda y resultados personalizados.
- Facilitar un acceso en línea seguro a información confidencial, como contratos y estados de cuenta.
- Equipar a los clientes con una base de conocimientos eficaz que ponga las respuestas a su alcance.
- Conectar los canales preferidos de los clientes, incluidas aplicaciones móviles, chatbots o quioscos, y distribuir contenido desde una única fuente.



El 26% de los clientes afirma que quiere evitar la banca presencial en adelante y prefiere tener un acceso ininterrumpido a sus cuentas.²

2 Diecinueve estadísticas para mejorar la experiencia del cliente financiero B2B en 2022

HISTORIA DE ÉXITO

El nuevo sitio web de [KBC Bank Ireland](#) da servicio a ocho perfiles específicos distintos con experiencias personalizadas, lo que permite a los usuarios enviar una solicitud de cuenta o préstamo en línea, descargar y cargar los documentos necesarios o iniciar el proceso hipotecario, entre otros. El sitio también facilita la búsqueda de información de productos y servicios fácilmente comprensible para ayudar a los clientes a tomar decisiones informadas.

4 Aumentar las ventas cruzadas gracias a la personalización

Resulta más sencillo y rentable vender a clientes actuales que a nuevos clientes potenciales. Sin embargo, las empresas comerciales deben ser capaces de transmitir el mensaje correcto en el momento adecuado para generar ventas incrementales y cruzadas efectivas.

Los bancos han formado a sus agentes humanos para hacer exactamente eso, y ahora deben ampliar y trasladar este proceso al mundo en línea.

CON LIFERAY, LOS BANCOS COMERCIALES PUEDEN:

- Crear y dirigirse a públicos específicos para la personalización basada en criterios de perfil y organización o en los hábitos de navegación de un usuario.
- Trabajar con segmentos de clientes predefinidos desde sistemas de terceros gracias a las sólidas capacidades de integración.
- Adaptar fácilmente las páginas en función de estos segmentos de audiencia. Mostrar contenido, productos y recomendaciones específicas para atraer a los clientes y aumentar su gasto general.
- Respaldar la segmentación basada en reglas que ayuda a los equipos de marketing a definir qué condiciones deben satisfacerse antes de enviar un mensaje para una sesión determinada.



Casi tres cuartas partes de los clientes del sector bancario afirman que las ofertas de productos son más valiosas cuando son contextualmente relevantes.³

3 Diecinueve estadísticas para mejorar la experiencia del cliente financiero B2B en 2022

HISTORIA DE ÉXITO

ParcIT, una empresa de software bancario, optó por Liferay para crear un nuevo portal del cliente que admitiera un alto grado de personalización. La nueva solución notifica a los clientes cuando hay nueva información u ofertas disponibles para los productos y servicios que han reservado. Además, pueden acceder a toda esta información en un solo lugar y podrán realizar solicitudes de cambios, soporte o presupuestos con base a su autorización y función en la empresa.

5 Unificar experiencias dispares

Hemos mencionado numerosos puntos de contacto diferentes en la experiencia del cliente; sin embargo, los clientes a menudo se ven obligados a visitar un sitio web para obtener información sobre productos y servicios, acceder a un sistema diferente para originar un préstamo y visitar otro sitio para solicitar una nueva línea de crédito.

Si bien esto puede deberse a la existencia de unidades de negocio separadas que se centran en casos de uso específicos, solo genera una experiencia inconexa y frustrante.

Reúne todo en una sola URL para que los clientes dispongan de una ubicación centralizada desde la cual acceder a todos los servicios e información que necesitan, y así reducir la fricción y la pérdida de tiempo.

LIFERAY OFRECE:

- La capacidad de conectarse a varios sistemas de gestión de identidades y accesos (IAM) para permitir un inicio de sesión único.
- API, servicios web y servicios de mensajería que facilitan la unión de diferentes soluciones y aplicaciones.
- Aplicaciones remotas que permiten una implementación más flexible en Liferay para que sea más fácil que nunca ampliar la plataforma e integrarla con otros sistemas, sin necesidad de integrar módulos personalizados.



HISTORIA DE ÉXITO

Un banco cooperativo por un valor de 158 mil millones de dólares que presta servicios a industrias esenciales en toda la zona rural de Estados Unidos proporcionándoles préstamos, arrendamientos, financiamiento de exportaciones y otros servicios financieros, tenía más de 20 aplicaciones diferentes con inicios de sesión y experiencias independientes. Sin embargo, ahora las asociaciones pueden acceder a todos los servicios en un portal de clientes creado en Liferay.

6 Reducir el tiempo de lanzamiento de las nuevas soluciones

Debido al gran número de unidades de negocio diferentes que abarcan una multitud de subsegmentos de clientes distintos, las instituciones financieras a menudo se encuentran a merced de sus equipos de TI si desean ofrecer nuevas soluciones digitales. No obstante, en un sector rápidamente cambiante, esperar a los equipos de TI impedirá a las empresas dar servicio a sus clientes como es debido.

En cambio, la organización al utilizar un único marco común optimizará los esfuerzos de mantenimiento y simplificará el desarrollo de nuevas soluciones para que las instituciones financieras puedan reducir su tiempo de comercialización y recortar los costos mediante componentes reutilizables.

Al aprovechar la plataforma ampliable y flexible de Liferay, las organizaciones financieras pueden ofrecer experiencias de marca congruentes con mayor rapidez; los usuarios pueden aprovechar las capacidades listas para usar y la funcionalidad low-code para crear nuevas soluciones sin necesidad de involucrar a los equipos de TI.

HISTORIA DE ÉXITO

Un banco líder en Estados Unidos fue capaz de dar servicio a tres subsegmentos diferentes de su base de clientes con Liferay mediante la creación de:

- Un portal de autoservicio para el alquiler y financiamiento de equipos para empresas.
- Un portal de préstamos de PPP en tan solo unos días, que les permitió aceptar y procesar solicitudes de préstamos con el fin de distribuir rápidamente fondos de ayuda relacionados con el COVID, destinados a pequeñas empresas.
- Un portal especializado en el que las mujeres emprendedoras obtienen los recursos que necesitan para contribuir a acabar con la desigualdad económica en las empresas fundadas por mujeres

Ofrecer experiencias B2B2B

Cuando los bancos comerciales ofrecen financiamiento a través de distribuidores o fabricantes, deben equilibrar las demandas de ambas partes de la experiencia: el intermediario y el cliente final.

Con Liferay, las instituciones financieras pueden crear un portal tanto para distribuidores como para clientes.

Por ejemplo, los agentes pueden acceder a un panel para visualizar todos los contratos que han vendido y acceder a la información más reciente sobre ofertas, recursos y contenidos de marketing. Está conectado al portal del cliente, donde los clientes finales pueden consultar sus préstamos y acceder a la información relevante. Ahora el banco ha aumentado la visibilidad y el control de la experiencia tanto del distribuidor como del cliente.

LIFERAY BRINDA LAS CAPACIDADES NECESARIAS PARA:

- Crear e implementar fácilmente portales para diferentes socios comerciales.
- Reutilizar fácilmente el mismo contenido en varios sitios.
- Mantener el control sobre cuánto puede personalizar el equipo de marketing del socio su portal del cliente de marca blanca.
- Implementar flujos de trabajo con el fin de crear procesos de aprobación para las personalizaciones anteriormente mencionadas.

La empresa puede establecer una relación con el cliente y obtener datos e información.





Mejorar la rentabilidad con mejores experiencias para el cliente

Para aumentar sus flujos de ingresos y ampliar su negocio, los bancos comerciales deberán centrarse en el crecimiento, el cuidado y la retención de los clientes. Junto a la adquisición de nuevos clientes, cultivar una base de clientes leales conducirá al éxito a largo plazo. Con Liferay, las empresas pueden desarrollar, conectar e implementar las soluciones que necesitan para dar servicio a sus clientes a lo largo de toda su experiencia.

Encuentra más información sobre cómo [Liferay puede ayudar a tu empresa aquí](#).

Para obtener más información, [contacta a nuestro equipo de ventas aquí](#).



Liferay ayuda a las organizaciones a resolver sus desafíos digitales a través de soluciones omnicanales reales como: intranets, portales, commerce y soluciones de integración. Nuestra plataforma es open source, lo que hace posible una mayor fiabilidad, innovación y seguridad. Nuestra empresa intenta dejar una impronta positiva en el mundo, a través del negocio y de la tecnología. Miles de organizaciones del sector financiero, salud, gobierno, asegurador, retail, industria y otros muchos mercados utilizan Liferay. Liferay: Una plataforma. Infinitas Soluciones.

© 2022 Liferay, Inc. Todos los derechos reservados.