



Conoce cómo Río Uruguay Seguros se convirtió en una empresa “centrada en el cliente”

Industria: Seguros

Ubicación: Concepción del Uruguay, Entre Ríos, Argentina

Website: www.riouruguay.com.ar



Acerca de RUS

Desde hace 60 años, Río Uruguay Seguros brinda un servicio de excelencia en múltiples ramos de seguros, abarcando todo el país a través de 25 sucursales propias y 5.000 brokers. Constituida como cooperativa y certificada en ISO9001, ocupa el puesto 26 en el ranking general de aseguradoras de Argentina. Su desafío estaba enfocado en avanzar en la transformación digital para posicionarse como una empresa pionera en conseguir la satisfacción de sus clientes.

Contexto

Andrés Fiorotto – RUS - Coordinador de Transformación Digital: El mercado del seguro viene cambiando con soluciones disruptivas (insurtechs), productos a demanda y un público cada vez más digital.

Contábamos con iniciativas sueltas, campañas digitales, call center, apps pero se necesitaba un “conector” que reuniera todo esto.

GrowIT llega como partner para implementar la estrategia CRM y sabíamos que el CRM era la solución integradora y Sugar la plataforma elegida luego de analizar muchas otras ofertas.

El gran desafío fue enfrentar el cambio cultural que debió realizarse en la empresa para que todas las iniciativas (bots, turneros, apps, portales, procesos) confluyeran hacia el CRM.

Juan Pablo Núñez – RUS - Responsable CRM y CX: Vimos que Sugar podía dar soporte al call center y también permitir que todos los usuarios tuvieran acceso a la misma información. Y permitirnos enfrentar los desafíos que provoca la pandemia global al estar todos trabajando de manera unificada y conociendo las interacciones de cada cliente, sus solicitudes, contactos y respuestas en cualquiera de las sucursales o canales digitales disponibles.

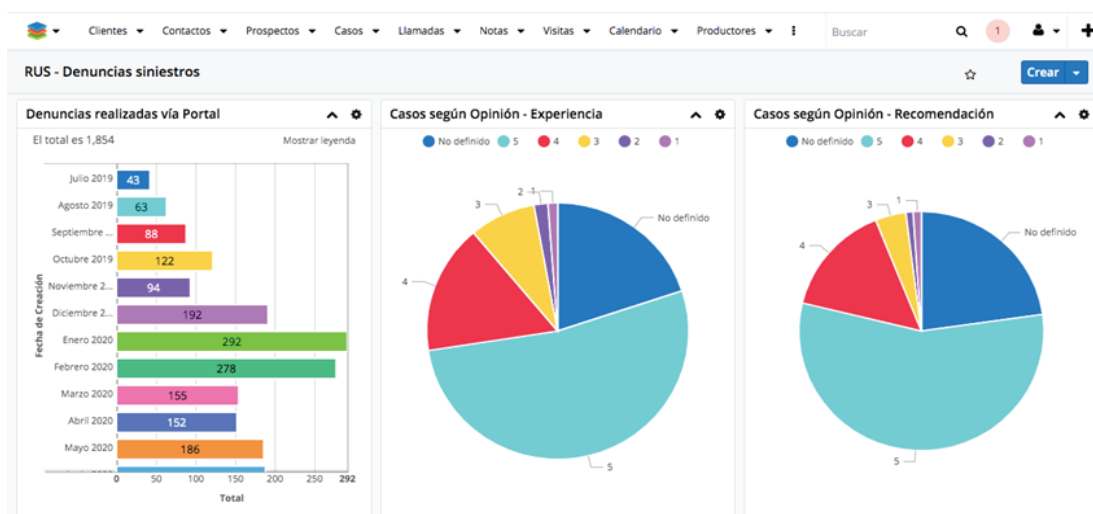
Mejorando la Atención al Cliente

Claudia Sosa – GrowIT – Directora del Proyecto en RUS: La implementación se realizó en diciembre 2018 en el call center, Casa Central y 2 sucursales. Durante el 2019 se realizó el rollout en el resto de las sucursales y el aprendizaje fue continuo. Hoy Sugar es una solución madura, estable y escalable, involucrando a más de 300 usuarios, integrada con bots con IA, portales, turneros, Acoustic (Marketing Automation) y campañas publicitarias digitales.

Hoy se atienden 40.000 casos por mes en promedio, bajo un proceso orquestado por SugarBPM, con orígenes diversos, como correo electrónico, teléfono, whatsapp, Apps, formularios, etc.



Es posible determinar el motivo y tiempo de respuesta promedio de cada solicitud, así como también si quien se contacta es el asegurado, un familiar o el productor asesor. Y se realiza una encuesta tipo NPS para ciertas interacciones, como denuncia de un siniestro.



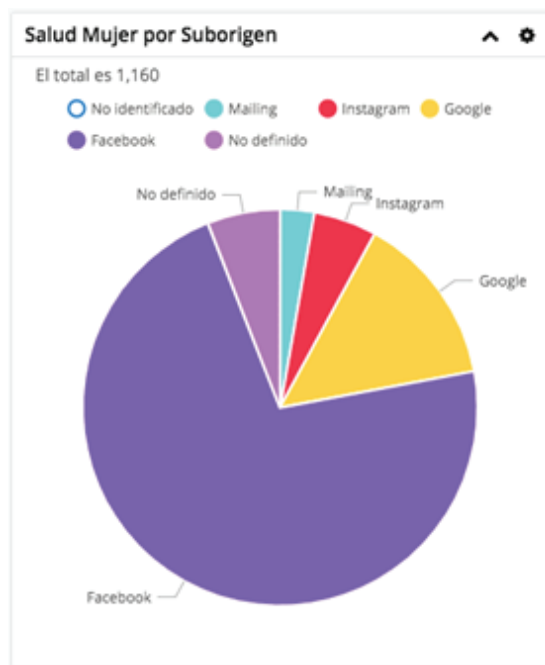
Juan Pablo: El proceso para Atención al cliente que propuso GrowIT al comienzo del proyecto resultó exitoso y fuimos incorporando cambios en la usabilidad para hacerlo cada vez más eficiente y fácil de usar.

De la Publicidad a la Venta

Desde el inicio del proyecto se determinó que la prospección se reflejaría en Sugar, desde que se capta un prospecto hasta que se realiza o no la venta.

Para ello, se integraron las campañas en Google y demás redes sociales, a través de Acoustic Campaign que es una solución de Marketing Automation desde la cual también se generan las campañas de email marketing, totalmente integrado bidireccionalmente con Sugar.

Los prospectos llegan a Sugar y son atendidos dinámicamente por las unidades de venta, pudiendo entregar trazabilidad y establecer el ROI de cada campaña, todo bajo SugarBPM.



Juan Pablo: Nunca podíamos cerrar un circuito. Ahora podemos saber si una campaña ha tenido resultados positivos o no, conociendo su conversión en ventas. Si bien empezó para las campañas de venta directa, hoy Río Uruguay empieza a aprovechar esta sólida base y se están creando nuevas iniciativas comerciales como cross-selling y venta a través de sponsors. Nos damos cuenta del valor de tener este proceso orquestado y las facilidades que nos brinda Sugar gracias a su flexibilidad.

Andrés: El cambio cultural es clave para esta transformación y nos valemos de la U-RUS, universidad corporativa de Río Uruguay Seguros, dedicada a formar y a transformar nuestras miradas y conocimientos de manera integral. Nuestro norte es integrar todo y Sugar está en el centro de esta estrategia.