

— **BLUE EYE:** Expertise
Humana + Interaction Analytics
para potencializar negócios



Blue Eye



— Ficha Técnica

DADOS DA EMPRESA:

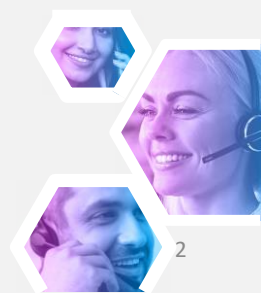
- **Razão Social:** Blue Six Tecnologia Ltda
- **Nome Fantasia:** Blue6ix Tecnologia
- **Inscrição Estadual:** 131.875.134.114
- **CNPJ:** 29.351.086/0001-89
- **Endereço completo:** R. John Harrison, 299 - Sala 1004
Bairro: Lapa
Cidade: São Paulo
Estado: SP
CEP: 05074-080

RESPONSÁVEL PELO CASE:

- **Nome:** Igor Gonçalves do Nascimento
- **Cargo:** Analista de Marketing
- **Telefone:** (11) 95979-3100
- **E-mail:** igor.goncalves@blue6ix.com.br

CATEGORIA E TÍTULO DO CASE:

- **Categoria:** TECNOLOGIA PARA RELACIONAMENTO
- **Título do Case:** BLUE EYE: Expertise Humana + Interaction Analytics para potencializar negócios



— Resumo

Nos últimos anos a dinâmica de consumo e relacionamento sofreu grandes mudanças, devido a pandemia e ao novo perfil de consumidor que se moldou com uma nova dinâmica de vivência.

Assim como todas as empresas, o Banco Bmg precisou inovar e acelerar suas iniciativas de Transformação Digital, contando com a Blue6ix como parceiro altamente capacitado para Análise de Voz e Dados do Cliente e um dos desafios do último ano foi:

Mapear e entender de forma preditiva qual o perfil vencedor para Vendas e Retenção.

Quais as melhores argumentações e sondagens para Venda e Retenção? Quais os modos mais fáceis de contornar determinadas objeções do cliente? Quais melhores práticas de um agente que podem ser replicadas pela área de Treinamento? Com a solução Blue Eye, foi possível sanar essas dúvidas e obter resultados já mensurados.

PRINCIPAIS RESULTADOS:

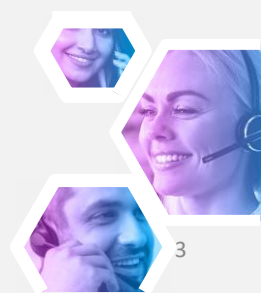
O projeto já tem resultados percebidos após quase 1 ano de aplicação:

15% de aumento do potencial de Vendas

500% de aumento de retenção

Otimização dos treinamentos de Venda e Retenção, agora focados em disseminar o Perfil Vencedor.

Visão 360° do perfil do cliente em 2 estágios importantes do relacionamento: Venda e Retenção – Tentativa de ruptura com a marca.



— A Blue6ix

A Blue6ix nasceu da união de profissionais que trabalhavam na área de **Customer Experience** com o objetivo de revolucionar o Relacionamento com Clientes. Unindo a **expertise do time** com **inteligência artificial** desenvolvemos soluções e metodologias de estudo que atuam em **dores** identificadas como recorrentes em pequenas, médias e grandes empresas.

NOSSOS NÚMEROS:

+30MI

Interações
Analisadas

18

Segmentos de
Mercado

+900

Projetos
Realizados

+3,5K

Insights e
Oportunidades

+1000

Estudos
Entregues

NOSSOS VALORES:



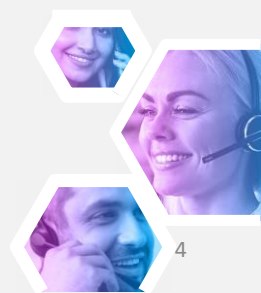
RESPEITO

Resguardar o espaço alheio sem ultrapassar a linha do indivíduo único e potente acima de tudo.



SIMPLICIDADE

Tornar a vida singela, focando o essencial em detrimento do superficial.





INTEGRIDADE

Viver a sua totalidade, sem dividir-se, duvidar ou compartimentar-se.



COMPROMETIMENTO

Honrar as palavras e as decisões, cumprindo os combinados pactuados em prol de um grupo.



RESPONSABILIDADE

Tomar a vida nas próprias mãos e agir como se fosse o único e o último.

CONHEÇA NOSSOS CONTEÚDOS:



Blue6ix Tecnologia



@blue6ixtecnologia



blue6ix.com.br

INDO ALÉM DOS NÚMEROS:

A Blue6ix, desde seu início, defende tanto questões sociais, como ambientais, de igualdade e diversidade. Para nós, esses pilares moldam valores, visões e objetivos. Por isso, aderimos ao Pacto Global e suas diretrizes, reforçando nosso compromisso em devolver à sociedade a confiança e responsabilidade que é colocado em nós como organização.



Pacto Global
Rede Brasil

blue6ix
KNOW. PLAN. ENGAGE.



— O Banco BMG

Um banco com tradição em inovar

Faz parte de nossa essência reinventar a melhor experiência em ter crédito para nossos clientes. Conheça os nossos pilares BMG:

Missão:

Popularizar soluções financeiras no Brasil.

Visão:

Estar entre os 6 maiores bancos do Brasil, criando soluções simplificadas e inovadoras que geram valor para os clientes e partes envolvidas.

Valores:

Cliente no Centro, Visão empreendedora, paixão por performance, ética com transparência, inovação, trabalho em equipe com meritocracia.

Há 90 anos transformando para incluir...

Inovação faz parte do nosso dia a dia desde 31 de julho de 1930, quando nos tornamos um dos primeiros bancos do Brasil. De lá pra cá, muita coisa aconteceu.



Somos pioneiros na oferta de crédito consignado, que democratizou o acesso a crédito com juros mais baixos





Temos a maior rede de correspondentes bancários do País, disseminando oportunidades por todo o Brasil



Criamos uma conta digital que, além de grátis, te ajuda a poupar



Nosso apoio aos maiores times do Brasil vai muito além do patrocínio



A gente sabe que a diversidade é um dos pilares da inovação. Por isso, abolimos o dress code e implementamos práticas que valorizam a diversidade para criar um ambiente cada vez mais inclusivo. Vem fazer parte desse time!

NÚMEROS:

+9MI

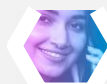
De Clientes

+900

Agentes de
Atendimento

9

Prêmios ganhos em
Parceria com a
Blue6ix



— Introdução:

Desafios e início da Jornada

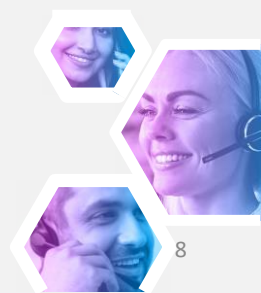
Nos últimos 3 anos, a Transformação Digital tem se acelerado para todos os setores – da indústria aos serviços. Impactada pelo cenário pandêmico e isolamento social, todos os segmentos de negócio precisaram se adaptar e criar estratégias digitais para continuar atendendo o cliente de forma segura, rápida e com foco em CX.

Esse cenário, criou um novo perfil de consumidor, hiper conectado, ágil, preocupado e com necessidades cada vez mais específicas a seu cenário, durante esse momento delicado econômico e socialmente.

Após isso, com a recente volta da convivência social, um novo movimento é fortalecido, o *phygital*. Esse novo modelo proporciona novas experiências integradas à clientes, que podem fluir entre o digital e o físico durante os pontos de contato ou jornada de compra.

COMO SE ADAPTAR A ESSE NOVO CENÁRIO E AO CONSUMIDOR PÓS PANDÊMICO?

O *phygital* já é uma estratégia do Banco Bmg desde o início da pandemia. O período de isolamento social fortaleceu o modelo dentro do Banco, unindo canais físicos e digitais para experiências cada vez mais próximas, amplificando a estratégia e Transformação Digital.



Para apoiar nessa estratégia, o Bmg contou com a parceria de anos com a Blue6ix em um pilar importante em CX e Relacionamento: **Análise da Voz do Cliente e Estruturação de Dados.**



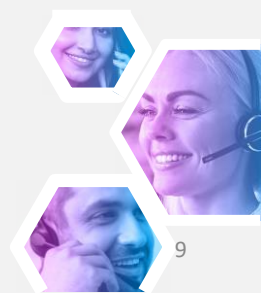
A BLUE6IX É ESSE PARCEIRO:

Soluções completas em consultoria aplicada para transformar dados desestruturados em ações para amplificar a experiência do cliente.

Aplicando a Solução **Blue Eye**, a Blue6ix provê ao Banco uma gama de estudos de voz e dados do cliente que geram insights, oportunidades e ações para ajustar o desenho de Jornada, fortalecer as melhores práticas e garantir, não só a satisfação do cliente, como ampliação e retenção da base.

Para focar nesses pilares de ampliação e retenção da base, um modelo de estudo de vendas e retenção se iniciou, com objetivo de fortalecer as melhores práticas de sondagem e argumentação, além de entender motivos de recusa, rompimento com a marca ou possíveis insatisfações.

A aplicação do **Blue Eye** acontece através da expertise do time Blue6ix, formado por **profissionais multidisciplinares** com foco em Relacionamento, CX e Modelação de Dados, somado a uma potente plataforma de **Interaction Analytics**, permitindo a **análise de interações do cliente em grande escala.**



— Blue EYE

Insights



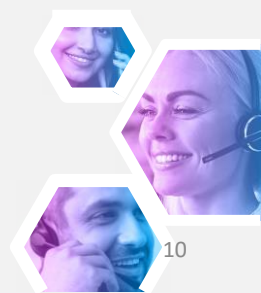
Blue Eye

Através de análises internas, de mercado e da concorrência, realizadas pelo nosso time de especialistas, chegamos às melhores sugestões personalizadas para cada necessidade, trazendo exclusividade e inovação de acordo com cada linha de negócio.

O **Blue Eye** é a evolução para processos, produtos ou atendimentos. A partir de uma observação panorâmica, sua implantação traz insights pertinentes para uma transformação efetiva.

O serviço consiste em uma consultoria que analisa todos os procedimentos, ou um cenário específico, do seu negócio, com o objetivo de identificar gaps e transformá-los em melhorias.

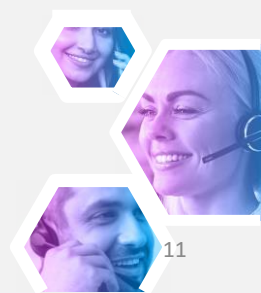
Para o Bmg, diversos cenários são avaliados na Jornada do Cliente, neste case, destacaremos a análise de **Jornada da Venda e Retenção**.



PLATAFORMA INTERACTION ANALYTICS:

O Interaction Analytics é uma Plataforma que combina reconhecimento de fala contínua (LVCSR), indexação e pesquisa fonética para associar a palavra transcrita/falada ao sentimento do cliente. A solução permite a rápida descoberta de novas tendências, frases relacionadas e categorização de interações por tópico.

Seguindo a metodologia dos 5 Vs do Big Data a Plataforma entrega grandes **volumes** de análise automática com **velocidade** e com mecanismos que garantem a **veracidade** das informações. Com uma grande **variedade** de métricas e possibilidades de estudo a Plataforma agrega grande **valor** a composição da entrega. Sendo a parte mecânica dessa engrenagem do Blue Eye.

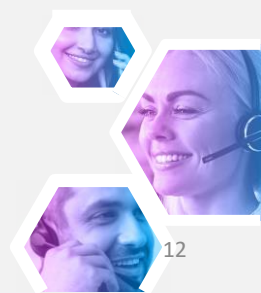


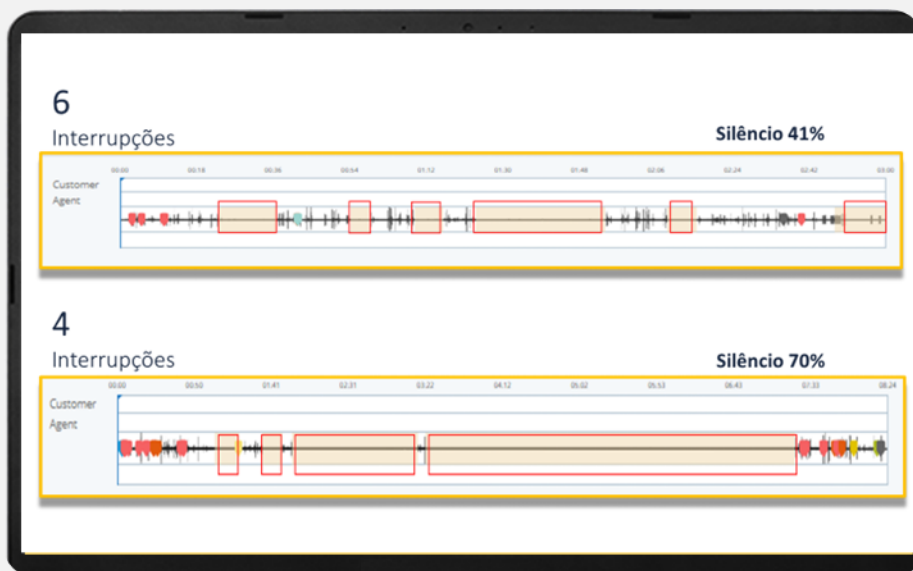
MÉTRICAS NATIVAS:

SENTIMENTO E SUA TRANSIÇÃO: Com a transcrição é possível mensurar o sentimento da interação e se houve mudança do sentimento inicial para o sentimento final. O sentimento é medido através da junção de diversos fatores, sendo eles:

01. EXPRESSÕES FALADAS	Modelos de Linguagem identificam palavras e frases positivas e negativas;
02. ESTADO EMOCIONAL	Pode evitar Falsos Positivos e alertas desnecessários;
03. CROSS TALK	Cliente e Agente falando ao mesmo tempo
04. TOM DE VOZ	Intensidade, tom e volume da Fala
05. NON TALK	Tempo em Silêncio e Interrupções

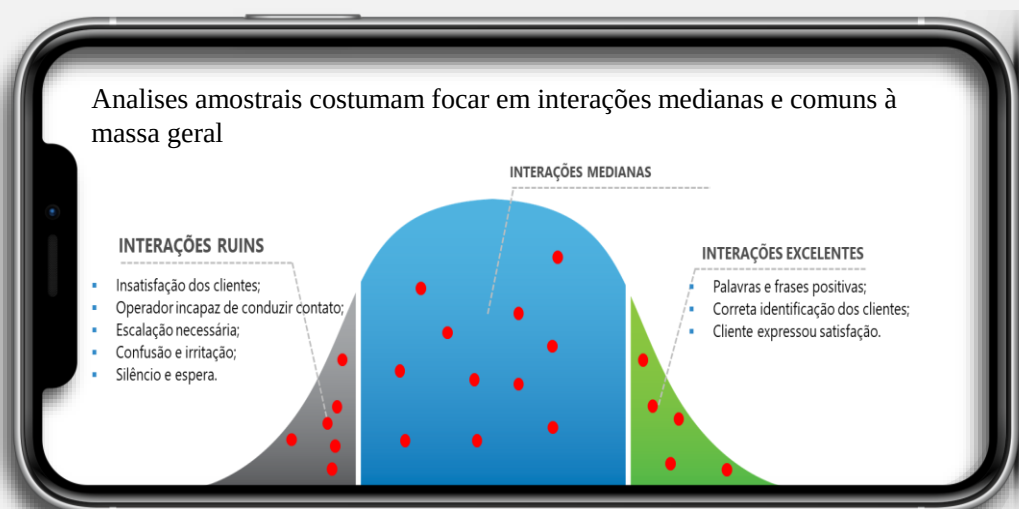
SILÊNCIO E INTERRUPÇÕES: Acompanhar o tempo em silêncio e a quantidade de vezes que houve interrupção no atendimento. Essa medição ocorre no momento em que o telefone é colocado no mudo, quando os interlocutores param de interagir e existe apenas um ruído de fundo, nas músicas da URA e no momento de transferência do contato.





A IMPORTÂNCIA DE ANALISAR GRANDES VOLUMES:

Como vimos, o principal desafio motivador desse projeto foi o fato do Banco BMG precisar da criação de um perfil vencedor de Vendas e Retenção, mas construí-lo com análises manuais era impossível com volume, velocidade e assertividade necessária para o impacto do tema e sua constante mudança.

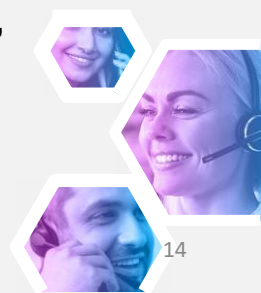


A partir do momento que a plataforma de Analytics é incorporada ao processo de análise realizado, o que pôde-se observar são as extremidades, onde o que chama atenção são as interações que contêm menções a reclamações ou órgãos de defesa do consumidor, somadas a processos específicos, em contrapartida, também foi possível entender quais os processos os clientes reconheciam que funcionavam muito bem e melhores práticas de relacionamento e atendimento.

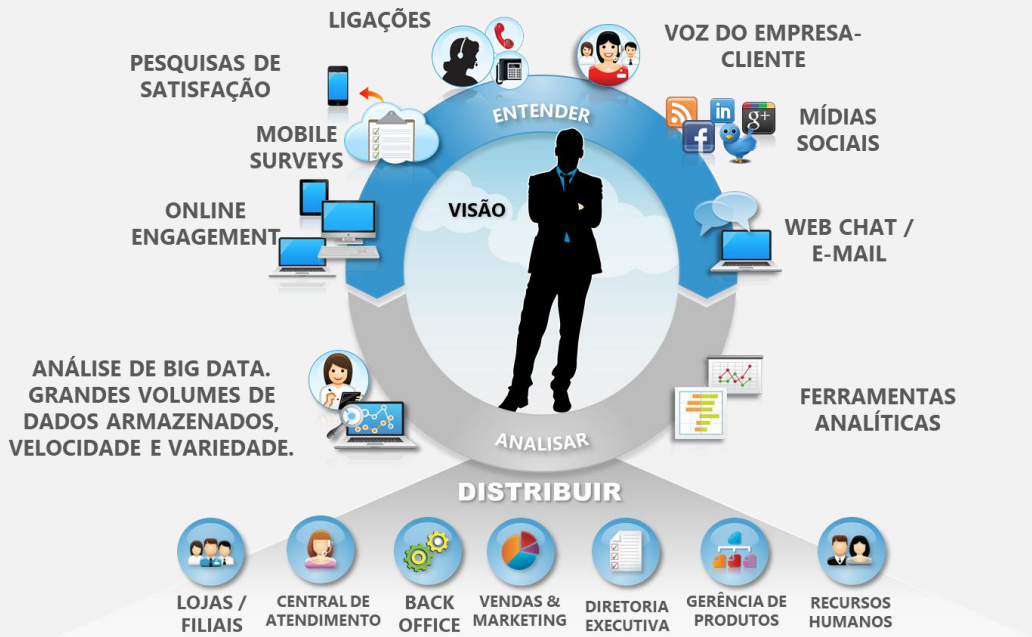


Ou seja, a solução permite que as empresas foquem no que realmente importa e que pode ajudar a melhorar os seus indicadores, a satisfação de seus clientes e apoiar os seus colaboradores na busca pela excelência. Além de permitir estudos direcionados para entender perfis do cliente ou agente, impacto de produtos, serviços ou processos.

A Plataforma permite analisar todas as interações (chat, e-mail, mídias sociais, ligações), compreendendo dados



não estruturados, e isso foi fundamental para a capacidade de melhorar os parâmetros desejados.

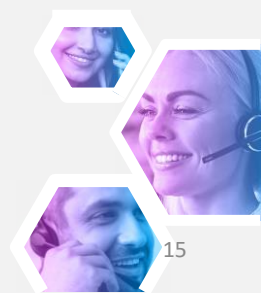


CARGA DE INTERAÇÕES:

- Possui reconhecimento de fala e processa arquivos de texto.
- Ingest de interações com ou sem arquivos de metadados.
- Transcrição de áudios em texto.

ANÁLISE ATRAVÉS DE QUERIES (CATEGORIAS)

- Categorização das chamadas para investigação e diagnóstico de novos temas e problemas;
- Comportamento do agente /cliente; Insatisfação do cliente; Ofertas de retenção; Menções a concorrência; Expressão de problemas técnicos; Técnicas de diagnóstico; Evidências de resolução do problema e Temas recorrentes.



— Estratégia:

Curadoria + Tecnologia

FLUXO GERAL DE PROJETO:

CRIAÇÃO E ALIMENTAÇÃO DO PERFIL VENCEDOR:

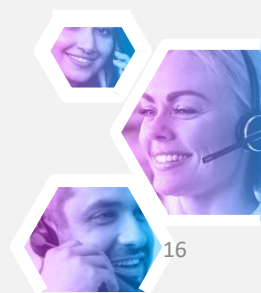


RECEBIMENTO DE BASE:

O Banco envia à Blue6ix uma base de ligações de Vendas e/ou Retenção tabuladas de acordo com o fechamento da interação:

- Venda / Não Venda
- Retido / Não Retido

As interações vem acompanhadas de dados do cliente para enriquecer a criação de perfis preditivos, tanto de venda, quanto de retenção e rompimento com a marca.



DISCOVERY:

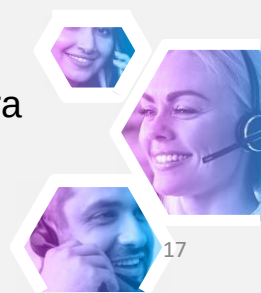
As interações recebidas são processadas pela plataforma de Interaction Analytics que gera automaticamente métricas de Sentimento, Silêncio e Interrupções. A partir disso, a equipe B6 faz um processo de Discovery para entender como funciona o processo de Venda e/ou Retenção do cliente, mapeando as principais **argumentações, sondagens, recusas, objeções e reclamações**.

Esse mapeamento serve para a construção das *Queries*, pesquisas fonéticas que vão avaliar de forma exponencial os itens de composição da jornada citados acima, dando velocidade, veracidade e volume ao processo consultivo.

PERFIL VENCEDOR:

Aplicando as queries e utilizando as métricas nativas da plataforma, é possível entender o comportamento de cada conjunto de interações. É possível analisar quais argumentações são mais usadas, portanto mais efetivas, nas interações que tiveram venda fechada ou cliente retido, assim como sondagens que tem mais impacto para o sucesso, quais recusas são mencionadas e quais argumentações às contornam. Por outro lado, na massa de interações de não venda ou não retido é possível analisar quais recusas tem menor chance de sucesso, quais argumentações deixaram de ser usadas ou quais são usadas mas, sem sucesso.

A seguir a aplicação de um estudo para Vendas e um para Retenção

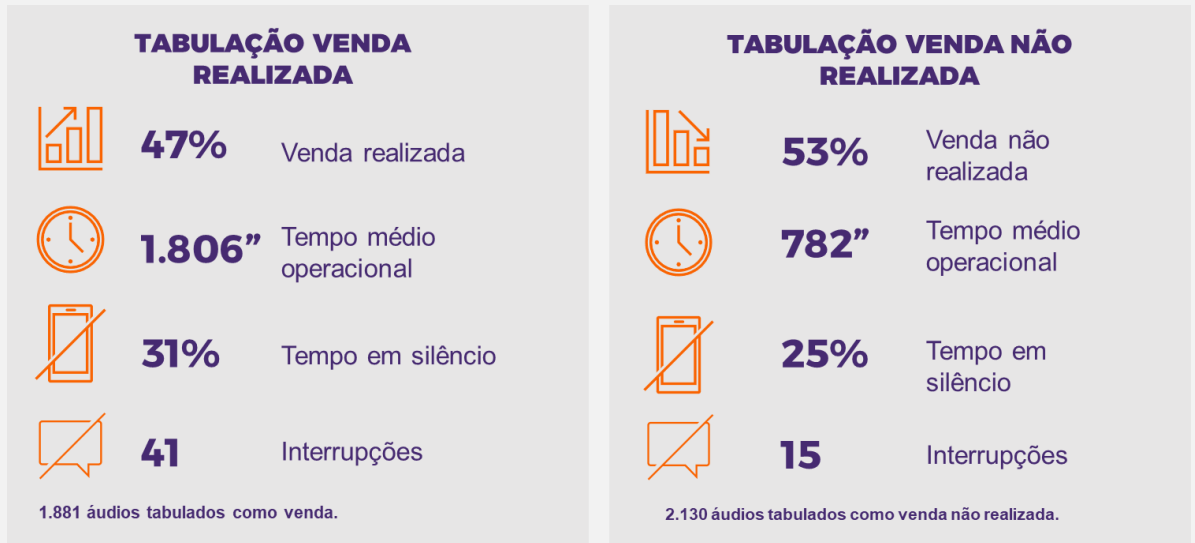


— Estudo de Vendas: Blue Eye

DADOS GERAIS DO ESTUDO:

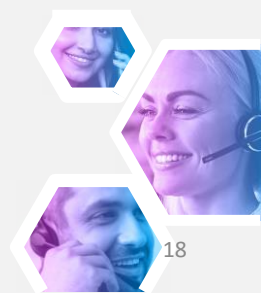
Período das Interações: Setembro à Novembro/22

Volume de Interações: 4.011 áudios analisados de Venda x Não venda.

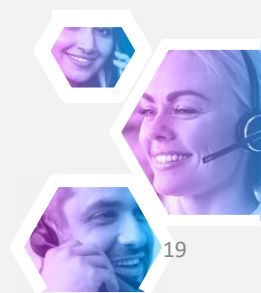


Aqui temos um recorte da base de venda (assim como no próximo estudo de Retenção) que foi selecionado para análise. A Tendência é expandir essa análise a 100% das interações ao longo do tempo, algo possível apenas com apoio da tecnologia, que pode processar em minutos um volume altíssimo de interações. Se comparado a uma monitoria processual humana, um analista conseguiria fazer em média 12 monitorias por dia, enquanto o volume desse estudo – com o perfil já mapeado e construído – foi processado e analisado em 1 hora pela plataforma de Analytics, gerando resultados imediatos para análise do time de Consultoria.

Observando a divisão da base de interações em Venda e Não Venda, já processadas no Analytics e com métricas nativas, podemos ver algumas distinções.

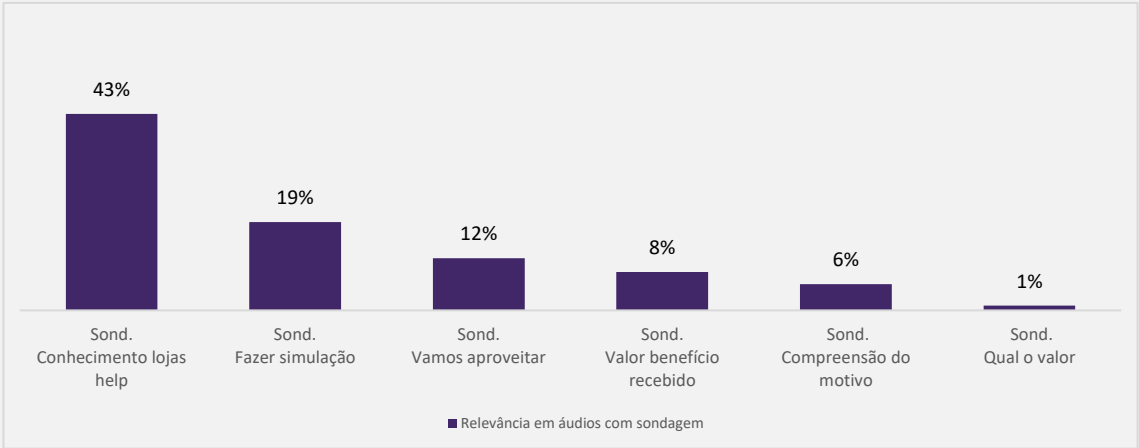


A Base de Venda tem um TMO maior, por ter mais argumentação, sondagem e se prolongar até a efetivação da venda, além disso também tem mais Interrupções, referentes a interação sistêmica advinda da venda e, portanto, maior % de tempo de silêncio, também pela interação sistêmica de registro da venda.

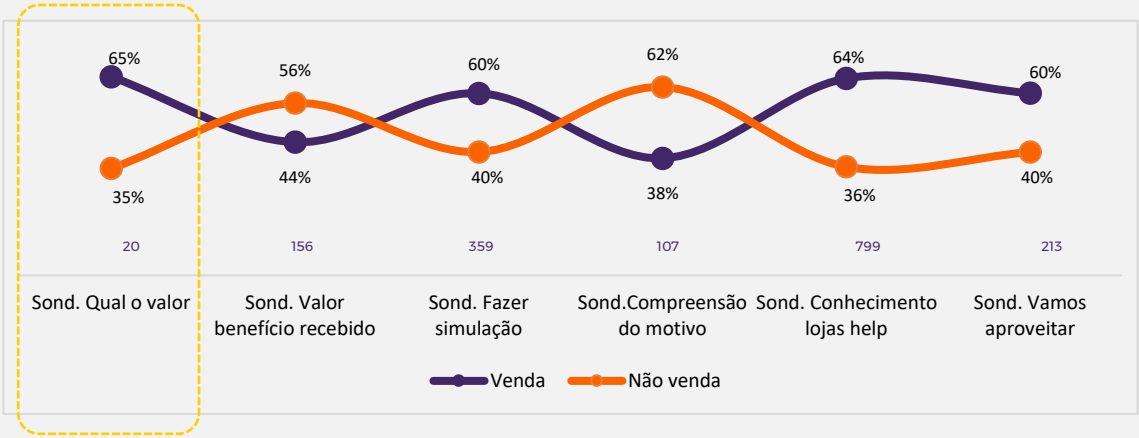


SONDAGEM:

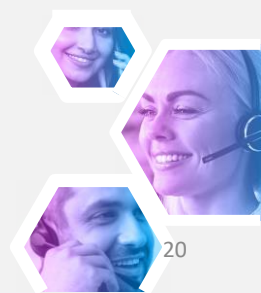
Foram mapeadas 6 tipos de sondagem principal que são realizadas para introduzir a Venda. Em **34%** das interações foi feita alguma dessas sondagens:



Abaixo vemos a divisão entre Venda e Não Venda:

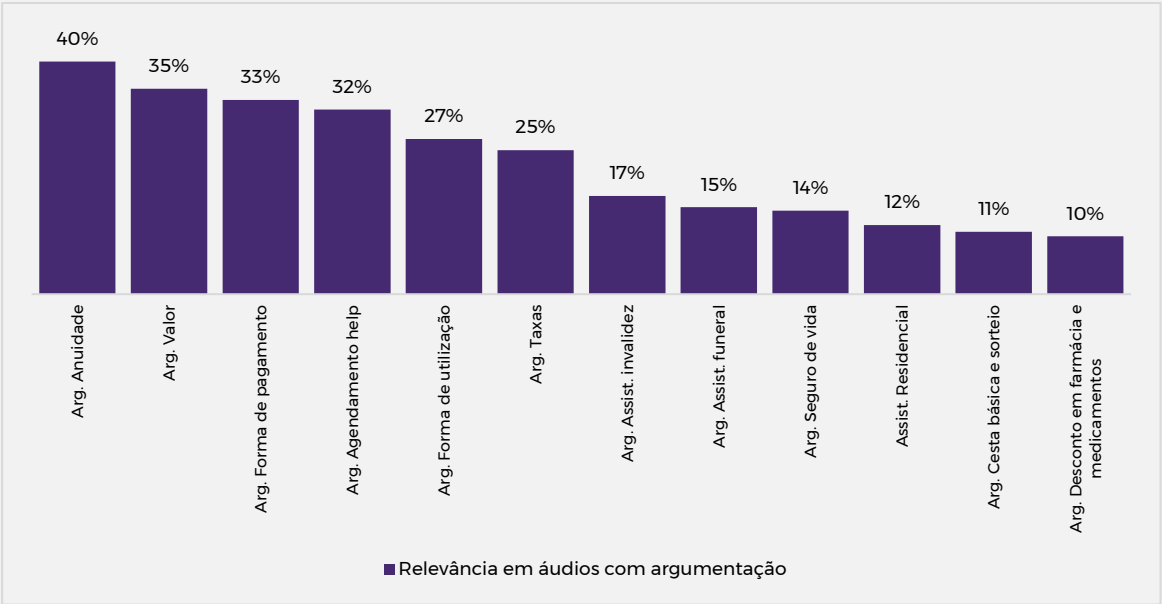


As sondagens com mais representatividade em Venda são consideradas as mais efetivas para iniciar a abordagem.

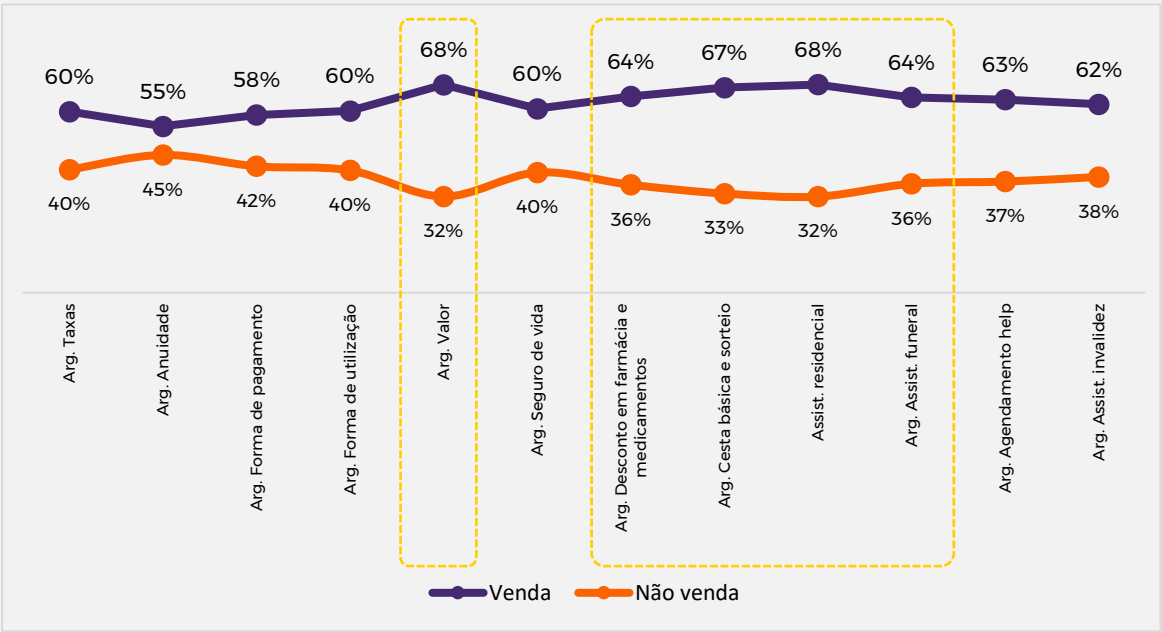


ARGUMENTAÇÕES:

Já as argumentações mapeadas – 12 principais – estão presentes em **85%** das interações:

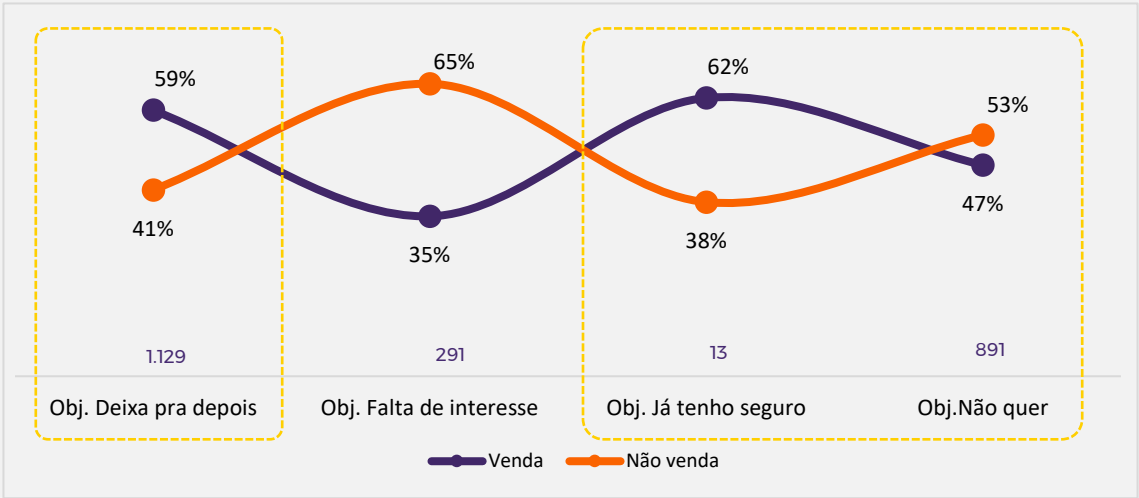
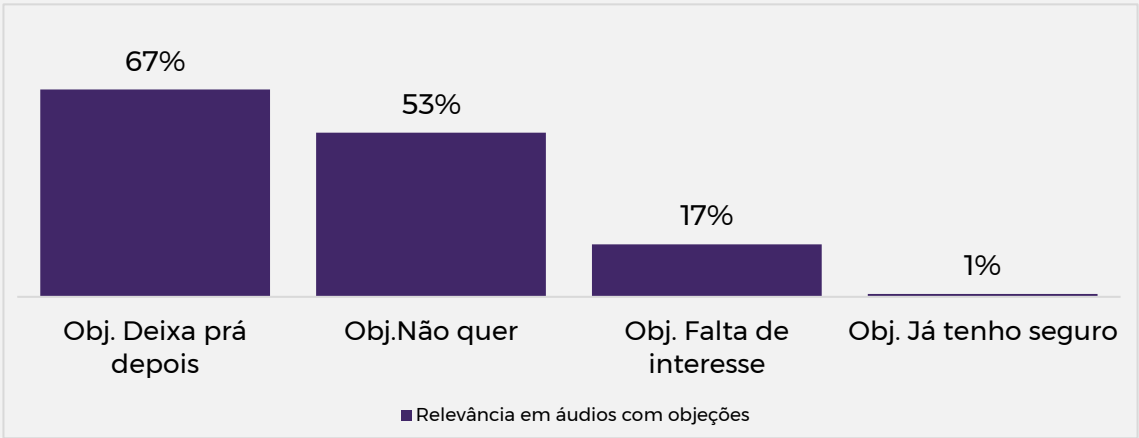


Quando vemos a divisão entre Venda e Não Venda é possível entender quais argumentações são mais efetivas para o processo de venda:



OBJEÇÕES:

Parte importante do mapeamento é investigar as objeções para entender quais são as melhores maneiras de contorná-las, com as argumentações e sondagens:



MOTIVOS DE CONTATO:

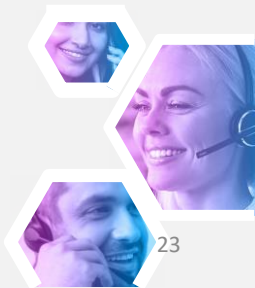
Como essa venda é Cross, ainda é possível mapear foneticamente os motivos de contato e entender em quais situações é mais provável o cliente aceitar a venda e quais casos ele tende a recusar mais, assim como o comportamento da métricas:

Motivos de Contato para Venda:

Motivo	% Representatividade	% de menções lentidão sistema	TMO	%Silêncio	Interrupções
FATURA	39%	19%	2.149"	29%	45
DESBLOQUEIO CARTÃO E SENHA	38%	20%	1.951"	29%	42
2ª VIA CARTÃO	8%	19%	1.900"	27%	40
LIBERAÇÃO DE MARGEM	6%	21%	2481"	30%	54
APP	3%	18%	1.675"	26%	32
CANCELAMENTO CARTÃO	1%	19%	2.028"	28%	42
SEGURO PRESTAMISTA	1%	22%	2.245"	27%	41
LIMITE	1%	29%	1.705"	38%	38

Motivos de Contato para Não Venda:

Motivo	% Representatividade	% de menções lentidão sistema	TMO	%Silêncio	Interrupções
FATURA	32%	12%	990"	22%	16
DESBLOQUEIO CARTÃO E SENHA	26%	9%	896"	25%	17
2ª VIA CARTÃO	5%	11%	972"	23%	17
LIBERAÇÃO DE MARGEM	3%	10%	1062"	24%	18
APP	3%	12%	800"	22%	14
CANCELAMENTO CARTÃO	3%	7%	674"	21%	11
SEGURO PRESTAMISTA	2%	14%	808"	21%	12
LIMITE	1%	3%	1028"	23%	17



APLICAÇÃO 360°:

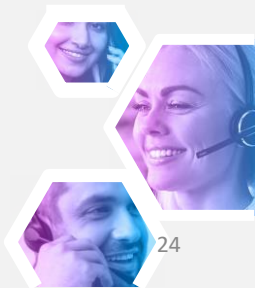
Por fim, indicamos a reaplicação do mapeamento periodicamente para entender se a receptividade e comportamento do cliente tem mudado, criando novas possibilidades de estratégia e construção de Jornada da Venda.

Abaixo, o comparativo do inicio do estudo com os resultados mais recentes:

PERÍODO AVALIADO	Fevereiro à Maio / 2022	Setembro à Novembro/2022	COMPARATIVO
TMO	996"	1.262"	+266"
% SILÊNCIO	26%	28%	+2,%
% INTERRUPÇÕES	22	27	+5
% SONDAGEM	17%	34%	+17%
% ARGUMENTAÇÕES	41%	85%	+44%
% OBJEÇÕES	42%	42%	0%

Vemos um aumento significativo da presença de Argumentação e Sondagem, fruto dos resultados do inicio do estudo, vinculados a novos treinamentos focados, que foram aplicados pelo Banco.

TMO e silêncio tem aumento devido a maior período de sondagem e argumentação aplicado.



PERFIL VENCEDOR:

O perfil vencedor é o resumo da análise que indica quais ações são mais efetivas para o sucesso da Venda e o que deve ser evitado:



Interações com **sondagem** possuem 72% de **sucesso na venda**;



97% das interações onde **não há argumentação**, não vendem;



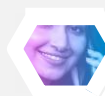
Há maior dificuldade em reverter a objeção “**falta de interesse**” (65% de não venda);



O cliente demonstra **maior atrito**, nas ligações de **não venda** (82%);



13% das interações possuem menções de **falta de entendimento**.



— Estudo de Retenção: Blue Eye

DADOS GERAIS DO ESTUDO:

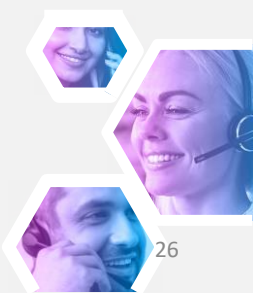
Período das Interações: Janeiro/23

Volume de Interações: 1.967 áudios analisados de Retido x Não Retido.

CARTÃO	EMPRÉSTIMO	SEGURO
 63% Reversão	 54% Reversão	 53% Reversão
 37% Não reversão	 46% Não reversão	 47% Não reversão
 694" TMO	 940" TMO	 803" TMO
 19% Silêncio	 29% Silêncio	 20% Silêncio
 10 Interrupções	 18 Interrupções	 11 Interrupções

Assim como a Base de Vendas, em retenção recebemos um recorte da base total da célula, essa massa vem com separação pela tabulação de Retido e Não Retido para os 3 produtos acima: Cartão, Empréstimo e Seguro.

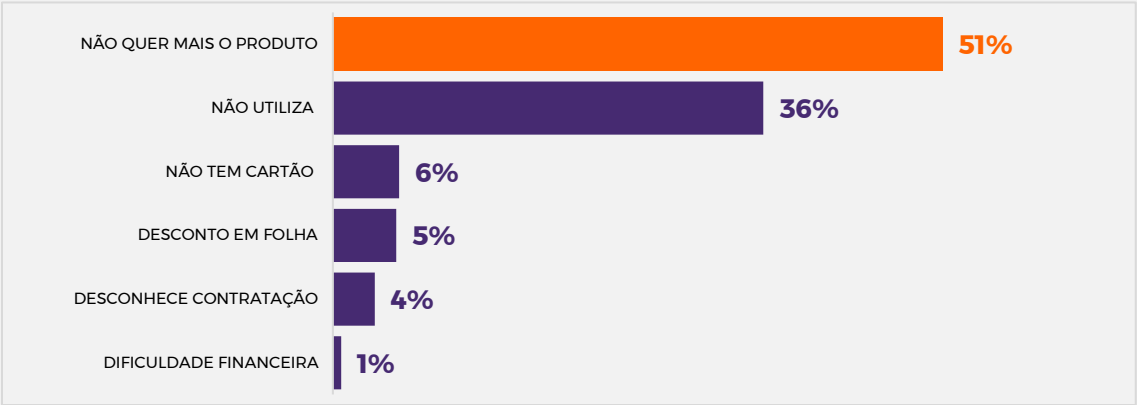
O processamento automático das ligações pelo Analytics gera as métricas que podem ser utilizadas para uma primeira análise do cenário de cada produto e ainda de cada status final da retenção.



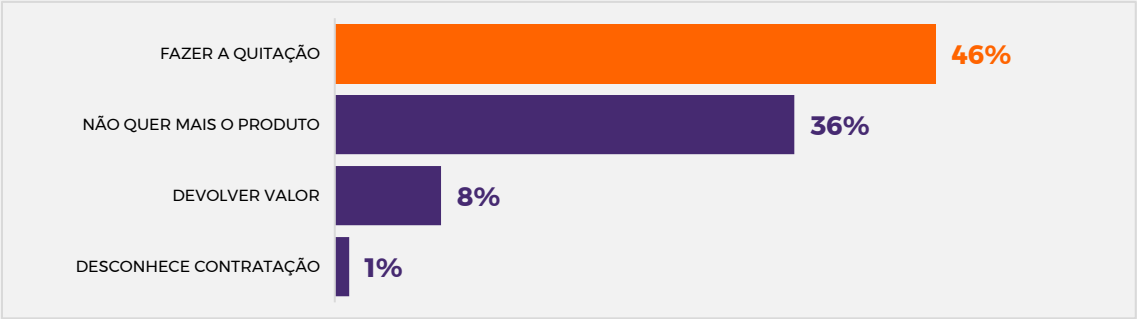
SONDAGEM E MOTIVO DO CANCELAMENTO:

Em Retenção são mapeados 6 motivos de cancelamento principais para Seguro e Cartão e 4 para Empréstimo. Esse mapeamento é baseado na **Sondagem de Motivo de Cancelamento** realizada pelo agente, **passo importante para estruturar uma retenção** personalizada para manter o cliente na base de forma satisfeita.

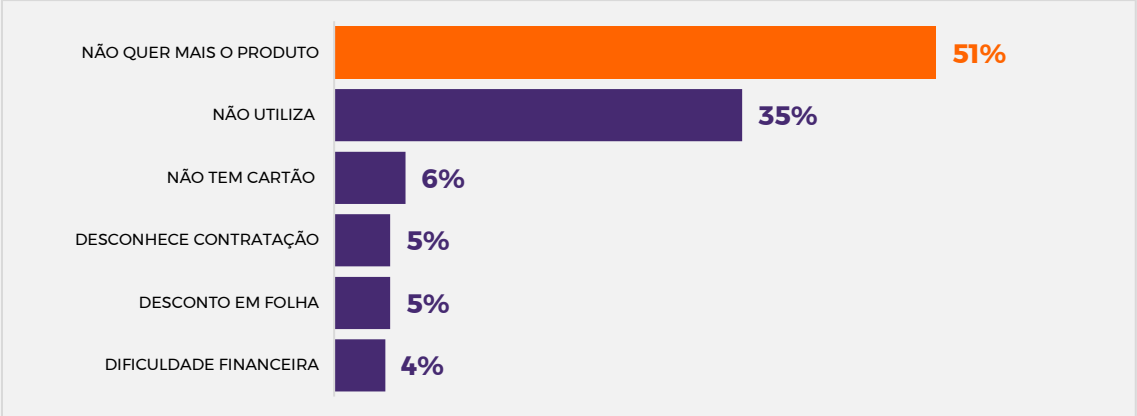
CARTÃO:



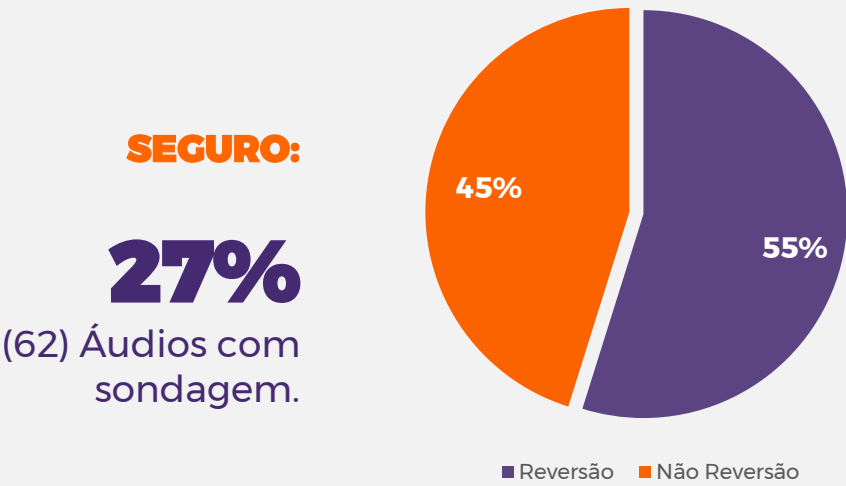
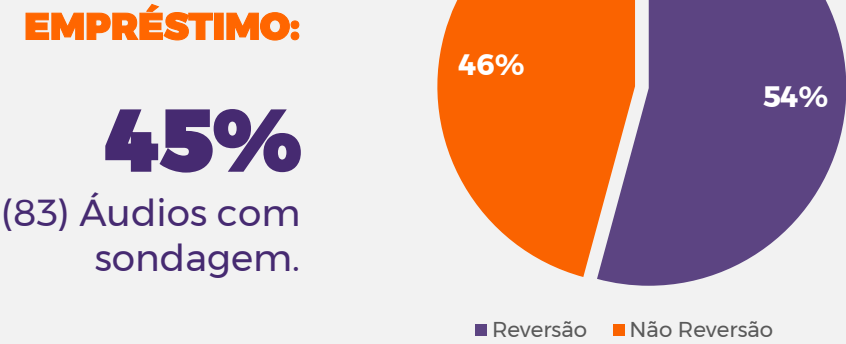
EMPRÉSTIMO:



SEGURO:



Em 31% das interações existe a presença de sondagem do motivo, fazendo diferença no sucesso da Retenção, como demonstra o mapeamento abaixo, com maior presença dessa etapa na massa de interações retidas:



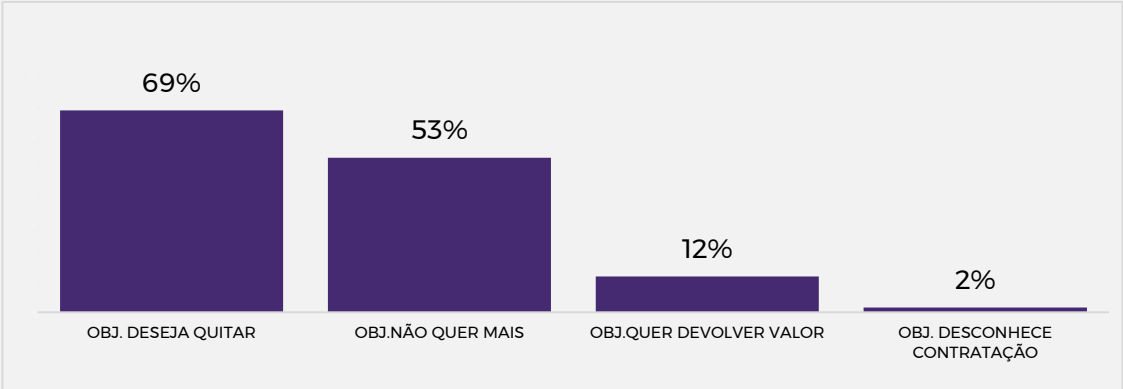
OBJEÇÕES:

Para retenção, também é avaliado as objeções feitas e quais podem ser contornadas para garantir a retenção, levando em consideração o leque atual de argumentações e ofertas da matriz de retenção, sendo um dado essencial para alimentação do discurso de retenção, recursos disponíveis para equipe e treinamentos.

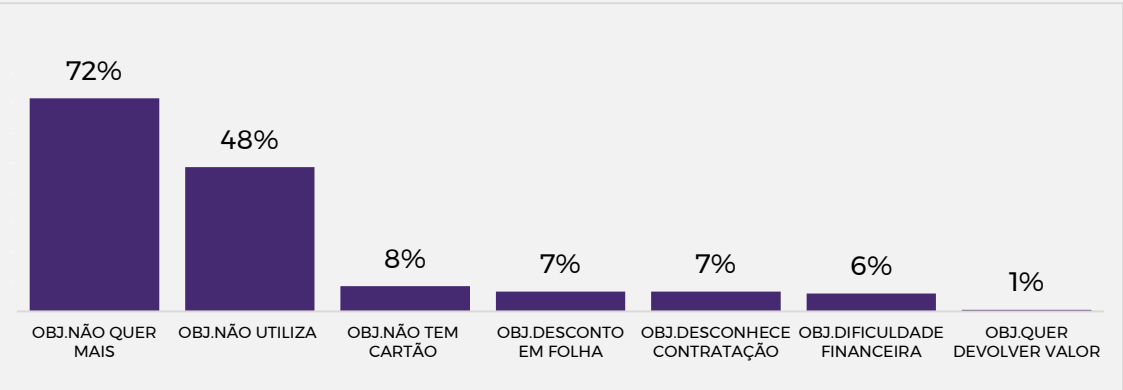
CARTÃO:



EMPRÉSTIMO:

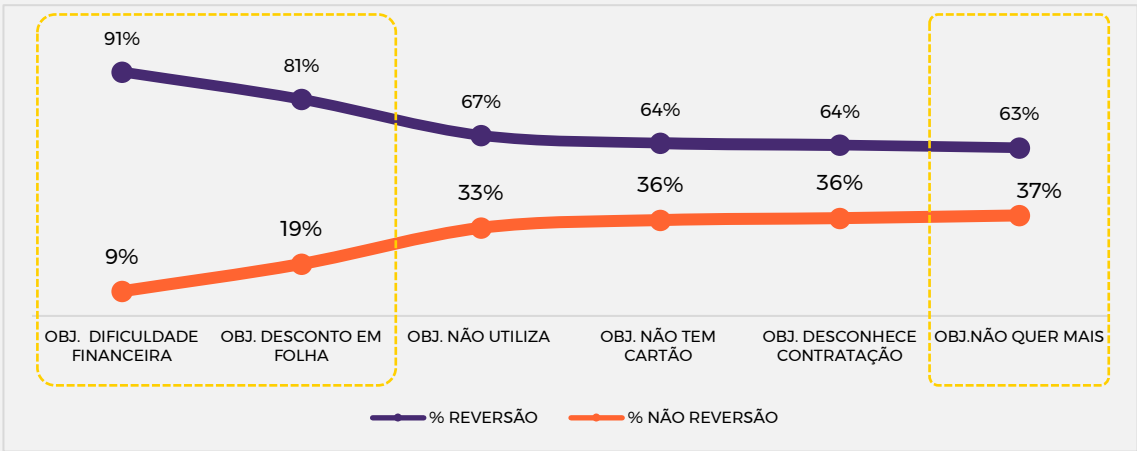


SEGURO:

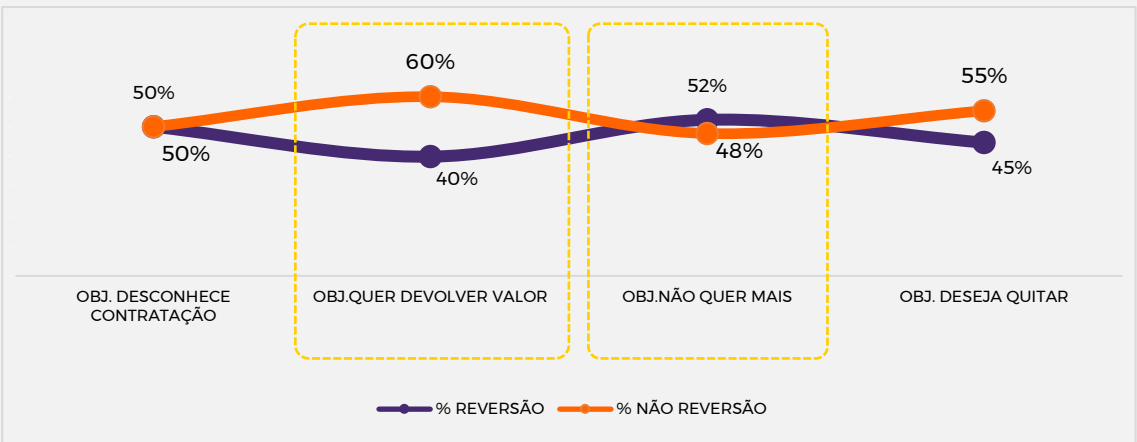


Neste caso, a visão separada por tabulação trás a clareza desejada para entender o impacto de cada objeção:

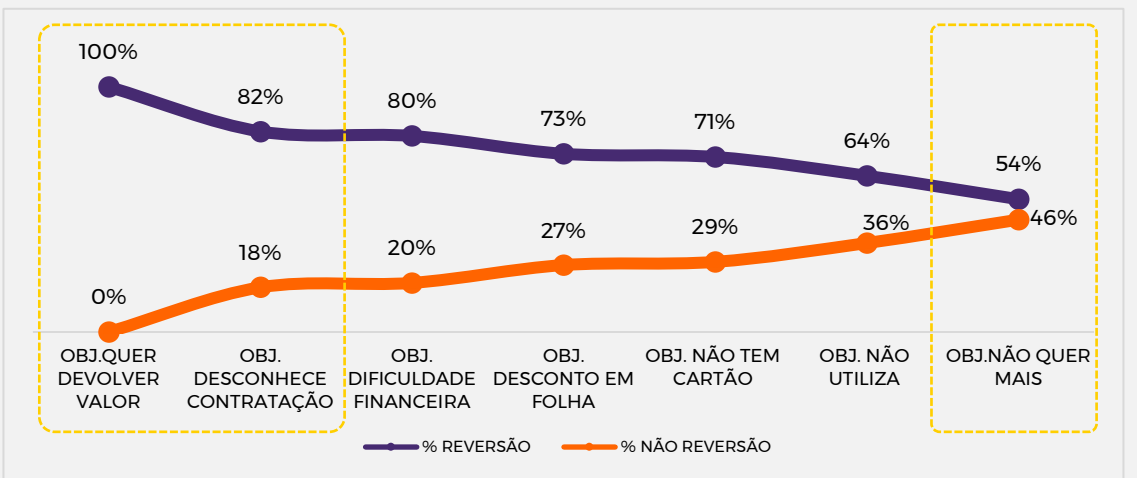
CARTÃO:



EMPRÉSTIMO:



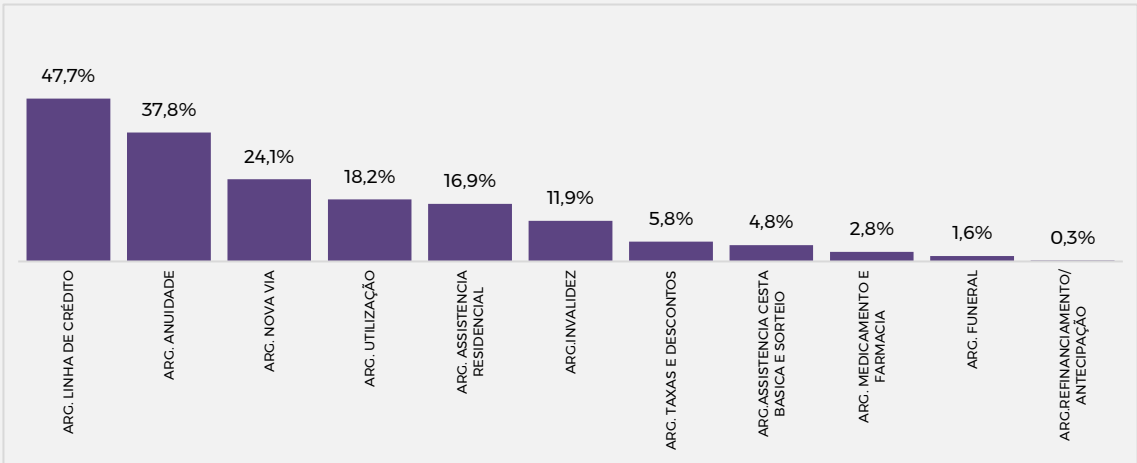
SEGURO:



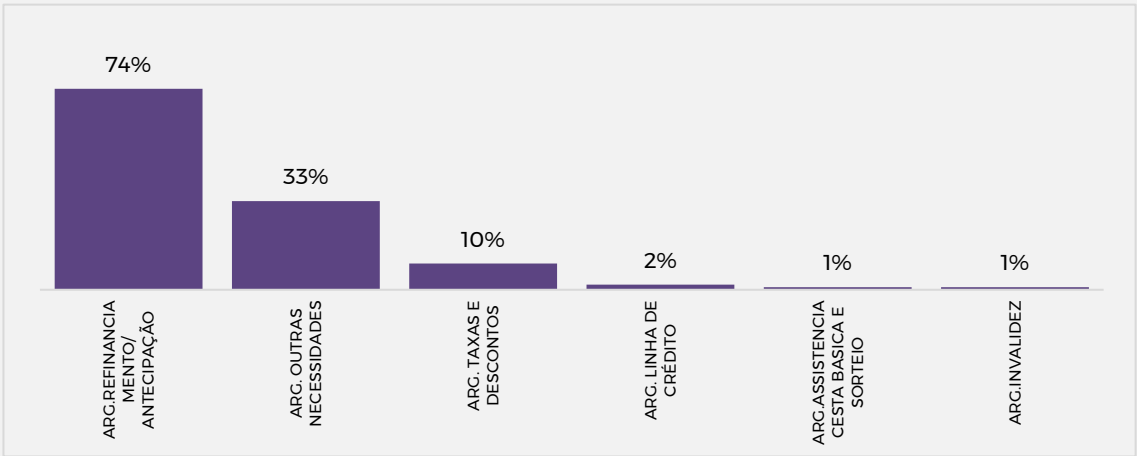
ARGUMENTAÇÃO:

Por fim, mapeamos as argumentações e benefícios usados como forma de retenção para cada produto, avaliando quais tem impacto mais positivo no sucesso da retenção.

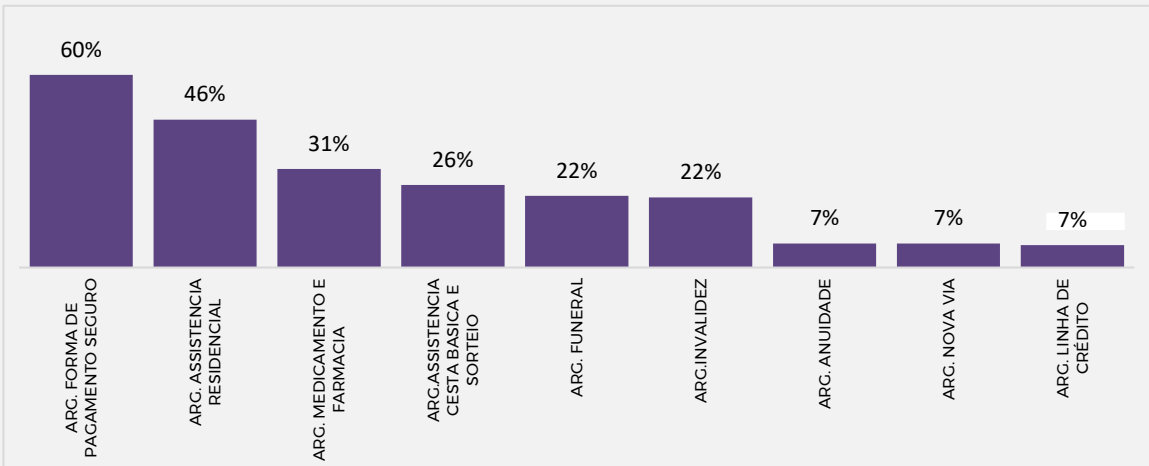
CARTÃO:



EMPRÉSTIMO:

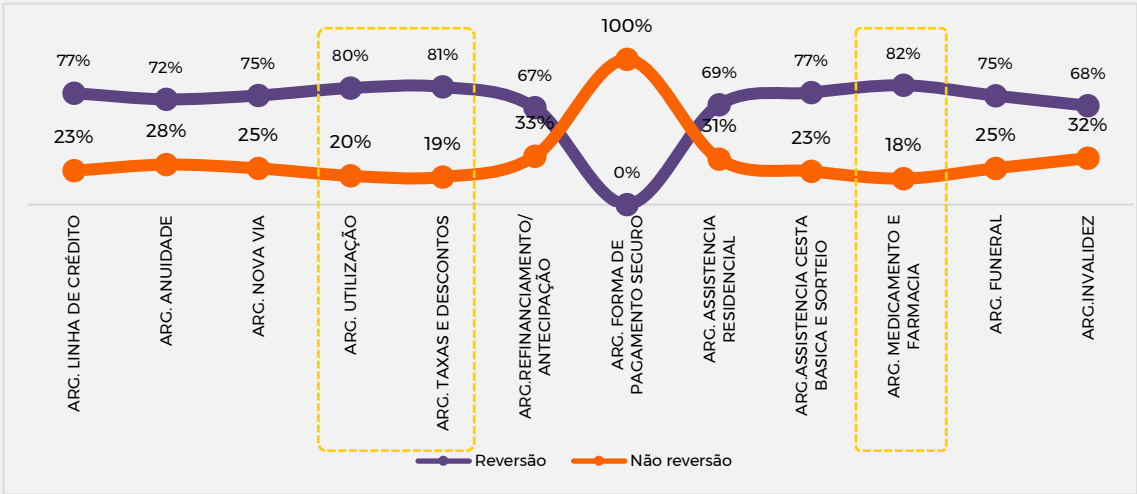


SEGURO:

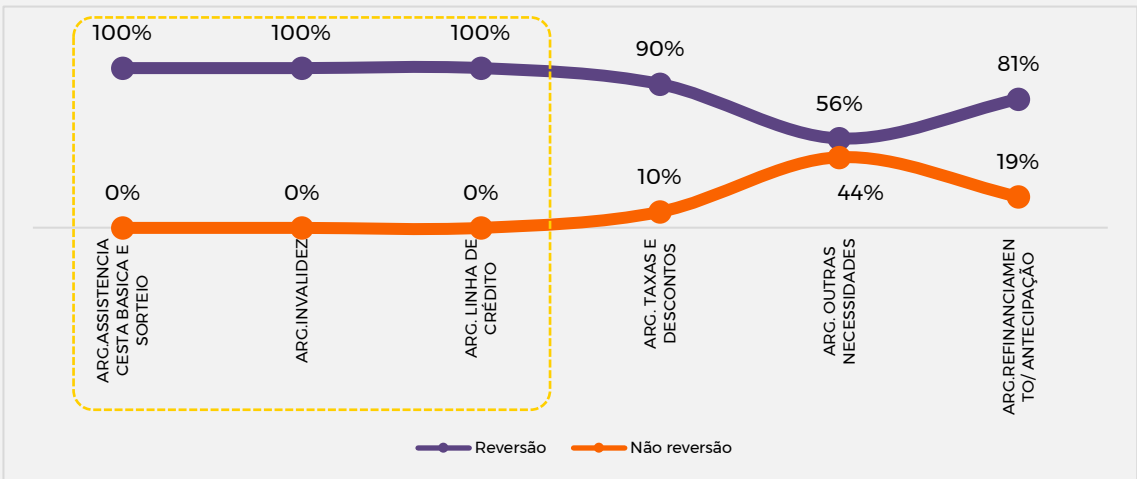


Na visão separada por tabulação vemos o impacto de cada argumentação no sucesso:

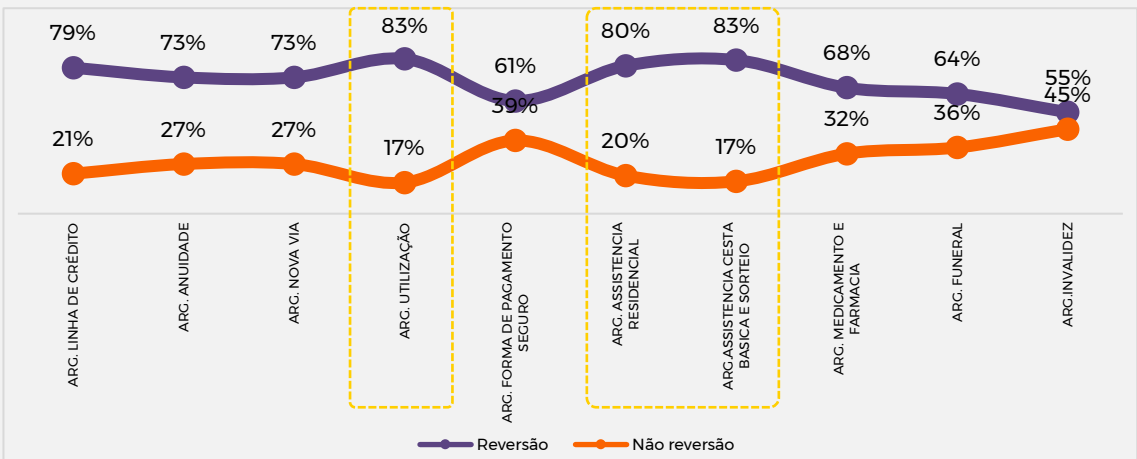
CARTÃO:



EMPRÉSTIMO:



SEGURO:



PERFIL VENCEDOR:

O perfil vencedor é o resumo da análise que indica quais ações são mais efetivas para o sucesso da Retenção e o que deve ser evitado:



Em 31% dos áudios o agente questiona o **motivo do cancelamento** ou **quitação**;



62% dos áudios sem objeções não possuem oferta de benefícios capturadas pela voz no cenário de não reversão;



50% dos áudios possuem incentivo a pesquisa de satisfação.



Objeção de maior impacto na não reversão é:

37% não querer o produto /Cartão

60% quer devolver o valor/ Empréstimo.

46% não quer mais/ Seguro



— Resultados Obtidos

Combinando a **expertise de um time** focado em CX, Relacionamento e Dados + **Alta Tecnologia** em Processamento de Interações foi possível aplicar o **Blue Eye** aos processos de **Venda e Retenção** do **Banco Bmg**, mapeando o **perfil vencedor** para sondagens, argumentações e contorno de objeções.

“O Bmg está conosco desde o início da Blue6ix e sempre investe em inovação! Todas as novas metodologias, estudos e melhores práticas, aplicamos neste cliente que confia na nossa Consultoria para estruturar dados, avaliar a Voz do Cliente e direcionar decisões internas e com fornecedores.”



Neiva Dourado Mendes

Sócia-diretora Blue6ix

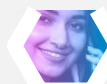
O projeto já tem resultados percebidos após quase 1 ano de aplicação:

15% de aumento do potencial de Vendas

500% de aumento de retenção

Otimização dos treinamentos de Venda e Retenção, agora focados em disseminar o Perfil Vencedor.

Visão 360° do perfil do cliente em 2 estágios importantes do relacionamento: Venda e Retenção – Tentativa de ruptura com a marca.



— Agradecimentos

Um Agradecimento especial ao Time de **Banco Bmg** pela parceria, comprometimento e oportunidade de nos aprofundarmos cada vez mais no negócio.

Responsável B6: Matheus Mendes

Inteligência do Negócio: Ana Carla Afonso, Arlan Cardim e Henrique Ferreira de Souza

Apoio e Colaboração Operacional: Eneida Licia Marinho Campos de Vasconcelos, Iara Maieru e Yasmin Santana Teixeira

Gestão da Informação, Editorial e Design: Igor Gonçalves

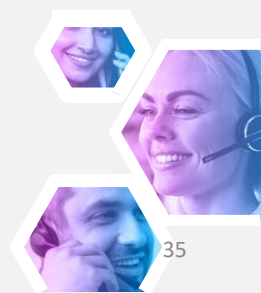
Revisão de Conteúdo: Matheus Mendes e Josiane Aquino

Validação Final: Neiva Mendes e Danilo Vaz

Suporte e Projetos: Lucas Dias e Nívea Garcia

Representantes Banco Bmg: Fabio Magalhães De Souza, Thiago Henrique Reis Anunciação e Leandro Tomio Sugihara

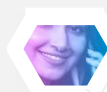
Responsável Geral: Igor Gonçalves.



— SINOPSE

Com 5 anos de parceria, o Banco Bmg propôs a Blue6ix um novo desafio: Mapear e entender de forma preditiva qual o perfil vencedor para Vendas e Retenção.

Quais as melhores argumentações e sondagens para Venda e Retenção? Quais os modos mais fáceis de contornar determinadas objeções do cliente? Quais melhores práticas de um agente que podem ser replicadas pela área de Treinamento? Com a solução Blue Eye e Consultoria Blue6ix, foi possível sanar essas dúvidas e obter resultados já mensurados.



— Blue6ix:

Soluções completas em consultoria aplicada para transformar dados desestruturados em ações para amplificar a experiência do seu cliente



Blue Eye



blue6ix
KNOW. PLAN. ENGAGE.