

Operações Bancárias com IA Conversacional

Cinco maneiras como a IA pode impulsionar o crescimento.

Índice

- 3 Os clientes esperam conversas
- 4 Cinco maneiras como a IA pode impulsionar o crescimento
- 7 Melhores práticas para implementar uma estratégia de IA
- 8 Comece hoje

Pesquisas recentes mostram que mais da metade das famílias do Reino Unido (52%) possuem um dispositivo de assistente virtual habilitado para voz e o usam para realizar tarefas básicas do dia a dia.¹ À medida que essas ferramentas se tornam um hábito na vida das pessoas, as interfaces de voz capacitadas por IA conversacional se tornarão a maneira preferida de muitos clientes interagirem com as empresas, inclusive as instituições financeiras.

Os clientes esperam conversas

Para se engajar com esses clientes, as instituições financeiras terão que evoluir além dos sistemas URA tradicionais. Elas precisarão fornecer uma experiência conversacional consistente, contínua e personalizada para cada cliente em todos os canais – em canais digitais, como mensageria e chat, bem como em canais de voz.

Fazer essa mudança será vital para se posicionar e permanecer à frente no mercado. As instituições financeiras enfrentam o duplo desafio do aumento das expectativas digitais dos clientes e da crescente concorrência de players exclusivamente digitais e empresas inovadoras em tecnologia financeira (fintechs).

Acrescente-se uma pandemia

A pandemia de COVID-19 colocou lenha nessa fogueira ao acelerar a adoção de soluções digitais pelos consumidores. Diante do fechamento de agências e das restrições, os consumidores já estabeleceram novos hábitos digitais que permanecerão por muito tempo depois que o vírus estiver sob controle. Mais da metade dos consumidores de serviços financeiros afirmam ter usado mais aplicativos bancários digitais desde o início

da pandemia; quase 9 em cada 10 pretendem manter o uso depois do fim da pandemia.²

Para permanecerem relevantes e competitivas de acordo com a mudança de hábitos e expectativas dos consumidores, instituições financeiras multinacionais estão investindo bilhões de libras em suas próprias infraestruturas de IA conversacional. Para instituições menores, as ferramentas de IA de ponta dos fornecedores de tecnologia de engajamento com o cliente permitem que instituições financeiras locais e regionais concorram de igual para igual com as multinacionais.

A IA conversacional já está disponível e pode ser prontamente implantada em plataformas URA existentes, aproveitando os dados existentes dos consumidores. Essas soluções levam o atendimento ao cliente a um novo patamar, enquanto liberam os agentes de executar tarefas rotineiras, aumentam sua produtividade e reduzem os custos das centrais de atendimento. A IA conversacional complementa a tarefa dos agentes de atendimento ao cliente ao analisar rapidamente os dados, identificar tendências e antecipar o que os clientes vão querer no futuro, mantendo sua instituição à frente da curva e da concorrência.

Cinco maneiras como a IA pode impulsionar o crescimento

1: Gerenciamento financeiro pessoal

Bancos online e aplicativos financeiros pessoais atraíram milhões de usuários (e bilhões de dólares) usando IA para ajudar as pessoas a gerenciar seu dinheiro.

De acordo com o Business Insider, “os consumidores estão ávidos por independência financeira, e fornecer a capacidade de gerenciar a saúde financeira é a força motriz por trás da adoção de IA nas finanças pessoais. Seja oferecendo orientação financeira 24 horas por dia, 7 dias por semana, por meio de chatbots com processamento de linguagem natural ou personalizando insights para soluções de gerenciamento de patrimônio, a IA é uma necessidade para qualquer instituição financeira que busca ser um grande player do setor.”³

“A IA é uma necessidade para qualquer instituição financeira que busca ser um dos principais players do setor.”

— Alicia Phaneuf, Business Insider

2: Ofertas personalizadas

Os varejistas estão usando IA para monitorar os gastos dos clientes e prever os tipos de oferta que eles podem aceitar. Além das compras, no entanto, os consumidores esperam cada vez mais que as empresas aproveitem todos os dados que possuem sobre eles para ajudá-los de forma proativa a tomar melhores decisões. As instituições financeiras podem usar seus insights exclusivos do cliente para venda cruzada e venda relacionada de produtos e serviços.

Considere a imensa quantidade de dados que as instituições financeiras geram a partir de milhões de interações com clientes em vários dispositivos.

O **Standard Chartered Bank**, por exemplo, desenvolveu recomendações de produtos personalizadas para seus clientes usando algoritmos de machine learning e processamento de linguagem natural para analisar o texto gerado durante as transações.

A IA pode integrar e analisar todos esses dados para criar uma visão de 360 graus de cada cliente, permitindo que o banco antecipe as necessidades do cliente e crie uma oferta personalizada baseada em comportamentos individuais.

3: Atendimento ao cliente

Os clientes esperam conveniência. Seja fazendo login em seu notebook de manhã, em seu dispositivo móvel à tarde ou pela Alexa à noite, os clientes esperam que as instituições financeiras respondam de forma consistente em todas as plataformas. Na verdade, as instituições financeiras estão liderando a adoção de aplicativos de voz em plataformas de terceiros, como Alexa, Cortana e Google Home.

Organizações globais, como o Monzo⁴ no Reino Unido, o Capital One nos EUA e o WestPac e o National Bank na Austrália, permitem que os clientes verifiquem o saldo da conta, monitorem os gastos e paguem suas contas com um único comando de voz na Alexa.

A plataforma de IA certa também pode ajudar a

2
MILHÕES

conversas por ano conduzidas pelo assistente virtual do Swedbank

quebrar silos institucionais, fornecendo suporte contínuo ao cliente em todos os canais, 24 horas por dia, 7 dias por semana. Por exemplo, o assistente virtual inteligente do Swedbank, o “Nina” da Nuance, responde às perguntas dos clientes em uma plataforma de chat online. O Nina também pode transferir chamadas mais complexas para os membros da equipe.

Em um mês, em média, o assistente virtual lida com mais de 30.000 conversas, ajudando o Swedbank a resolver 2 milhões de seus 3,6 milhões de chamadas anuais de forma completamente automatizada. Tem também se mostrado valioso para os clientes – a combinação do assistente virtual e da plataforma de chat do banco tem um grau de satisfação de 85%.

O agente digital no aplicativo da seguradora USAA usa uma interface conversacional para tirar dúvidas dos clientes e orientá-los sobre conteúdo ou recursos relevantes. O assistente automatizado da USAA pode ajudar os clientes a encontrar o recurso P2P do aplicativo ou visualizar rapidamente todas as transações recentes.

As plataformas avançadas de IA conversacional de hoje permitem que as instituições financeiras ofereçam assistência personalizada e proativa por meio do assistente virtual, usando dados históricos e em tempo real dos clientes para reconhecer os indivíduos e prever suas prováveis necessidades. Por exemplo, se Jenny sempre paga a fatura do cartão de crédito no mesmo dia todos os meses, quando ela liga para a URA ou faz login no banco pelo celular ou pela área de trabalho naquele dia, o assistente virtual pode simplesmente dizer: "Oi, Jenny, gostaria de pagar a fatura do seu cartão de crédito hoje?"

Swedbank e assistência virtual

O Swedbank, uma das maiores instituições financeiras da Europa e grande inovador em experiência do cliente, implantou um assistente virtual automatizado em seu aplicativo e no site que responde às perguntas dos clientes enquanto simula uma conversa humana.

8
DE CADA
10

perguntas são respondidas com sucesso pelo assistente virtual do Swedbank

4: Recomendações de investimento

Corretores de descontos e gerentes de ativos online usam IA há anos para gerenciar portfólios de investimento por uma fração do custo dos gerentes de portfólio. Na verdade, mais de 420.000 adultos no Reino Unido usam robôs consultores para gerenciar seus ativos – e espera-se que esse número aumente para 500.000 até 2025.⁵ Além disso, um estudo

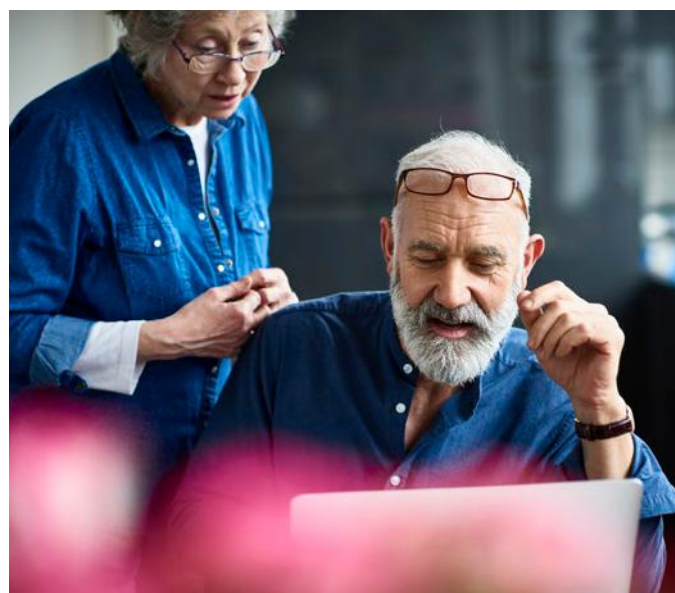
da Forbes Insights revelou que uma porcentagem esmagadora (82%) de investidores de alta renda estavam interessados em usar IA para gerenciar seu patrimônio, e dois terços dos entrevistados (67%) querem que seus gerentes de patrimônio incorporem opções de IA imediatamente.⁶

Em resposta a essa demanda crescente, o Barclays lançou sua própria plataforma de consultoria robótica orientada por IA. Chamado de "Barclays Plan & Invest", o serviço do banco pode ser acessado pela internet e pelo aplicativo, oferecendo aos clientes fundos ativos e passivos por meio de um portfólio gerenciado e um plano de investimento personalizado.⁷

Resultados do estudo da Forbes Insights:

82% dos investidores de alta renda mostraram interesse no uso de IA na gestão de seu patrimônio

67% dos entrevistados querem que seus gerentes de patrimônio incorporem opções de IA imediatamente



5: Autenticação e detecção de fraudes

Já se foi o tempo em que a maioria das interações financeiras eram realizadas pessoalmente. A pandemia de COVID-19 acelerou uma tendência de longa data do sistema bancário físico, ao ponto em que a McKinsey estima que a porcentagem de necessidades bancárias básicas atendidas na agência seja de apenas 5%.⁸ À medida que os consumidores migram ou são obrigados a usar os canais digitais, a crescente demanda por acesso digital a serviços financeiros representa um risco de segurança significativo para as instituições financeiras.

Para mitigar esses riscos e melhorar a conformidade, as principais instituições financeiras estão recorrendo à IA. Os mais recentes algoritmos de biometria de voz podem autenticar os clientes em segundos durante uma conversa normal com um agente, enquanto navegam em uma URA ou pela voz deles ao repetir uma frase de acesso simples.

Por exemplo, o Barclays implementou a biometria de voz da Nuance para autenticar os clientes sem interromper o fluxo da chamada. Nos segundos iniciais de qualquer chamada com um agente, a biometria de voz da Nuance compara a voz do cliente com uma impressão de voz previamente registrada por ele no Barclays.

Depois da verificação, o sistema de CRM do Barclays carrega as informações de gerenciamento da conta do cliente instantaneamente. O Barclays relatou uma redução de 90% nas reclamações sobre seu serviço de segurança desde a implementação da biometria de voz.

Outra grande instituição financeira trabalhou com a Nuance para implementar autenticação biométrica de voz passiva em sua URA, verificando os autores das chamadas de forma mais rápida e segura do que com PINs, senhas e frases de acesso. Agora, a instituição sabe exatamente quem está ligando e o motivo da ligação, antes mesmo de a chamada ser transferida para um agente. Com mais de 6,5 milhões de clientes inscritos e uma taxa de sucesso de autenticação de 77% na URA, os clientes estão obtendo um atendimento mais rápido, e o tempo médio de atendimento das chamadas caiu para apenas 22 segundos.

Muitas instituições financeiras também estão implantando biometria de comportamento em seus aplicativos Web e móveis para proteger seus clientes, detectando atividades suspeitas. A biometria de comportamento analisa a forma como uma pessoa

interage com seu dispositivo, incluindo a velocidade com que digita, por quanto tempo pressiona as teclas, as pausas que faz, como usa o mouse, seus movimentos ao passar o dedo e outros fatores.

Mas os maiores benefícios resultam da combinação de tecnologias. Ao aproveitar a biometria de voz e de comportamento com outros detectores de fraude, as instituições financeiras podem autenticar perfeitamente seus clientes conforme eles mudam de um canal para outro, dificultando o trabalho dos fraudadores e impedindo táticas de fraude de última geração, como ataques de voz sintética e de reprodução.

NatWest Group e biometria

O NatWest Group usa a tecnologia de biometria de voz da Nuance para detectar rapidamente tentativas de fraude em sua central de atendimento e impedir as atividades do crime organizado em todos os seus canais de engajamento com o cliente.

A solução da Nuance permite que o banco adote uma abordagem holística para a detecção e prevenção de fraudes. Ao combinar dados de biometria de voz da Nuance com informações de outras ferramentas de detecção de atividades criminosas, o NatWest descobriu que os fraudadores no canal de voz também cometem muitas fraudes nos canais digitais. Munido desse conhecimento, o banco tem sido capaz de identificar e impedir as atividades do crime organizado para proteger seus clientes e ajudar na aplicação da lei.

“Embora essa iniciativa não vise apenas a redução de perdas, esperávamos economizar uma quantia razoável de dinheiro, e já economizamos uma vez e meia esse valor”, afirma Jason Costain, Diretor de Estratégia de Fraude e Gestão de Relacionamento do NatWest Group.

“O ROI da ferramenta é provavelmente bem acima de 300%, então, como retorno de uma implantação de tecnologia, é muito impressionante.”

— Jason Costain, Diretor de Estratégia de Fraude e Gestão de Relacionamento do NatWest Group

Melhores práticas para implementar uma estratégia de IA

Projete uma vez, defina por canal, implante em todos

- **Experiência consistente, mas adequada ao canal** – Você não pode simplesmente implantar experiências idênticas em todos os canais, porque todos eles têm capacidades diferentes. Portanto, seu sistema deve fornecer uma experiência consistente mas adequada ao canal em todos os modos de interação com o cliente, incluindo site, aplicativos móveis e telefone.
- **Escreva um aplicativo e implante em todos os canais** – Escolha uma plataforma que permita escrever um aplicativo de IA conversacional uma vez para o assistente virtual ou URA e, em seguida, ajuste rapidamente a experiência para os outros canais, em vez de ter que retrabalhar todo o projeto para cada um deles.

Mantenha o contexto em toda a jornada do cliente

- **Visão holística** – Para atender às expectativas do cliente em relação à conveniência e consistência, mantenha uma visão holística de suas informações, necessidades e preferências com base nas interações anteriores.
- **Plataforma de segurança abrangente e flexível** – Use fatores de autenticação flexíveis, como biometria de voz, para permitir que os clientes sejam autenticados uma vez e façam uma transição transparente entre os canais sem precisar se autenticar novamente. Além disso, procure uma plataforma de segurança biométrica unificada que combine modalidades de voz, comportamento e conversação com detecção de ambiente e anti-spoofing para reduzir seus próprios custos e fornecer uma solução omnicanal integrada.

Otimize a jornada do cliente com relatórios e análises

- **Não basta manter, melhore!** – Use análise preditiva e machine learning para medir o desempenho omnicanal e atingir as metas de negócios.
- **Atenda às necessidades e expectativas em constante mudança dos clientes** – Desenvolva seu programa de engajamento com clientes baseado em IA para atender às constantes mudanças de expectativa dos clientes e resolver seus problemas de forma proativa para economizar tempo e melhorar sua experiência.



Comece hoje

Em um mundo onde a experiência do cliente é a maior fonte de vantagem competitiva, a IA conversacional está rapidamente se tornando um imperativo de negócios para as instituições financeiras, ajudando-as a oferecer experiências superiores que aumentam a satisfação e a fidelidade, reduzem os custos e impulsionam o crescimento.

A Nuance ajuda os principais bancos e instituições financeiras de todo o mundo a usar o poder da IA conversacional em seu benefício. Juntos, revolucionamos as experiências de seus clientes, permitindo que eles se engajem quando, onde e como quiserem: por meio de qualquer canal, em qualquer dispositivo, a qualquer momento.

SAIBA MAIS

Se você deseja oferecer a seus clientes experiências que tornem mais fácil e gratificante fazer negócios com a sua instituição (e ao mesmo tempo reduzir seus custos de atendimento), entre em contato com um de nossos especialistas em IA conversacional pelo e-mail CXexperts@nuance.com.

1 <https://www.digitaleurope.com/2021/06/08/voice-assistants-in-more-than-half-of-uk-homes/>

2 <https://www.bai.org/research/bai-banking-outlook/>

3 <https://www.businessinsider.com/ai-in-finance>

4 <https://www.wired.co.uk/article/monzo-if-this-then-that-integration-ifttt-bank>

5 <https://digitalintheround.com/robo-advisor-statistics/>

6 "IA e o gerente de patrimônio moderno: Como a inteligência artificial está criando uma experiência de investimento personalizada", Forbes Insights, 2018.

7 <https://www.fintechfutures.com/2020/07/barclays-launches-robo-advisor-for-5k-investments-with-scalable/> and <https://www.barclays.co.uk/investments/plan-and-invest/>

8 "Remodelando o banco de varejo para o próximo normal", McKinsey, 2020



Sobre a Nuance Communications, Inc.

A [Nuance Communications](#) (Nuance) é pioneira em tecnologia com liderança de mercado em IA conversacional e inteligência de ambiente. Um parceiro de serviços completos que conta com a confiança de 77% dos hospitais dos EUA e 85% das empresas Fortune 100 em todo o mundo, a Nuance cria soluções intuitivas que ampliam a capacidade das pessoas de ajudar os outros.