

Oportunidades TransPromo em um Mundo Digital

Adaptações eletrônicas na era da comunicação móvel
e clientes distraídos

WHITE PAPER:
COMUNICAÇÕES



Oportunidades TransPromo em um mundo digital

Adaptações eletrônicas na era da comunicação móvel e clientes distraídos

2

ABSTRACT

ABSTRACT TEXT: O CONCEITO DA TRANSPROMO, ACRESCENTANDO MENSAGENS PROMOCIONAIS À CORRESPONDÊNCIA, ADQUIRIU UMA FUNÇÃO DE LIDERANÇA DE MARKETING NOS DIAS DE HOJE. AO ADICIONAR CONTEÚDO PERSONALIZADO DE MARKETING A EXTRATOS BANCÁRIOS, FATURAS E NOTIFICAÇÕES, VOCÊ PODE REDUZIR CUSTOS E AUMENTAR O VALOR OFERECIDO AOS CLIENTES.

A TRANSPROMO NÃO É, ENTRETANTO, UM FENÔMENO APENAS NO PAPEL. A IDÉIA DE USAR EVENTOS DE TRANSAÇÕES PARA FINS PROMOCIONAIS PODE SER APLICADA SEMPRE QUE UMA EMPRESA SE COMUNICA COM OS CLIENTES. EM UM MUNDO CADA VEZ MAIS DIGITAL, ISSO SIGNIFICA QUE AS OPORTUNIDADES ELETRÔNICAS APARECEM EM GRANDE VOLUME PARA O MARKETING DA TRANSPROMO.

ESTE DOCUMENTO MOSTRA A EVOLUÇÃO DO E-TRANSPROMO, DEMONSTRANDO O CRESCIMENTO DE SUA IMPORTÂNCIA EM NOVAS MÍDIAS, COMO:

- PORTAIS DA WEB DE AUTO-ATENDIMENTO
- SERVIÇOS BANCÁRIOS ONLINE E CONSOLIDADORES DE CONTAS
- PAGAMENTO DE CONTAS DE CELULAR
- E-MAIL SEGURO DE TRANSAÇÕES

COMO LÍDER DE MERCADO EM GERENCIAMENTO DE COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE E INTELIGÊNCIA DE LOCAIS PARA AS APLICAÇÕES DA TRANSPROMO, A PITNEY BOWES GROUP 1 SOFTWARE ILUSTRA COMO GERENCIAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE ELETRÔNICO PARA OTIMIZAR AS OPORTUNIDADES DE VENDAS CRUZADAS É UMA TAREFA ESSENCIAL E DESAFIADORA.

EM POUQUÍSSIMAS OPORTUNIDADES OS PROFISSIONAIS DE MARKETING TIVERAM UM PÚBLICO TÃO CLARO E CATIVO.

Portais de auto-atendimento da Web iniciam o movimento da e-TransPromo

Na década de 1990, as iniciativas das empresas de reduzir os custos operacionais, substituindo extratos em papel por faturas online, impulsionaram o surgimento de soluções próprias de portal de auto-atendimento na Web. Atualmente, esses portais fornecem, a qualquer hora e de qualquer lugar, acesso a uma gama de comunicações promocionais e de transações, que vão de auto-atendimento via Web e pagamento e apresentação de contas eletrônicas a mensagens interativas, vendas cruzadas e vendas agregadas.

Esses sites de auto-atendimento geralmente são iniciados por telas que levam os visitantes a uma série de opções diferentes: vitrines online, manuais e novos produtos e planos, além de opções de transações, como pagamento de contas, cadastramento em programas e informações e atualizações de preferência de “minha conta”. Eles permitem que os usuários naveguem pelo site sem precisar de um ID de usuário e senha autorizados. Normalmente, eles tentam incentivar os visitantes para estimular o cadastramento de novos clientes e realizar vendas cruzadas.

Em pouquíssimas oportunidades os profissionais de marketing tiveram um público tão claro e cativo. Uma ampla gama de empresas se beneficiaram dessa oportunidade de se comunicar diretamente com seus clientes, de uma forma econômica. Os clientes autorizados entram nos sites que são projetados para receber usuários que retornam regularmente. Embora esses sites ofereçam muitas opções, o driver da maioria das visitas dos clientes são as transações, e o principal objetivo do site é quase sempre reter o cliente e realizar vendas cruzadas.

Os portais da Web de auto-atendimento têm apresentado grandes vantagens para os profissionais de marketing em vários setores e geram uma grande participação de marketing corporativo e verba publicitária. No entanto, atualmente, sites de empresas credoras com cobrança direta com taxas de adoção de apenas 10 por cento são considerados um sucesso, e apenas uma pequena porcentagem dos clientes dessas empresas conseguem acabar com as transações em papel. Esses sites continuam oferecendo excelentes oportunidades de venda cruzada para seus usuários, mas os profissionais de marketing precisam ter uma visão macro para buscar novas oportunidades de e-TransPromo.

Serviços bancários online afastam clientes de portais corporativos, limitando oportunidades TransPromo

Pesquisas indicam que os clientes desejam pagar suas contas em apenas um lugar e que esse lugar normalmente é o banco. Desta forma, não surpreende o fato de que, quando os bancos começaram a oferecer pagamento de contas online no início dos anos 2000, muitos clientes que estavam predispostos a pagar suas contas online começaram a fazer isso nos bancos e não pelos diversos sites independentes de auto-atendimento.

Isso criou uma questão importante para os profissionais de marketing: os clientes que fizeram pagamentos online pelos bancos não receberam nenhuma das mensagens online da TransPromo, disponíveis por meio dos sites das empresas credoras. Além disso, os clientes que pagavam contas online geralmente olhavam suas faturas de forma mais superficial, já que não precisavam separar envelopes e canhotos de pagamento.

A economia desafiadora dos serviços bancários online

Os serviços bancários online e o pagamento de contas foram lançados como uma alternativa potencial mais econômica em relação a transações em papel. No entanto, quando os bancos começaram a oferecer serviços por Internet e pagamento de contas online, o custo anual estimado por cliente passou de US\$ 40 para US\$ 60 e o crescimento deste canal de pagamento trouxe um crescimento de custos para os bancos.

No início de 2005, os bancos começaram a examinar mais detalhadamente o retorno sobre o investimento gerado por meio de home banking e das ofertas de pagamento. Eles determinaram que o home banking em si não seria um gerador de receita.

No entanto, apesar dos custos, os bancos também perceberam que o pagamento de contas online era importante para o negócio, pois aumentava a adesão à conta, dificultando a transferência dos históricos de transações de um banco para outro, e, como resultado, houve um aumento nas taxas de retenção entre os usuários dos serviços online em relação a clientes que pagavam suas contas da forma tradicional.

Oportunidades TransPromo em um mundo digital

Adaptações eletrônicas na era da comunicação móvel e clientes distraídos

4

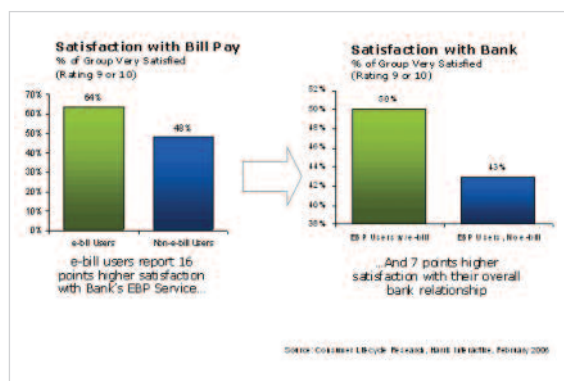
Um novo híbrido restaura os sites de auto-atendimento

Em 2005, percebendo o valor real dos serviços bancários online, os bancos redirecionaram o foco do home-banking para a retenção dos clientes e vendas cruzadas, e lançaram novos recursos e funções para estimular os clientes a usar apresentação e pagamento juntamente com outros serviços de home-banking.

Com isso, foi criada uma nova opção: a cobrança eletrônica. Ela foi um recurso importante para bancos, empresas credoras e seus clientes, trazendo novamente para a TransPromo as oportunidades de pagamento de contas, permitindo que os clientes acessassem as faturas e sites do pagador diretamente a partir dos sites de serviços bancários online.

Com a cobrança eletrônica, os bancos passam a se beneficiar do apelo dos clientes: os clientes gostam da ideia de poderem ver suas contas no site do banco e isso aumenta a adesão do relacionamento com o banco. Na verdade, quando a Harris fez uma pesquisa entre os clientes dos serviços bancários online, ela descobriu que os usuários de cobrança eletrônica estavam significativamente mais satisfeitos com as experiências de pagamento de contas e com seu relacionamento geral com o banco.

Além disso, a cobrança eletrônica também oferece duas vantagens importantes para as empresas credoras:



Recursos de pagamento eletrônico de contas aumentam significativamente satisfação do cliente

Junto com a cobrança eletrônica, as empresas oferecem incentivos para acabar com o uso do papel. Desta forma, um aumento no fornecimento da cobrança eletrônica pode se traduzir em diminuição das contas em papel, resultando em economia de papel, produção e postagem.

Com a cobrança eletrônica, os clientes voltaram a ver seus extratos online em sites das empresas credoras, aumentando o tráfego para essas “minas de ouro” da TransPromo.

NACHA torna a cobrança eletrônica prática e segura

Os serviços bancários online e o pagamento de contas continuam sendo fardos necessários para os bancos. No entanto, a National Association of Clearing Houses (NACHA) ajuda a minimizar os custos da cobrança eletrônica.

O aplicativo do sistema de fornecimento de faturas e contas eletrônicas (Electronic Bill and Invoice Delivery System - EBIDS), patrocinado pela NACHA, fornece um canal de fornecimento seguro de dados resumidos de cobrança para os aplicativos de home banking dos consumidores, através da rede segura e interoperável, baseada em regras, da ACH (Automated Clearinghouse).

Além disso, a partir do aplicativo de home banking, os clientes podem ver a conta no site da empresa credora. O EBIDS cria um ambiente integrado com acesso a um parceiro seguro e confiável aceito pelas empresas participantes. Os clientes não precisam gerenciar vários IDs de usuários e várias senhas.

Os efeitos gerais positivos do aplicativo EBIDS para bancos e empresas credoras são impressionantes:

- **Redução de custos operacionais para as empresas credoras:** O custo da produção de contas diminuiu significativamente à medida que mais clientes aceitam as comunicações bancárias sem papel
- **Maior cadastramento nos sites das empresas credoras:** Os clientes precisam se cadastrar diretamente no site das empresas credoras para ter acesso total aos serviços do site através de seus bancos
- **Incentivo para os bancos estimularem a cobrança eletrônica:** As empresas credoras pagam os bancos diretamente para apresentar suas contas através do ACH e os bancos, por sua vez, promovem a cobrança eletrônica para aumentar este fluxo de receita

PROFISSIONAIS DE MARKETING ENVOLVIDOS NO DESENVOLVIMENTO DE FERRAMENTAS JÁ PODEM CRIAR VEÍCULOS QUE INCLUEM AS MENSAGENS DA TRANSPROMO, POIS SUPORTAM AS TRANSAÇÕES DE TELEFONE CELULAR.

E-mail seguro cria outro canal para a TransPromo

O fornecimento de contas por e-mail foi uma inovação importante no início dos anos 2000. Naquela época, mais de 70 por cento das pessoas entrevistadas declararam que esse era o método preferido para recebimento de contas. No entanto, problemas de segurança, a falta de uma tecnologia aberta e o lançamento do pagamento gratuito de contas pelos bancos colocaram a cobrança por e-mail em uma posição secundária. Somente agora há versões de e-mail tão seguras quanto sites de bancos, gerando um crescimento na aceitação de e-mail seguro como alternativa viável aos serviços bancários.

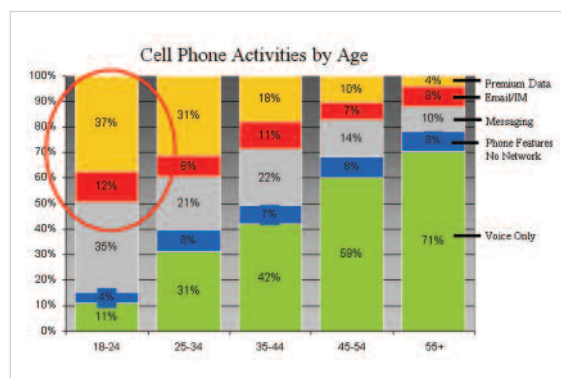
Infelizmente para os profissionais de marketing, o formato de e-mail seguro não tem links ativos, anexos e downloads e esse canal ignora totalmente os sites das empresas credoras. Os profissionais de marketing precisam encontrar formas de incorporar a mensagem da TransPromo no formato de cobrança de e-mail seguro. Seguem algumas formas de como isto pode ser feito:

- Adicionar mensagens da TransPromo na conta criptografada por e-mail
- Induzir os clientes a pagar através de sites que incluam mensagens da TransPromo
- Incorporar mensagens da TransPromo no conteúdo dos comprovantes de pagamento dos clientes

Além do PC: novos aplicativos para celulares

Possivelmente, a iniciativa mais promissora disponível atualmente no mundo do home banking está relacionada ao uso dos celulares para serviços bancários. Os celulares fornecem acesso contínuo de qualquer lugar e permitem uma resposta imediata a campanhas de marketing por meio de troca de mensagens ou MMX™. Mensagens de celular podem ser enviadas para obter uma resposta imediata potencial. Além disso, o uso da tecnologia dos celulares para funções não relacionadas a voz está se expandindo rapidamente.

Na verdade, segundo um estudo realizado pela Jupiter Research, existe uma lacuna relacionada à idade para o uso dos celulares em funções não relacionadas a voz. À medida que as gerações mais jovens atingem a maturidade, vemos uma taxa de adoção muito maior de outros recursos do celular.



Estudo da Jupiter Research indica a Era da Idade Limpa no uso de celulares não relacionado a voz

Essas descobertas, somadas ao fato de que o acesso ao celular normalmente é mais barato e fácil do que à internet de alta velocidade, criam um panorama favorável para o crescimento do pagamento das contas e para oportunidades de marketing em tempo real por meio de celulares. Ferramentas estão sendo implementadas para capturar esse canal de crescimento e os profissionais de marketing envolvidos no desenvolvimento de ferramentas já podem criar veículos que incluem mensagens da TransPromo à medida e fornecem suporte às transações por celular.

Mensagens SMS se somam às opções do celular

O SMS é a transmissão de mensagens curtas para e de um telefone celular, máquina de fax e/ou endereço IP. As mensagens não devem ter mais de 160 caracteres alfanuméricos e não podem conter imagens nem gráficos.

No entanto, para quem busca oportunidades da TransPromo, essas mensagens curtas podem compensar as limitações de conteúdo em termos de volume.

Oportunidades TransPromo em um mundo digital

Adaptações eletrônicas na era da comunicação móvel e clientes distraídos

6

Há 124 milhões de domicílios que usam SMS e, segundo a pesquisa Celent de abril de 2007,² 74% dos respondentes usam SMS de ocasionalmente a com muita frequência, 22% já navegaram pela Web e 20% baixaram um aplicativo pelo menos de vez em quando.

O setor bancário já está fornecendo dados financeiros por SMS para atender às novas resoluções do governo em relação a alertas em tempo real no que diz respeito a taxas extras por saldo devedor para os clientes com saldo zero e oferecendo recursos projetados especificamente para dispositivos móveis e atuais usuários móveis.

O uso do SMS pode fortalecer a relação empresa credora/cliente. A maioria dos usuários de celular conhece as mensagens de texto e entende a tecnologia, reduzindo muito as barreiras de adoção.

Equilibrando os desafios atuais do marketing digital

O pagamento gratuito de contas bancárias online inicialmente eliminou as oportunidades da TransPromo para empresas credoras e agora o e-mail seguro, as mensagens SMS e a Web móvel criam um risco semelhante.

Por exemplo, uma empresa de cartão de crédito recentemente implementou o e-mail seguro, as mensagens SMS e a Web móvel para seus clientes:

Por um lado, a empresa aproveitou uma excelente taxa de adoção e, no processo, conseguiu melhorar seus resultados financeiros em aproximadamente US\$ 1 milhão por ano com a eliminação de papel e com o aumento dos novos clientes no pagamento de contas.

Por outro lado, a empresa sacrificou grandes oportunidades de venda cruzada devido às restrições na troca de mensagens que esses canais impunham (baixa contagem de caracteres, sem anexos, sem imagens).

Quando a administração da empresa ponderou o resultado da decisão, percebeu-se que, da mesma forma que o pagamento de contas online, sem uma forma de incorporar a TransPromo, esses canais eram um mal necessário: importantes para a retenção dos clientes, mas pouco benéficos em termos financeiros.

Para mudar esta situação, era necessária uma forma de se otimizar o tempo que os clientes interagem com essas novas mídias e criar um conjunto de ferramentas de marketing que incorporariam as mensagens de venda cruzada da TransPromo nesses formatos.

A solução ideal seria impulsionada pela lógica de mensagens traduzida dos sistemas atuais de marketing, garantindo a consistência e evitando a redundância. O marketing da TransPromo poderia, então, ser a força motriz para todos os canais de fornecimento.

Entre as possibilidades estavam:

- Acompanhar todas as ações eletrônicas do cliente com uma mensagem promocional pró-ativa
- Incorporar mensagens promocionais orientadas a banco de dados no conteúdo da mensagem
- Conectar as mensagens eletrônicas novamente ao portal atual da empresa credora
- Reforçar trocas de mensagens semelhantes em todos os canais
- Mudar com o tempo e capturar as oportunidades de e-TransPromo à medida que surgirem

A abordagem de marketing da TransPromo fornece uma oportunidade de incorporar e misturar as mensagens de marketing com os demonstrativos de transação que devem ser lidos, faturas, confirmações, explicações de vantagens e outras notificações. E, à medida que o mundo eletrônico continua evoluindo, também evoluirão as oportunidades de marketing da TransPromo.

A Pitney Bowes pode ajudar os profissionais de marketing a se manterem informados sobre os novos progressos em canais e tecnologia, desenvolverem sua abordagem em relação à TransPromo e otimizarem as oportunidades que as inovações podem fornecer. Nossas soluções de inteligência de local e gerenciamento de comunicação com o cliente oferecem os softwares e os dados necessários para:

- Adquirir uma melhor percepção e entender melhor as necessidades do cliente para um marketing mais eficaz
- Incorporar mensagens personalizadas às comunicações
- Gerenciar e distribuir essas comunicações em vários canais para conseguir um impacto mais positivo

PARA SABER COMO CRIAR UMA EXPERIÊNCIA DE TRANSPROMO NOS VÁRIOS CANAIS DIGITAIS EMERGENTES ATUALMENTE, ENTRE EM CONTATO COM A PITNEY BOWES GROUP 1 SOFTWARE NO TELEFONE 1.800.327.8627 OU VISITE WWW.G1.COM.

PARA OBTER MAIS INFORMAÇÕES, VISITE www.mapinfo.com/commsTranspromo OU ENTRE EM CONTATO CONOSCO PELO TELEFONE 1.800.327.8627 AGORA MESMO.

RICHARD GROSSWEILER É GERENTE DE PRODUTOS DA SUÍTE E2™ DE SOFTWARE DE GERENCIAMENTO DE CONTA. ELE ATUOU NOS SETORES DE GERENCIAMENTO DE DOCUMENTOS E PRÉ-IMPRESSA POR MAIS DE 20 ANOS E POSSUI VÁRIAS PATENTES DE GESTÃO DE DOCUMENTOS E FLUXO DE PAGAMENTO ELETRÔNICO. ATUALMENTE, ELE É RESPONSÁVEL PELO DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES DE APRESENTAÇÃO ELETRÔNICA, RECONCILIAÇÃO ELETRÔNICA E PAGAMENTO ELETRÔNICO COM BASE EM WEB PARA OS CLIENTES CORPORATIVOS DA PITNEY BOWES GROUP 1 SOFTWARE.

REFERÊNCIAS

1. MMX é um conjunto de dados múltiplos e instrução única projetado pela Intel®.
2. Celent, "US Mobile Banking: Beyond the Buzz", maio de 2007.

O PODER DO TRANSPROMO

7

Com o aumento da concorrência e com os custos de aquisição de clientes em alta, sua empresa precisa alavancar o poder dos dados e das comunicações com os clientes, como as contas mensais.

É neste momento que entram as soluções TransPromo. As soluções TransPromo acrescentam mensagens de marketing personalizadas, atraentes e altamente relevantes às suas comunicações, para que seja possível obter a melhor resposta do cliente.

A incorporação deste tipo de conteúdo de marketing diretamente a extratos, faturas e notificações, reduzindo a necessidade de inclusão de novas folhas soltas de papel, ajuda sua empresa a minimizar os custos e com isso aumentar o valor:

- Permitindo menores espaços físicos e maior rendimento para equipamentos de envio de correspondências
- Otimizando ativos valiosos em extratos de clientes, contendo os custos de postagem
- Reduzindo os custos por resposta, aumentando a fidelidade e a retenção dos clientes

E-TRANSPROMO PARA UM MUNDO ONLINE

O conceito de se usar envio de transações para fins promocionais pode ser aplicada sempre que uma empresa se comunica com os seus clientes. Assim, em um mundo cada vez mais digital, as oportunidades eletrônicas aparecem em grande volume no marketing da TransPromo.

MELHORE SEUS EXTRATOS COM A TRANSPROMO HOJE MESMO

Como líder de mercado em aplicativos TransPromo, as soluções de Gerenciamento de Comunicação com os Clientes e de Location Intelligence da Pitney Bowes podem ajudá-lo a:

- Entender as questões subjacentes e os hábitos de compra dos clientes atuais e potenciais por meio de segmentação do cliente, dados demográficos com base em censo e nossos demográficos empresariais, com a ajuda de ferramentas eficazes de análise
- Criar, adicionar e atualizar dinamicamente as mensagens da TransPromo com um gerenciamento sofisticado de espaço vazio de forma diária, semanal ou mensal, sem precisar testar novamente os principais aplicativos
- Criar e gerenciar documentos físicos e digitais de alto volume
- Configurar conteúdo diferente de e-mail e SMS para clientes diferentes com rapidez e facilidade



PITNEY BOWES GROUP 1 SOFTWARE

4200 Parliament Place
Suite 600
Lanham, MD 20706-1844
tel: 800.327.8627
info@g1.com
www.g1.com

SEDES

One Global View
Troy, NY 12180-8399
tel: 518.285.6000
1.800.327.8627
fax: 518.285.6070
sales@mapinfo.com
www.mapinfo.com

**ESCRITÓRIO PRINCIPAL
AMÉRICA LATINA E CARIBE**

15100 NW 67th Avenue,
Suite 403
33014 Miami Lakes, FL
U.S.A.
tel: 305.698.2799
fax: 305.826.1246
la_editorial@g1.com

**A Pitney Bowes é líder
em soluções integradas
de postagem.**

**Nosso hardware, nosso
software e nossos
serviços de tecnologia
de ponta podem ajudá-lo
a aumentar as receitas,
cortar custos e fortalecer a
fidelidade do cliente,
gerando lucratividade
de longo prazo.**