



ORACLE®

E-Billing: La nueva era de los Documentos Electrónicos

Roberto Martínez Tena

ORACLE®

Índice de penetración de Internet en América Latina

LATIN AMERICA

PAÍS

P

(2

Argentina 2

¿Qué es Oracle E-Billing?

Una estrategia integral de manejo de documentos electrónicos

- Emisión de documentos (facturas, estados de cuenta)
- Distribución (impresión y franqueo)
- Análisis
- Pago Electrónico

Capitaliza las oportunidades de la nueva era de documentos electrónicos

Solución de Segunda Generación

¿Qué es Oracle E-Billing?

E-Billing está creciendo MUY rápidamente

- Segmento de mayor crecimiento de CRM
- Ayuda a reducir costos y generar ingresos
- Disparado por iniciativas Verdes y nueva regulación gubernamental

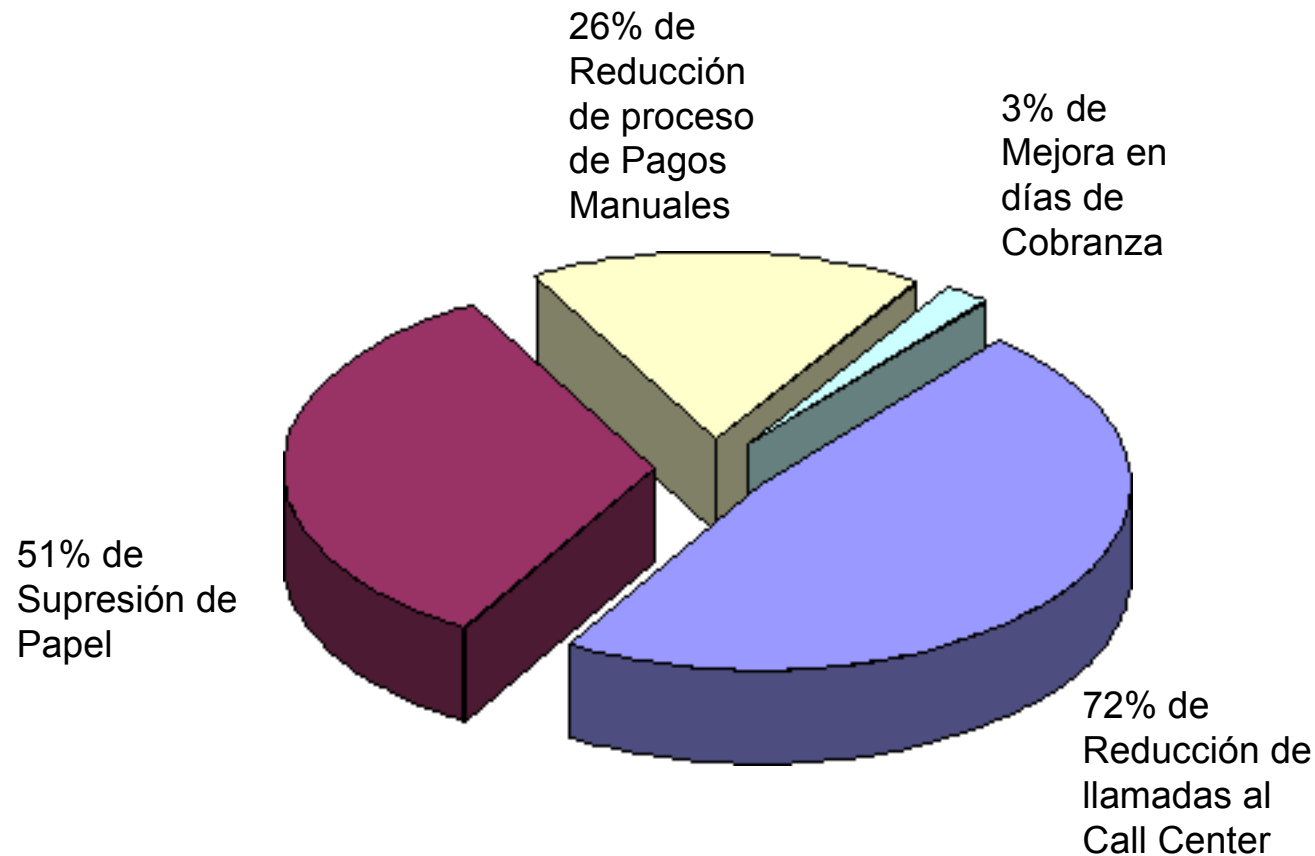
Producto con probado Retorno de la Inversión

- Usado por 200 millones de usuarios y con 1 billón de estados de cuenta
- Los usuarios de autoservicio hablan entre 60% y 90% menos al Call Center
- Ahorros adicionales por no uso de papel (paper turn-off) y reducciones de entre 2 y 4 días en la cobranza

Atractiva Aplicación

- Por su personalización reduce el churn e incrementa la lealtad
- La consolidación y los analíticos generar una mucho mejor experiencia al usuario
- Aplicación siempre disponible y fácil de usar que mejora la satisfacción del usuario

Componentes del Retorno de la Inversión en E-Billing (reportado por los casos de éxito):



¿Por Qué e-Billing es Relevante para la Atención a Clientes?

- 55% - 80% de las llamadas al CAT son relacionadas con la 'factura' o la cuenta



Logan Orviss – Abril 2007

- **Los clientes y los negocios ponen más atención a la información que impacta sus finanzas**

¿Por Qué los Clientes Valoran el Autoservicio?

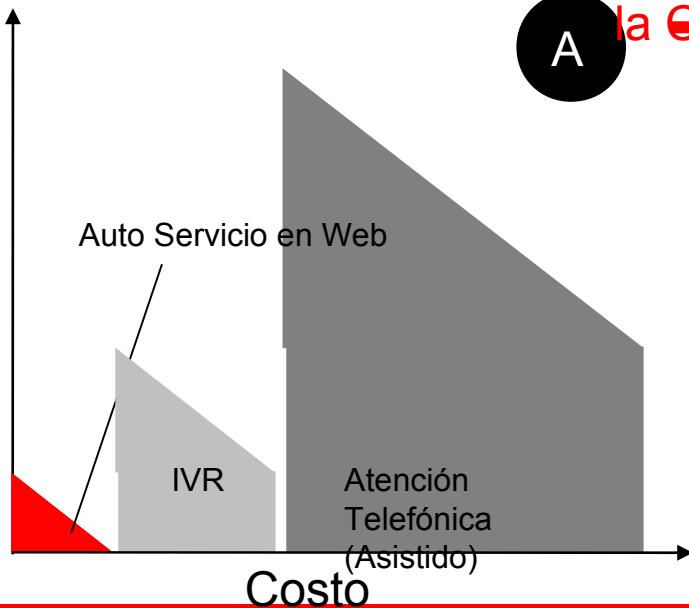
Los Modelos de Interacción están Cambiando

• **Expectativas de Servicio en Ascenso + ↑ Uso de Internet =**

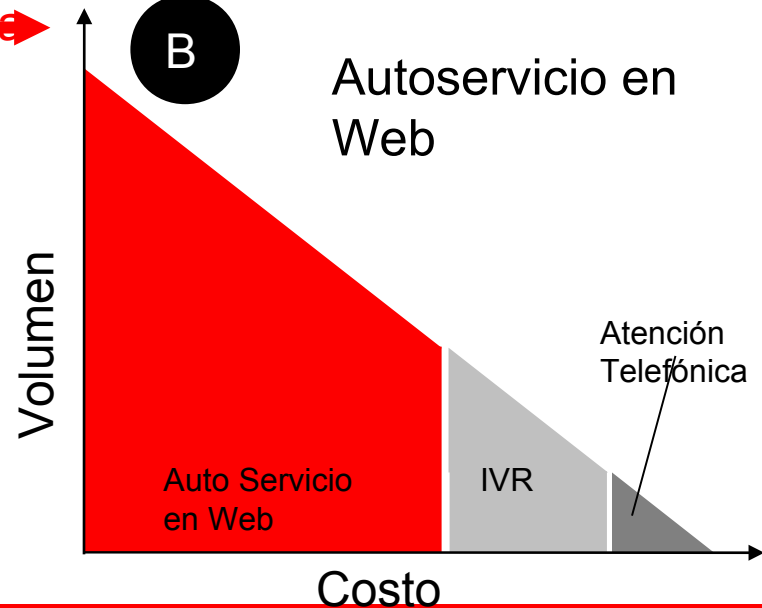
- Servicio y soporte 24x7x365
- Consistencia a través del canal
- Prontitud

Demandas de
Productividad
de
la ~~Compañía~~

A



B



ORACLE®

¿Cuál es el Impacto del eBilling en las Iniciativas **Ecológicas**?

Para una empresa que tiene 1,000,000 clientes y consigue un 25% de cancelación de facturación en papel, puede representar...



- **Ahorrar 312 tons / 280 tons métricas de papel**
- **Ahorrar 623 tons / 565 tons métricas de árboles**
- **Evitar 312 tons / 280 tons métricas de sólidos**
- **Ahorrar 5.1M gal. / 19M litros de agua**
- **Evitar 1.6M lbs / 725 tons métricas de gases de invernadero**

Mejores prácticas para una adopción acelerada

- **Llevar el conocimiento al cliente final**

- Informar a los usuarios de las capacidades on-line a través del Call Center
- Envío de mensajes invitando al uso del servicios on-line
- Incluir en todas las comunicaciones de marketing (papel, televisión y web) la liga URL al portal.

- **Incentivos de uso**

- Positivo: Ofertar promociones o puntos por utilización del portal
 - Vinculado por ejemplo al pago autompaticio y sin envío de papel
- Negativo: “omitir” detalles de llamadas en estados impresos
 - Proveer detalles sólo a través del portal

- **El Contenido correcto**

- Una “experiencia” personalizada – visión consolidada de la relación
- Combinación de datos se tiempo real e históricos
- Facilidad de uso y buena informacipón – proveer respuestas a las 10 preguntas mas comunes en el Call Center
- Proveer a un “click de distancia” todos los otros serviços online;

Puntos Claves para Asegurar la Adopción del Cliente

- **Conocimiento de su existencia**
 - Los agentes de atención informan a los clientes de la opción en línea
 - Mensajes del IVR para dirigir a los clientes al sitio web
 - Anuncios impresos, televisión y en web que incluyan información de conexión
- **Incentivos**
 - Positivos: Dar al cliente ofertas exclusivas en línea y puntos
 - Acciones como Registro, Auto Pago, and Supresión de Envío
 - Negativos: Cargos por preparar, imprimir y enviar estados de cuenta y reportes
 - Eliminar detalles de estados impresos
- **Contenido de Importancia**
 - Experiencia de usuario personalizable – vista consolidada
 - Combinar datos históricos y en tiempo real para proveer de información completa
 - Fácil de usar e informativo – resumen :: analíticos :: 10 FAQ's más frecuentes
 - Proveer de un punto de entrada para otros servicios importantes

Del PDF al E-Billing

PDF

- Reduce costos de impresión y envío
- Imágen fiel de factura física
- No genera una “experiencia”
- Mayor dificultad de contestar preguntas del usuario
- PDF no genera tráfico en el portal
- Requiere mayor capacidad de proceso para generar las facturas en PDF

E-Billing

- **Maximiza** las posibilidades de reducción en costos de envío
- Factura “dinámica” generando una “experiencia”:
 - Mayor tiempo de navegación en el portal (aumento de tráfico)
 - Reducir el volúmen de llamadas al call center
 - Lealtad: datos analíticos combinando datos históricos
 - Consolidación de diversos sistemas de Billing
- Generación de PDF sobre demanda
- Transforma el canal web en un medio de comunicación con el cliente
 - Reducción del time-to-market de campañas de marketing

Soluciones de E-Billing a través de Múltiples Industrias

Telecomunicaciones



Energía



Serv Financieros



Seguros



Otros



Caso de Éxito – Verizon Wireless



The image shows a screenshot of the Verizon Wireless website. At the top, there's a banner for adding a line for as low as \$9.99/month. Below this is the Verizon Wireless logo and navigation links. The main content area is titled 'My Account Overview' and includes sections for 'My Bill', 'Current Usage Since Last Statement', 'My Phone', and 'My Plan'. The 'My Bill' section shows a current balance of \$135.35 and a payment due date of 10/14/06. The 'Current Usage Since Last Statement' section shows minutes used for Peak, Off Peak, Weekend, IN Calling, and IN Calling Off Peak. The 'My Phone' section offers an upgrade to a new phone. The 'My Plan' section shows the current plan as 'DIGITAL PREFERRED SECOND 500 GENERAL .00 LONG DISTANCE \$15.00 0002'.

Add a line for
as low as **\$9.99** monthly
process

verizonwireless

Site Map | About Us | Contact Us | Store Locator | Cart Empty

Español | Logout

PERSONAL BUSINESS MY ACCOUNT

OVERVIEW | MY BILL | MY PHONE | MY PLAN | GET IT NOW | SUPPORT

You are shopping in
Laguna Hills, CA
[Change](#) | [Coverage Locator](#)

My Account Overview

Tools & Tips
[My Account Demo](#)

Questions about My Account?
[FAQs](#)

Coming Next Month...
Thanks to customer input, your bill is getting a new look. Check it out next month, along with a step-by-step guide on how to read your new bill.

Special Offer
Add a Line to your existing plan
[GO](#)

My Bill

Acct No: 754839507-00001
eberling@mac.com | [Edit profile](#)

Current balance as of 09/25/06* **\$135.35**

Payment due 10/14/06
Auto Bill Pay scheduled 10/05/06
[Update Auto Bill Pay](#)

PAY BILL

View & Print Bill
September 10, 2006 [GO](#)
[Download Adobe Acrobat Reader](#)

[Statement summary](#)
[Call details](#)
[Text/Video/Picture messaging usage](#)
[Payment history](#)

Activity Since Last Statement
Last payment received 09/05/06 \$135.92


* Current balance reflects payments and other credits & charges applied since your last statement.

Current Usage Since Last Statement 949-433-4991 [DISPLAY](#) [All Lines](#)

Minutes Used: Wireless No. 949-433-4991

| | | |
|---------------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Peak | 72 | † Last Call 09/25/06, 6:30 PM. This is an estimate of the minutes used since your last statement date, 09/18/06. This estimate was updated within the last 24 hours. This estimate does not include roaming airtime. |
| Off Peak | 0 | |
| Weekend | 12 | |
| IN Calling | 0 | |
| IN Calling Off Peak | 0 | |

My Phone

 [Upgrade to a new phone](#)
Eligible to upgrade with discounted pricing.
[Equipment Guide](#)
[Phone/device support](#)
[Activate a new phone](#)
[Buy accessories](#)

My Plan

DIGITAL PREFERRED SECOND 500 GENERAL .00 LONG DISTANCE \$15.00 0002

[Add a line](#)
[Change calling plan](#)
[Add/Change features](#)

[Privacy](#) | [Legal Notices](#) | [Website Use](#) | [Customer Agreement](#) | [Return Policy](#) | [My Account Terms and Conditions](#)

© 2006 Verizon Wireless

Verizon Wireless (USA)

Tamaño

- \$44B USD en ventas, 68M de clientes, 70K empleados

Retos

- Incrementar satisfacción de clientes y lealtad
- Incrementar la rentabilidad a través del autoservicio
- Mejorar la eficiencia operacional

Beneficios de E-Billing

- \$100M USD/año en reducción de llamadas
- \$40M USD/año en ahorros de impresión y distribución
- Tasa de adopción mayor al 66%
- Mejora en lealtad y reducción de churn
- Conversión de tráfico en ventas incrementales

Oracle E-Billing

¿Preguntas?

