

CASO DE ÉXITO: FLOW TRACK

Se desarrolló un modelo que analiza los flujos de contacto con clientes para eliminar repeticiones innecesarias. **Este modelo de análisis de flujo está basado en la metodología Sankey**, con el objetivo de identificar y corregir ineficiencias en el proceso de contacto con clientes.

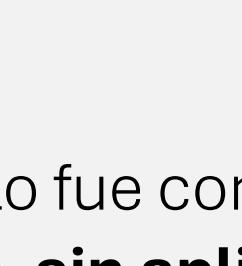
DESAFÍO

Durante campañas anteriores, muchos clientes **manifestaron su inconformidad por recibir múltiples llamadas**, incluso después de haber donado o rechazado la oferta.

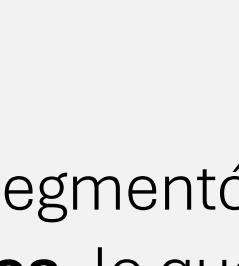
Esta situación no solo generaba molestias y quejas, sino que también afectaba la eficiencia operativa y la percepción del servicio.

LA SOLUCIÓN: FLOW TRACK

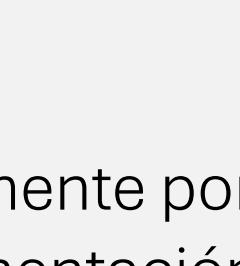
Para enfrentar este reto, **el equipo de analítica desarrolló Flow Track**, un modelo de análisis de flujo basado en la metodología Sankey. Este modelo permitió:



Visualizar los caminos que seguían los clientes durante los intentos de contacto.



Identificar rutas ineficientes y repeticiones innecesarias..



Diseñar estrategias para evitar llamadas redundantes.

RESULTADOS



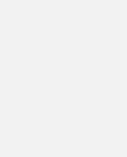
85% DE REDUCCIÓN

en quejas por llamadas repetidas.



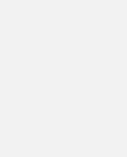
MEJORA SIGNIFICATIVA

en la experiencia del cliente.



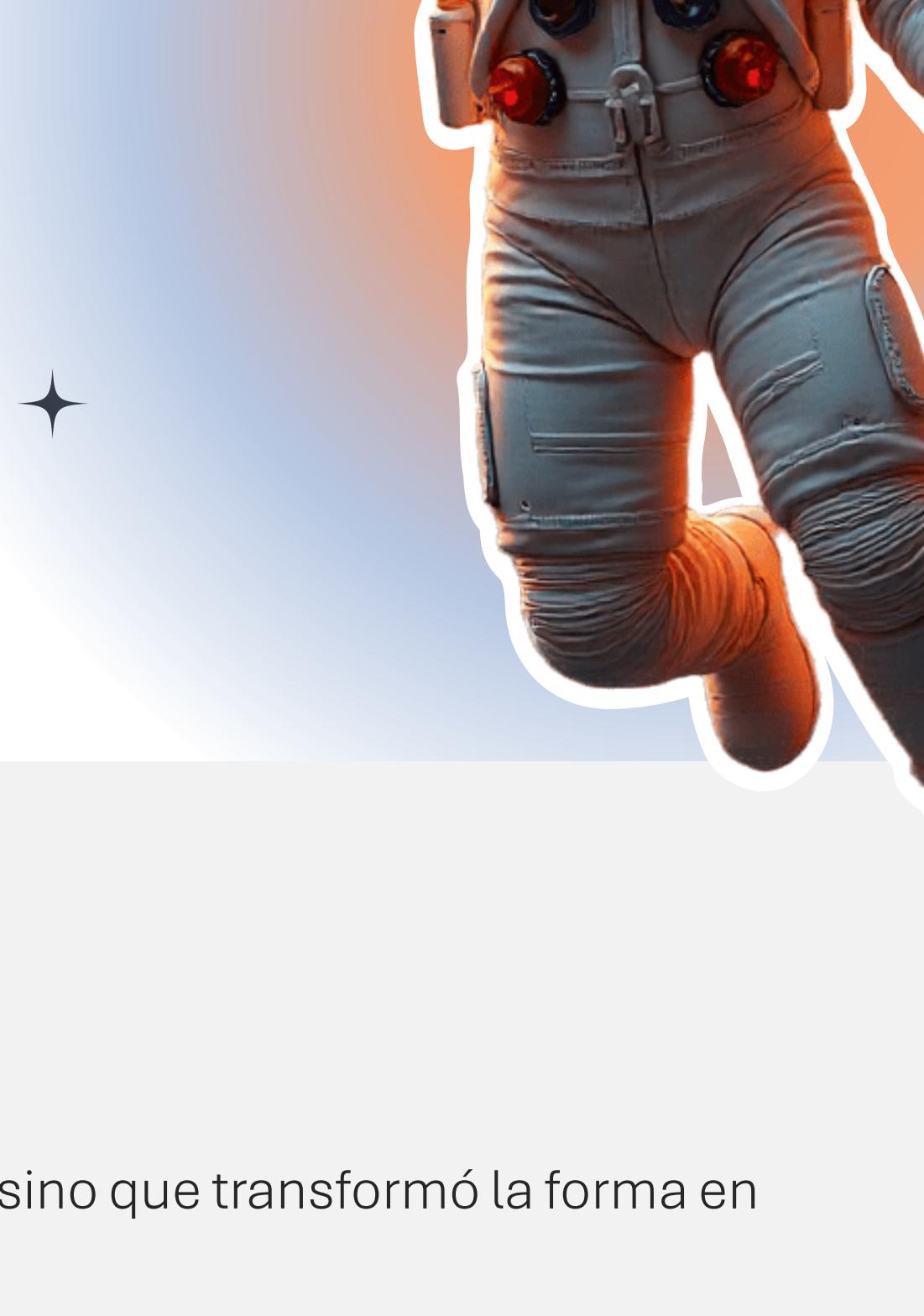
OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

del equipo operativo.

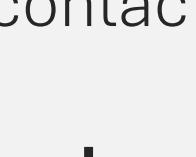


MAYOR EFECTIVIDAD

en las campañas de donación.



CONCLUSIÓN



Flow Track no solo resolvió un problema operativo, sino que transformó la forma en que se gestionan los contactos con nuestros clientes.

Con estrategias más claras y datos más estratégicos, se logró una comunicación más eficiente y mejor recibida.