

Embracon adota Salesforce

Júlia Merker

// quarta, 10/10/2018 11:32

E-mail

Twitter

Curtir

Compartilhar

A Embracon, empresa especializada em consórcios com 30 anos no mercado, está em fase de implementação das soluções da Salesforce. O objetivo é aprimorar a experiência e satisfação do consorciado no atendimento.



A Embracon possui mais de 118 mil clientes ativos e cerca de 103 filiais no país. Foto: Divulgação.

Ingram distribui Salesforce no Brasil

Metallica usa CRM da Salesforce

Salesforce tem assistente de voz

Com o projeto, a empresa busca uma diminuição no tempo de entrega da carta de crédito e melhor engajamento com a marca através de automações de comunicação e atendimento nas redes sociais.

Entre as soluções adquiridas estão Salesforce Service Cloud, focada no atendimento aos clientes, e Salesforce Marketing Cloud, para engajar clientes e prospects em mídias sociais, e-mail e SMS.

"Esperamos que a transformação digital com Salesforce ajude a melhorar a comunicação com o consorciado a fim de reduzir o tempo para a entrega da carta de crédito", afirma Regina Aiello, diretora de tecnologia da Embracon.

A entrega da carta de crédito ao cliente exige que ele forneça uma série de documentos, muito semelhante ao que ocorre no financiamento.

Juarez Dutra, gerente de marketing da Embracon, acredita que o Social Studio e E-mail Studio do Marketing Cloud ajudarão no engajamento dos clientes.

"A transformação digital acompanhará as demandas de um público cada vez mais exigente e conectado, que interage com a marca via rede social e outros canais, assim como a posicionar, no meio digital, nossas novas ofertas, como o consórcio de serviços", destaca o executivo.

A Embracon possui mais de 118 mil clientes ativos, 600 parceiros no território nacional, cerca de 103 filiais no país e em torno de 2,5 mil funcionários. 1

Em julho, como parte da estratégia de transformação digital, a Embracon adicionou um novo recurso de gestão para a área comercial com o Convert+. O aplicativo foi desenvolvido internamente em conjunto com a NewM, fornecedora de uma plataforma que conecta o trabalho dos vendedores ao sistema de gestão.

Com o aplicativo é possível efetuar todo o trabalho de prospecção, vendas e gestão de clientes.

O projeto de transformação digital contará com outras iniciativas para atuar nas esferas de operação (infraestrutura e negócios) e de experiência com o cliente (comunicação, conteúdo e relacionamento).

A iniciativa envolve um investimento de R\$ 12 milhões em 2018 e contempla o novo posicionamento e identidade visual da marca, lançamento de aplicativo, novos recursos de produção de conteúdo e relacionamento comercial, entre outros.