

Grupo financeiro utiliza plataforma digital centrada nos usuários para solucionar problema de experiências desconexas

O Desjardins Group melhorou a experiência dos seus clientes, otimizou os fluxos de trabalho organizacionais e transformou as soluções fornecidas pelos seus parceiros.

Resumo

O Desjardins Group é a maior federação de cooperativas de crédito da América do Norte e o primeiro grupo financeiro cooperativo canadense. Com mais de 7 milhões de membros e diversas subsidiárias, como o Desjardins General Insurance e outras que atuam no setor bancário de varejo, imobiliário e de corretagem, o Desjardins escolheu a Liferay para melhorar a experiência do usuário de seus clientes, funcionários e parceiros.

desjardins.com

In Brief

SETOR:

Bancário

PAÍS/REGIÃO:

Canadá, Estados Unidos

CENÁRIO:

Intranet, Portal do Agente,
Portal de Parceiros

PRINCIPAIS RECURSOS:

Segmentação e Personalização,
Gestão da experiência,
Integração e Interoperabilidade



A Liferay permite que os nossos funcionários acessem um ambiente de trabalho digital otimizado. Ao se conectarem eles podem gerenciar todos os seus registros de clientes-membro e a carteira de produtos associada em tempo real.

William Longmene Kue, gerente de produto e arquiteto de soluções do Desjardins Group responsável pela implantação da Liferay.

Desafios

- Incapacidade de oferecer experiências centradas no usuário que fossem diferenciadas e úteis.
- Necessidade de fornecer aos seus funcionários um ambiente de trabalho digital que os ajudasse a simplificar a complexidade organizacional e de oferecer à sua ampla rede de parceiros uma resposta escalonável para o desenvolvimento de soluções White Label.
- Experiências internas e externas eram desconexas e realizadas em diferentes plataformas.

Resultados



GESTÃO DOS USUÁRIOS

Aperfeiçoamento da gestão do perfil do usuário



EXPERIÊNCIA DIGITAL UNIFICADA

Incorporação de toda a experiência do usuário em um só local



CONTEÚDO PRÓPRIO E CARACTERÍSTICO

Possibilidade de criação, animação e publicação de conteúdo de forma mais eficiente



Elevação dos padrões do setor bancário

Dada a sua missão de contribuir para a melhoria do bem-estar econômico e social de pessoas e comunidades, o Desjardins Group está redefinindo os padrões de serviços financeiros em prol dos seus associados.

Ao atender clientes particulares e empresariais, o Desjardins enxergou as limitações dos seus sistemas de TI até então atuais e a forma que, como ocorre em outros setores, o cenário digital em constante mudança estava afetando a experiência dos seus clientes.

Devido, em grande parte, aos novas, e em expansão, varejistas online, as mudanças no comportamento do cliente online reforçaram a necessidade do Desjardins de desenvolver uma abordagem mais centrada no cliente no que tange a sua presença online. As soluções omnichannel e outras novas tendências digitais destacaram a imprescindibilidade da continuidade durante a jornada do cliente, à qual os seus sistemas de TI não eram capazes de oferecer o devido suporte. Além disso, constataram a necessidade de uma estratégia digital mais coesa e da eliminação de estruturas organizacionais e de informações isoladas umas das outras.

A escolha da solução digital adequada

Quando comparada a produtos de concorrentes como IBM e Oracle, a Liferay se destacou devido à sua conectividade e capacidade de expansão, ferramentas de autenticação e facilidade de uso.

Adicionalmente, a Liferay permite que diferentes departamentos e agentes internos trabalhem de maneira simultânea e sem obstáculos em uma plataforma unificada, um benefício chave no que se refere à pretensão do Desjardins de melhorar a organização interna e os fluxos de trabalho.

A implementação em duas etapas gera coesão

Como ocorreria após qualquer mudança tecnológica que envolvesse toda a estrutura da empresa, o principal desafio do Desjardins foi difundir amplamente os novos conhecimentos e recursos, assim como instruir os desenvolvedores internos. O êxito da implementação realizada pelo Desjardins pode ser atribuído ao processo de duas etapas e à parceria com uma empresa local de integração de sistemas especializada em softwares open source e com expressivo conhecimento sobre a Liferay.

Em primeiro lugar, o Desjardins focou na organização, criando o que eles chamam de “centro de expertise”, para que todos os recursos necessários e informações de treinamento sobre o uso diário da Liferay estivessem prontamente disponíveis para as partes envolvidas. Eles também formaram uma empenhada equipe de treinamento para esclarecer o funcionamento da plataforma Liferay, facilitando assim a implementação em toda a empresa.

“Em cada um dos setores da empresa, reproduzimos o mesmo cenário: demonstração, treinamento e comprovação do conceito. Asseguramos o fornecimento de suporte contínuo e recursos acessíveis a todas as partes internas envolvidas”, afirmou William Longmene Kue, gerente de produto e arquiteto de soluções do Desjardins Group responsável pela implantação da solução Liferay.

A segunda etapa do processo se tratava da implementação efetiva da plataforma. Ao implementar a Liferay em uma estrutura preexistente, o Desjardins conseguiu centralizar os custos e alcançar o uso coeso da plataforma em diferentes empreendimentos do projeto, além de fornecer às equipes internas, como de marketing e TI, as ferramentas e recursos necessários para a utilização da plataforma.

“

Em termos numéricos, o tráfego dobrou nos portais externos ano após ano, principalmente entre os usuários empresariais, cujo objetivo é divulgar os seus produtos por meio da plataforma Desjardins.

William Longmene Kue, gerente de produto e arquiteto de soluções do Desjardins Group responsável pela implantação Liferay

Objetivos bem definidos geram melhorias evidentes

Como os desafios a serem superados pelo Desjardins com a utilização da plataforma Liferay afetavam diferentes áreas do seu negócio, o impacto dos resultados pôde ser notado em uma vasta gama de pontos de contato.

- **Intranet:** visto que os funcionários precisavam de um ambiente de trabalho digital, a Liferay foi a solução para tal problema. A plataforma contribui para o objetivo do grupo de simplificar a complexidade organizacional, agilizando a comunicação com os funcionários e fornecendo serviços como autoatendimento e soluções de rastreamento por meio da integração com ferramentas de terceiros.
- **Portal do agente:** as informações antes desconexas e isoladas utilizadas pelos agentes bancários, de crédito e de seguros do Desjardins

estão agora unificadas, e eles estão melhor preparados para atender aos clientes. Isso, na prática, se assemelha à uma solução de consultoria bancária do Desjardins, através da solução Liferay, para acessar a carteira de clientes a partir de qualquer dispositivo.

- **Portal de parceiros:** em busca de uma solução escalável que cobrisse a sua ampla rede de parceiros, o Desjardins, junto à Liferay, conseguiu desenvolver portais de parceiros eficazes por meio de estratégias de White Label.

O próximo passo: DXP

Após utilizar inicialmente o Liferay Portal 6.2, o Desjardins está agora migrando para o Liferay Digital Experience Platform (DXP). Devido ao sucesso de tudo que foi desenvolvido com o uso do Liferay Portal 6.2, eles entendem que a mudança para a Liferay DXP é um passo decisivo e necessário em direção à melhoria contínua da experiência do cliente, conforme as necessidades digitais mudam.

Mais especificamente, o Desjardins quer migrar para o Liferay DXP porque esse é ainda mais centrado no usuário no que se refere à criação e gerenciamento de conteúdo, além de oferecer a possibilidade de uso de APIs headless, facilitar a implantação de elementos visuais orientados por API e agilizar as experiências multicanais. Segundo o Desjardins, as soluções oferecidas pelo DXP atendem melhor às necessidades atuais dos usuários, as quais são cada vez mais complexas e exigem maior grau de personalização.

Para mais informações, entre em contato com sales-latam@liferay.com.