

MONITOREO SINTÉTICO

Antonio Arancibia, CEO de Movizzon

“Con nuestro cliente incógnito digital ayudamos a las empresas a mejorar la experiencia de sus clientes”



Antonio Arancibia, CEO; Raúl Ibáñez, CTO; Hismael Alayo, Chief Business Officer; todos de Movizzon.

Entender y optimizar la experiencia del cliente es fundamental para cualquier compañía que aspire a liderar su sector. Para apoyar a las empresas en este objetivo, Movizzon ha revolucionado la manera de medir la satisfacción del cliente con su metodología de monitoreo sintético que permite predecir el NPS del canal con información entregada por un cliente incógnito digital. Los principales directivos de la fintech Movizzon, nos explican cómo esta tecnología está redefiniendo el monitoreo de los canales digitales y fortaleciendo la lealtad del cliente y la reputación de las empresas.

¿Cómo puede el monitoreo sintético de Movizzon mejorar la experiencia de usuario en el entorno digital?

La mejora de la experiencia del usuario se logra a través del monitoreo sintético. Este método permite generar navegaciones artificiales en tiempo real dentro de las plataformas digitales de las empresas, como los sitios web y las aplicaciones, detectando y permitiendo resolver problemas antes de que los clientes se vean afectados. Esto se logra gracias a que nuestros robots simulan la experiencia de clientes 24x7 y, ante cualquier intermitencia, lentitud o falla detectada, se alerta en forma inmediata a la empresa.

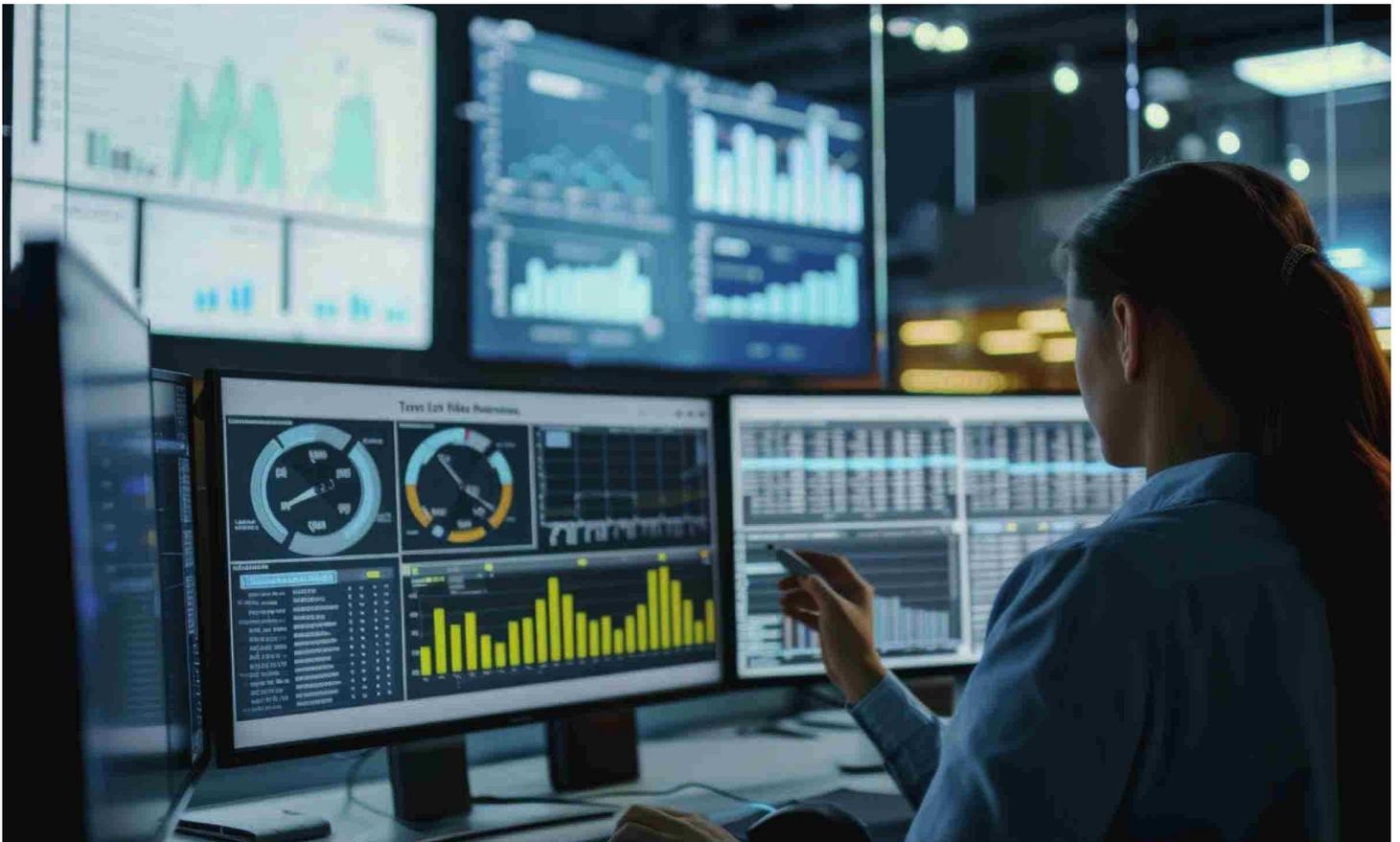
¿Cómo funciona el monitoreo sintético y en qué se diferencia del Application Performance Management (APM) tradicional?

El monitoreo sintético se centra en replicar las interacciones reales de los usuarios en aplicaciones y sitios web. A diferencia del APM, que se enfoca en el rendimiento de la infraestructura interna de las empresas, como servidores y componentes de tecnología, el monitoreo sintético mide todas las acciones que hacen los clientes o usuarios en sitios web o aplicaciones, usando dispositivos y sistemas de acceso a internet reales.

Por ejemplo, podemos usar un iPhone 12 conectado a una red de Entel o Cla-

ro y realizar las mismas operaciones que hacen las personas en condiciones reales, tales como abrir el App, iniciar sesión o hacer una transacción. En la práctica, esto significa que podemos identificar problemas específicos, como la caída o intermitencia de una red en particular.

Cuando nuestros robots detectan anomalías se generan alertas en tiempo real que son un insumo muy valioso para las empresas, ya que les permite reaccionar y anticiparse en forma proactiva, ayudando a mejorar la experiencia del cliente. En síntesis, esta capacidad permite anticipar y resolver problemas específicos que de otro modo pasarían inadvertidos.



¿Qué diferencia a Movizzon de otros proveedores de monitoreo sintético?

Una de las principales diferencias es nuestra capacidad de generar alertas tempranas y en tiempo real vía mensajería instantánea tipo WhatsApp, Teams, etc. Esto significa que nuestra tecnología puede detectar un problema y alertar a la empresa antes de que los usuarios se vean afectados, permitiendo una respuesta rápida y efectiva. Otra ventaja es que no necesitamos integrarnos a las plataformas de nuestros clientes. Simplemente entrenamos a los robots para que repliquen las operaciones cotidianas que realizan las personas, usando los dispositivos móviles y las conexiones a internet más representativas del mercado. Es muy rápido de implementar y cubrimos todas las plataformas: Android, iOS, Huawei, PC, IVR, etc.

¿Qué significa en la práctica recibir una alerta temprana?

En la práctica, una alerta temprana significa que nuestro cliente, es decir, la empresa que utiliza nuestra tec-

nología se entera del problema antes que los usuarios finales de sus canales digitales. Esto les da la oportunidad de corregir la situación de manera proactiva, evitando que los usuarios experimenten fallas o problemas con la plataforma. En otras palabras, minimizan las posibilidades de llenarse de reclamos y quejas en el call center o en las redes sociales.

Por esto, decimos que nuestra solución ayuda a resguardar la reputación de las empresas y a mejorar la calidad de servicio.

Movizzon ha desarrollado el concepto de "cliente incógnito digital". ¿Cómo funciona y qué beneficios ofrece?

El cliente incógnito digital es una metodología que nos permite entender la experiencia del usuario de manera continua y precisa, sin necesidad de preguntarle al usuario a través de encuestas tradicionales. Este sistema, integrado con nuestro predictor del NPS digital, ofrece una visión en tiempo real de la calidad de la experiencia del usuario, permitiendo a las

empresas monitorear el rendimiento de sus canales digitales en cualquier momento.

¿Cuál es el beneficio de medir el NPS con el predictor digital de Movizzon?

El mayor beneficio es que no hay que realizar encuestas para obtener datos relevantes relacionado con la experiencia. Nuestro predictor del NPS digital se basa en las interacciones reales de los usuarios, lo que elimina el sesgo de las encuestas y proporciona información precisa y oportuna sobre la satisfacción del cliente.

Además, es más rápido, ya que entrega información en tiempo real, y tiene un alcance mucho mayor, debido a que nuestros robots pueden realizar miles de operaciones en un período determinado. Por esto, permite medir de manera precisa el NPS del canal digital.

¿Se puede usar esta tecnología para medir el estado de la industria?

Sí, de hecho nuestra tecnología permite mapear la experiencia del usuario en un cuadrante que compara el rendimiento



Movizzon se ha convertido en un referente en la medición proactiva de la experiencia del usuario digital, ofreciendo a las empresas herramientas para informar en tiempo real el estado del canal como lo vive el cliente final.

de las empresas con el promedio de la industria.

Esto ofrece una visión clara de si una empresa está liderando o quedándose atrás en comparación con sus competidores, y destaca áreas específicas de mejora.

¿Clasifican el servicio en alguna forma?

A partir de la información recopilada, clasificamos el servicio de las empresas en cuatro categorías:

- **“Avanzada”**: en estas empresas, los usuarios están satisfechos debido a la rapidez del canal y la estabilidad de los sistemas.
- **“Intermitente”**: estas tienen un canal que responde rápidamente, pero presentan un mayor nivel de intermitencia.
- **“Lenta”**: ofrecen canales estables, pero con tiempos de respuesta elevados, lo que genera frustración en el usuario.
- **“Atrasada”**: cuentan con canales lentos e inestables, proporcionando la peor experiencia de usuario entre todos los cuadrantes.

Estos datos se actualizan continuamente para reflejar el estado real de los servicios digitales en tiempo real. Es un insumo muy valioso para las empresas.

¿Nos puedes compartir los resultados de algún estudio reciente que hayan hecho?

Realizamos un estudio de la banca digital en Chile para el primer Q de 2024 y estos fueron los resultados:

- Dos bancos de la plaza destacan como líderes debido a su mayor disponibilidad en comparación con la competencia y porque tienen un gran porcentaje de usuarios satisfechos.
- Tres bancos fueron catalogados como “lentos” y aunque tienen una estabilidad superior al 99.40%, los tiempos de carga prolongados resultan en una baja satisfacción entre los clientes.
- Uno de los bancos con más clientes en Chile se ubicó en la categoría “atrasados”, ya que registró la disponibilidad más baja y un gran porcentaje de usuarios frustrados.

En conclusión, la banca chilena, en general, presentó más intermitencias los últimos días del mes analizado.

Coincidentemente, el banco ubicado en la categoría “Atrasado” resultó ser el más afectado durante estos días. La mayor afectación por banco y pasos específicos se registró en el “login” del home privado y dos operadores de acceso a internet fueron los más afectados esos mismos días del mes. **G**