Plan Estratégico 1004: Centros de Referencia e Innovación

TELEFÓNICA DE ESPAÑA
D. Residencial
Marzo 2008

Índice

01 **Antecedentes**

02 **Plan Estratégico**

03 **Evolución**

04 **Próximos pasos**

01 Antecedentes

En el 2004 se inició un ambicioso plan de transformación en el 1004

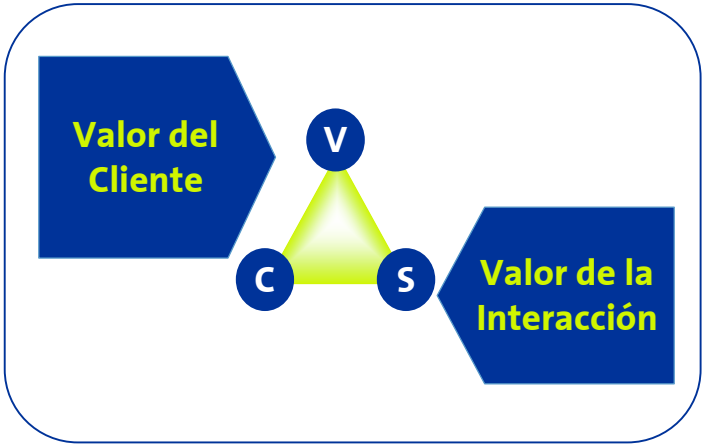
Desarrollo de negocio hacia la BA
Con foco en venta de servicios de ADSL e Imagenio y en la evolución de la base de clientes

Satisfacción de clientes
Proporcional al valor del cliente
Presión competitiva

Costes de atención
Necesidad de desarrollar alternativas que procuren la máxima eficiencia delos recursos de atención

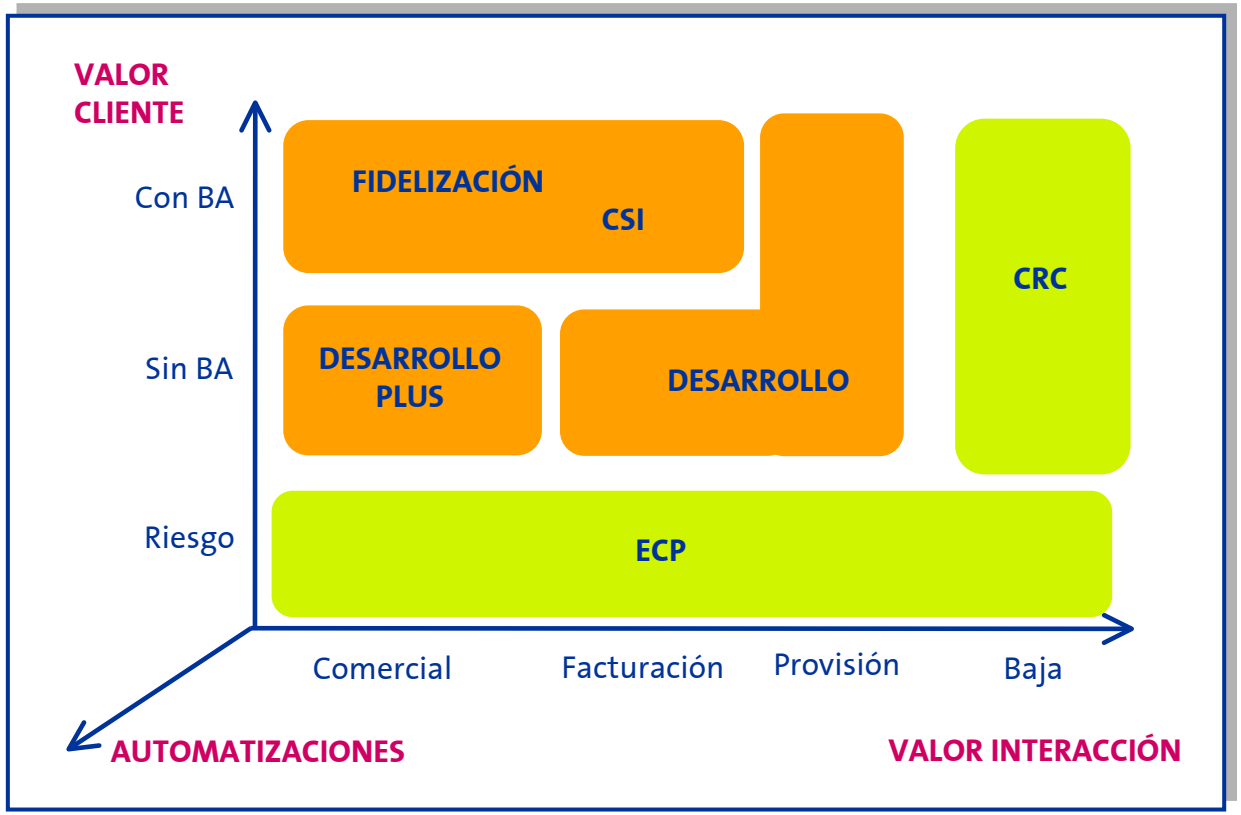
Necesidad de cambio

Proyecto de Transformación del 1004



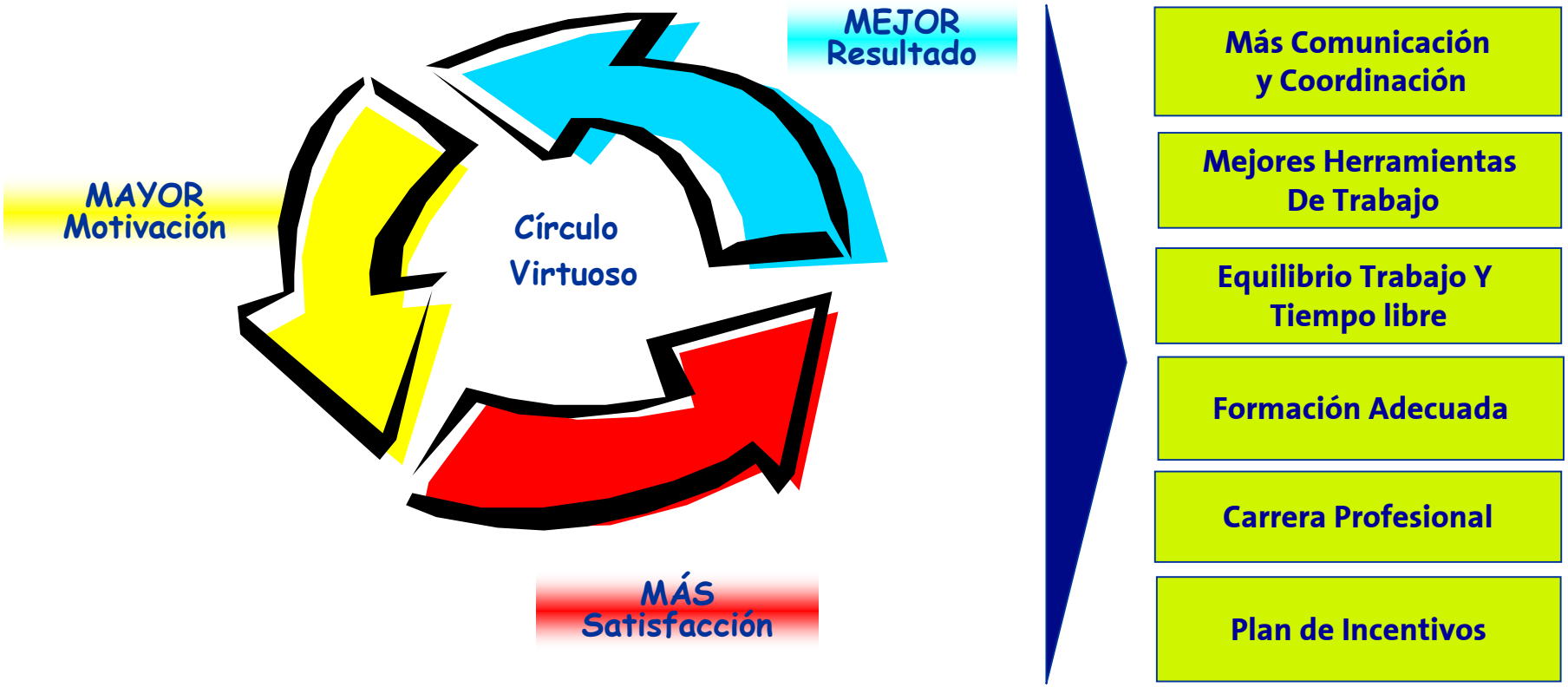
01 Antecedentes

Con la implantación de un nuevo modelo de atención



01 Antecedentes

En el que la motivación de las personas juega un papel clave.



01 Antecedentes

Y con un creciente reconocimiento externo

"Premio Mejor Programa de Experiencia de Clientes"

"Premio a la Mejor Empresa en Relación con Clientes en la categoría de Telefonía Fija"

Primer Centro de Atención al Cliente de España que recibe la Carta de Servicios como Certificación de AENOR

Mejor práctica mundial Accenture en gestión centros de contacto

02 Plan Estratégico

En el 2007 definimos el Plan Estratégico del 1004 con el objetivo de afrontar los retos del negocio a futuro.

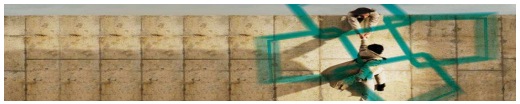
- ✓ **Comercialización de servicios de banda ancha premium.**
- ✓ **Convergencia**
- ✓ **Flexibilidad**
- ✓ **Eficiencia**
- ✓ **Desarrollo profesional y motivación**

02 Plan Estratégico

Para el que definimos nuestra visión.

Futuro brillante en el nuevo entorno digital

Convertir clientes en fans a través de la experiencia del cliente



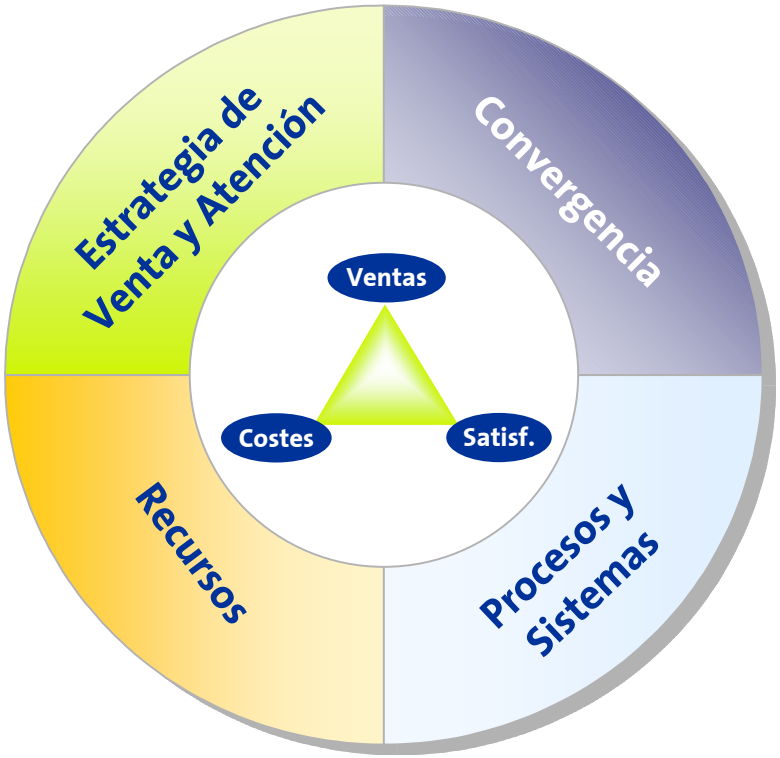
Un nuevo modelo operativo

Convergencia: eliminar fronteras para crear valor

Crear el mejor lugar para trabajar

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

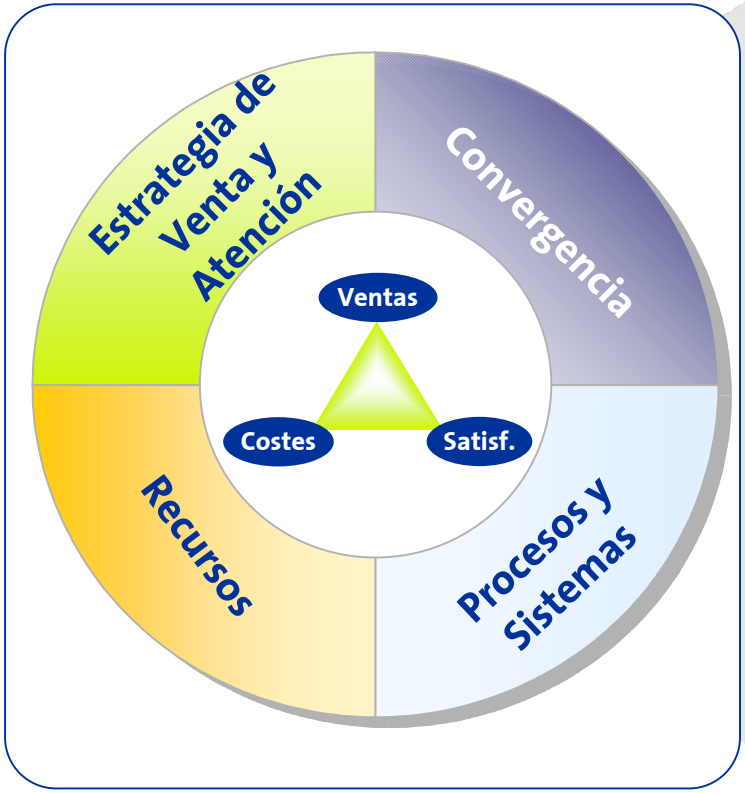
Convertir el 1004 en el Canal de Ventas y Atención referente en excelencia para los clientes, teniendo un papel clave en el crecimiento del negocio residencial y obteniendo unos ratios de eficiencia líderes



02 Plan Estratégico

Así como las principales decisiones estratégicas.

Marco estratégico de definición del 1004



Marco estratégico del 1004

Principales decisiones estratégicas

Estrategia de Venta y Atención

- Modelo de Atención a clientes de Alto Valor Convergentes
- Modelo de Atención a Nuevos Clientes
- Ampliación del CSI

Convergencia

- Evolución hacia un 1004 en convergencia

Recursos

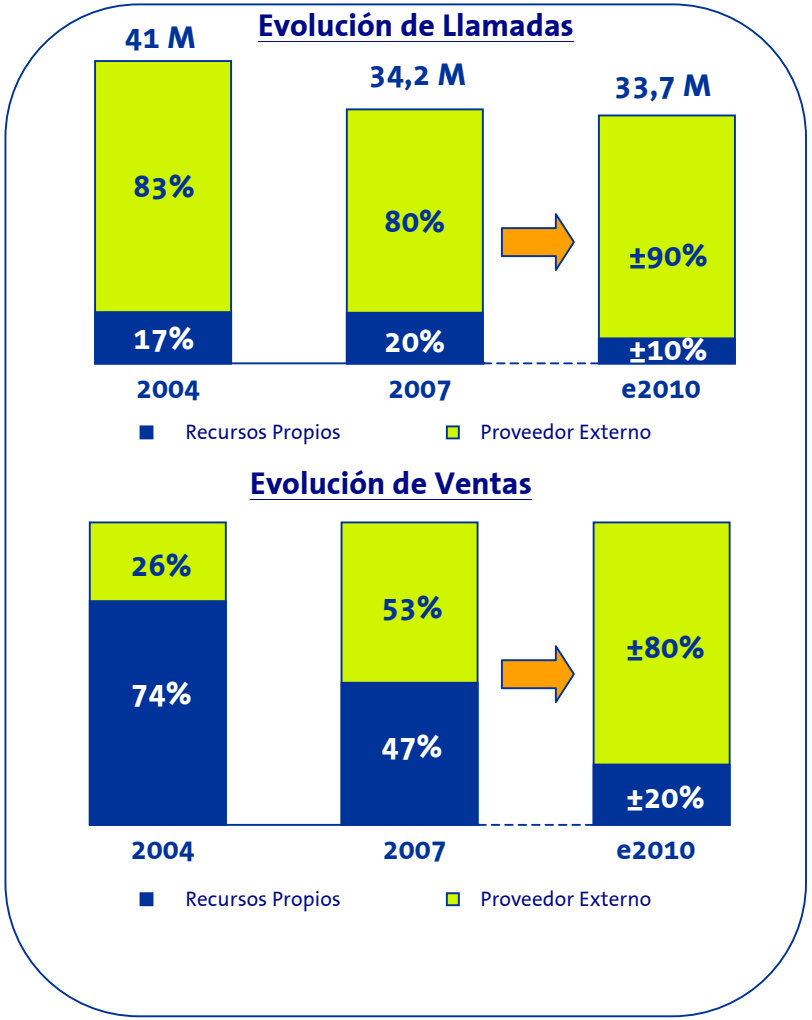
- Centros de Innovación
- Mejora del proceso de *coaching* y gestión de mandos
- Definición del Modelo Organizativo de gestión de proveedores

Procesos y Sistemas

- Definición de un Plan de Calidad del servicio
- Definición de los requerimientos de Sistemas Comerciales

02 Plan Estratégico

Las tendencias de futuro hacen necesaria una reorientación de la organización.



La tendencia y evolución prevista en llamadas y ventas hace necesario una reorientación en la Organización

Reorientar, en los centros propios, a las personas de perfil más adecuado hacia una mayor aportación de valor para el negocio

Definición de Iniciativas dentro del Plan Estratégico del 1004

Reforzar la estructura organizativa para la gestión directa de proveedores externos y las funciones de soporte que adquieren mayor dimensión

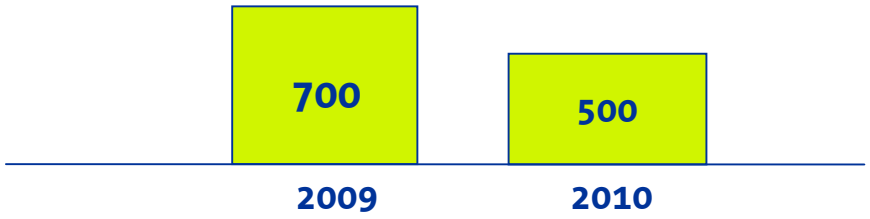
03 Evolución

"Centros de Referencia e Innovación": Nueva visión de los Centros Propios

- ✓ **Atención a clientes de alto valor convergentes**
  - Dirigido a los clientes de mayor valor (ej. TRIO + Móvil Telefónica)
  - Alta proactividad / anticipación, mínimo de 2 contactos con el cliente al año
  - Atención por comerciales on-shore
  - Elevados objetivos sobre resultados / indicadores (ej. FCR: 85% / Satisfacción: 7,5)
  - Atención de la insatisfacción por CSI
- ✓ **Atención a clientes nuevos de Banda Ancha Premium,**
  - Atención integral, orientada al desarrollo del cliente y a mejorar su experiencia en el inicio de su relación con TdE
  - Periodo de "incubación" en función del potencial
  - Monitorización de los momentos críticos: primera factura, provisión,...
  - Atención de la insatisfacción por CSI
- ✓ **Centros de innovación**
  - Experimentar iniciativas para la mejora del modelo de atención
  - Recoger la información relevante acerca de los clientes
  - Aportar propuestas de mejora del Servicio de Atención al Cliente.
- ✓ **Grupo de soporte a la implantación**
  - Acelerar la obtención de resultados de los nuevos centros y de los nuevos proveedores
  - Asegurar la homogeneidad en la atención
- ✓ **Potenciación del CRC de Sevilla como factor estratégico en la reducción de bajas**

03 Evolución

Que supone un redimensionamiento de los Centros Propios.



Redimensionamiento de los Recursos Propios por:

- Desarrollo Profesional / Carrera Comercial
- Bajas naturales
- Reubicación a puestos más adecuados al perfil.

04 Próximos pasos

- **Implantación del nuevo modelo de Alto Valor y Nuevos Clientes.**
- **Inicio del Proceso de especialización de Centros.**
- **Puesta en marcha del Plan de Redimensionamiento.**

Telefonica