

Estrategias de multicanalidad a partir de la visión integral del cliente

Jornada sobre Calidad Multicanal

Carmen López- Suevos Hernández
Madrid, 8 octubre 2009



Agenda

- ✓ CRM...
- ✓ Estrategia de canales
- ✓ Autogestión en el móvil
- ✓ Calidad multicanal



CRM

Tres letras pero, ¡mil interpretaciones!

A marketing approach in which a company seeks to build close relationships with its current and potential customers in order to encourage them to concentrate a disproportionately high share of their value with it.

McKinsey & Co.

A sales and service business strategy where the organization wraps itself around the customer, so that whenever there is interaction, the message exchanged is appropriate for that customer.

Tower Group

The art of locating, acquiring and keeping profitable customers while reinforcing an enterprise's brand across contact channels.

Gartner Group

A holistic and methodical approach to identifying, attracting and retaining a company's most valuable clients through a set of integrated capabilities.

Accenture

Customer relationship management refers to any strategy for managing customers and customer relationships.

Ernst & Young

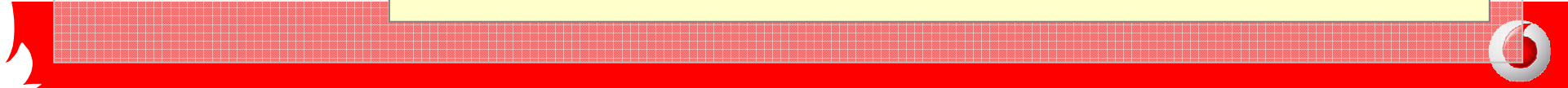
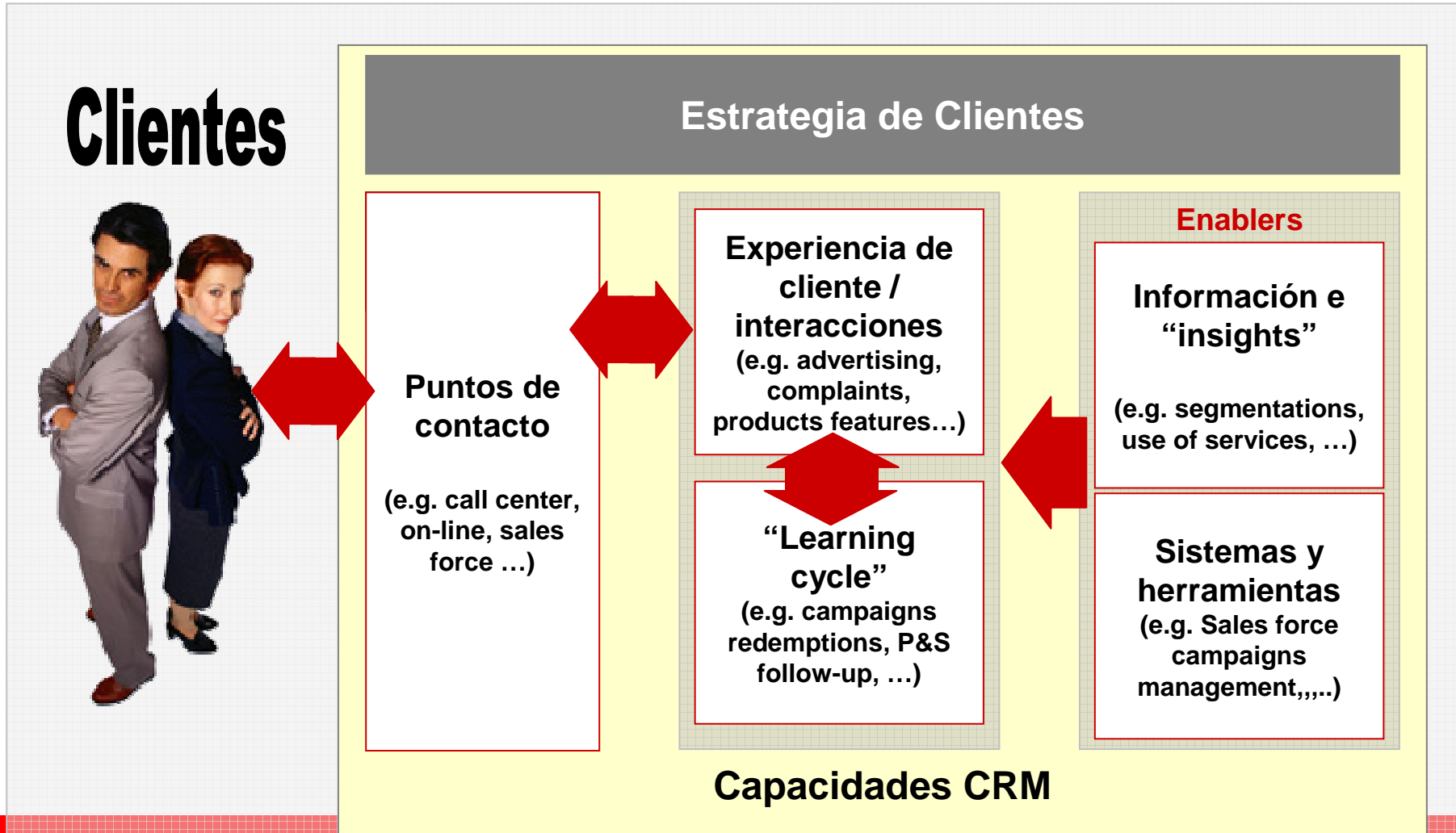
CRM is a comprehensive approach that provides seamless coordination between sales, customer service, marketing, field support and other customer-touching functions. CRM integrates people, process and technology to maximize relationships with all your customers including e-customers, distribution channel members, internal customers and suppliers.

ISM

**En resumen, CRM es una estrategia de negocio con foco en el cliente y sus necesidades ...
¡ Y NO es software!**



CRM incluye desde la estrategia de clientes a los puntos de contacto pasando por los sistemas necesarios para todas esas operaciones



CRM en tres bloques...una nueva forma de relacionarnos con los clientes

CRM Analítico / Data mining

- Identificar la propensión del cliente a la baja, venta cruzada, desarrollo...
- Scorings, models, ...

Customer decision & Interactions

- Qué oferta y canal es mejor para cada cliente? – personalización
- NBAs, campañas salientes, televenta, ...

Canales:

- Gestión de contactos
 - Ventas
 - Soporte
 - Postventa
-
- Visión consistente del cliente independiente del canal
 - Visión única de cliente, ...



Estrategia de canales

La clave: considerar de forma estructurada el conjunto de los canales automáticos ... no es añadir funciones a los canales de autogestión para “descargar” el canal agente

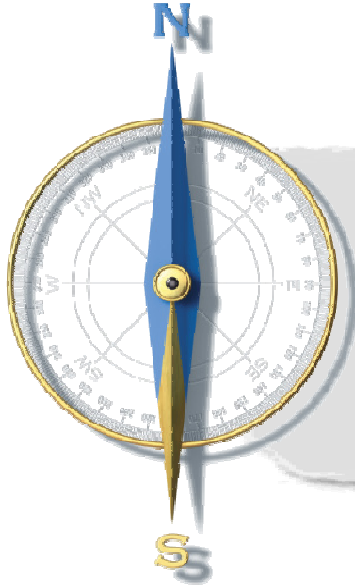
Los **canales de autogestión** son susceptibles de generar **fidelidad, lealtad, satisfacción y valor** para la compañía.

En general en las empresas existen importantes **oportunidades de mejora** y potencial de crecimiento en el uso de canales de autogestión.

Reforzar la **imagen** de innovación tecnológica a través de canales de atención.



Estrategia de canales



Impulsar la incorporación a los canales de autoservicio de los clientes de forma que contribuya a incrementar su satisfacción, fidelidad y valor para la compañía.

Comunicación

Ampliar la difusión de la oferta de canales de atención mediante la elaboración de **planes de promoción y comunicación** que incrementen el **conocimiento y la confianza del cliente**.

Personalización

Aumentar la **adaptación a los clientes** mediante acciones de **personalización** de los canales de atención.

Innovación

Impulsar los **nuevos canales**, que ayudarán a simplificar la interacción de los clientes



Estrategia Clientes/canales: Directrices









- ✓ Definir la estrategia de canales (matriz de clientes-canales-necesidades “to be”)
- ✓ Impacto en los indicadores de negocio
- ✓ Definir un marco de referencia de la multicanalidad en la definición de los productos.
- ✓ Definición de canales de ayuda y estrategia de migración de clientes a través de canales de transición hacia canales de autogestión.
- ✓ Potenciar el uso constante en el tiempo del canal web por parte del cliente mediante la definición de una estrategia a medio plazo basándose en las funcionalidades diferenciadas que el canal presta y la comunicación de este canal al público objetivo.
 - Incentivar el canal a través de promociones específicas para el canal Web
 - Comunicaciones personalizadas y uso de mail para acciones específicas.



Estrategia Clientes/Canales

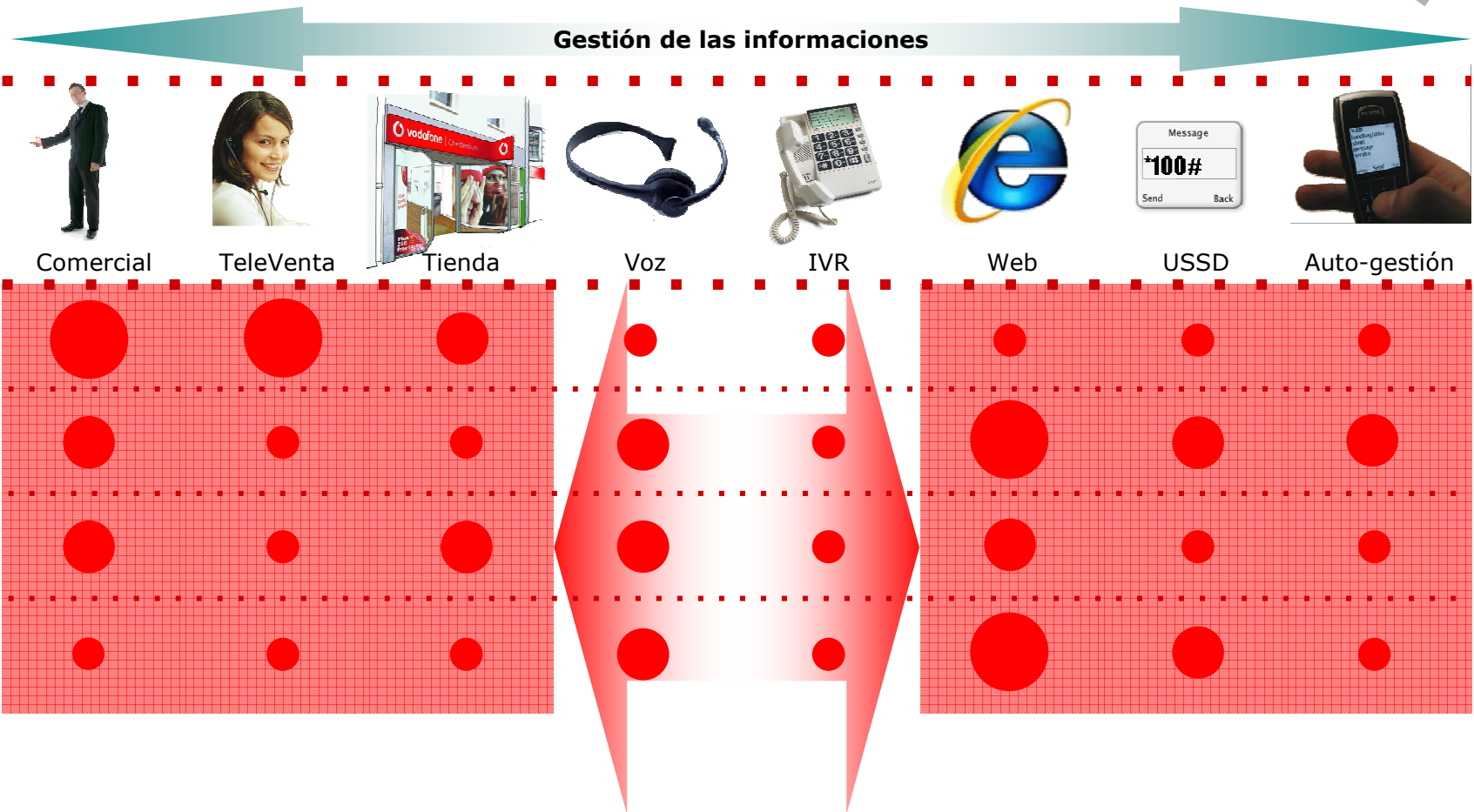
As is...

Para cada cliente – por qué canales – qué necesidades- asegurándonos de entregar una experiencia acorde a la marca (consistencia, fácil, visión única de cliente)

	 Comercial	 TeleVenta	 Tienda	 Voz	 IVR	 Web	 USSD	 Auto-gestión
Contratación / Activación	●	●	●	●	●	●	●	●
Gestión	●	●	●	●	●	●	●	●
Información	●	●	●	●	●	●	●	●
Reclamacion	●	●	●	●	●	●	●	●

Estrategia Clientes/Canales

To be...



El móvil: el mundo en tu mano !

*123#: Online en el móvil



Calidad multicanal

✓ Calidad ofrecida

Nos permite medir el control interno del proceso/canal y chequear si cumplimos los estándares fijados previamente

- SLA´s operativos (NDS/ %Abandono/ tiempo de espera/ tiempo total de llamada....)
- Auditorias de aplicación del procedimiento
- Mystery call/ shop.....

✓ Calidad percibida / declarada

Permite conocer la satisfacción de nuestros clientes con el servicio ofrecido por los distintos canales

Opinión de clientes a través de:

- Estudios Cuantitativos : encuestas automáticas, cati, web, wap) o paneles de clientes
- Estudios Cualitativos: focus group, test de usabilidad, entrevistas personales

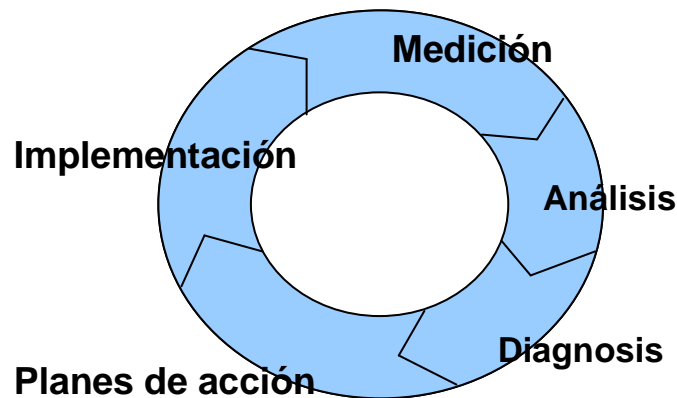
✓ Competencia: Posicionamiento y Best Practices



Calidad multicanal

✓ Ciclo de mejora continua

- Basado en el análisis de las variables operativas, percibidas y benchmarking de la competencia, se establecen propuestas de acciones de mejora para pilotar antes de ser implantadas. Implantamos y volvemos a empezar...



In general, what is your global satisfaction with the attention offered by the service 123 in your hand?/By the current service?

