

Información general:



Transformación digital de los canales de contacto con clientes: Implantación de Twitter y chat desde la web de AUTOPISTAS para la relación con los clientes.

2017

Cliente

Nombre y Apellido
persona contacto:

Montse Serrano, jefa de Negocios y Clientes en Autopistas.



“ Gracias al acompañamiento de Unísono en canales digitales hemos conseguido dar respuesta a la demanda de clientes que solicitaban atención a través de redes sociales y web. ”

Descripción del caso:

¿Qué servicios se utilizaron?

Atención a clientes a través de canales digitales Chat, Twitter, etc.

¿Cuál fue el reto inicial?
¿Qué fue lo que inicialmente solicitó a UNISONO?

El reto inicial del proyecto fue poner en marcha la atención al cliente de Autopistas, incorporando la política de orientación al cliente y la estrategia digital con el objetivo de ofrecer al cliente una experiencia única en todos los canales.

Los retos compartidos con Unísono han sido:

- Crear un equipo altamente cualificado, capaz de dar respuesta digital a un cliente muy exigente como es el de autopistas

- Optimizar los procesos de CAC digitales para poder dar respuestas ágiles a un cliente que, busca respuesta inmediata a sus necesidades.
- Ir ampliando los servicios ofrecidos por estos canales
- Lograr un mejor conocimiento y segmentación de los clientes digitales..

En la actualidad, además del canal telefónico, la compañía cuenta con tres canales de Redes Sociales. El primero de ellos vio la luz en el año 2014 en Twitter, se trata del canal @infoautopista, cuyo objetivo es ofrecer información sobre el tráfico en tiempo real. Este canal no se gestiona directamente desde el CAC de Autopistas, pero sí se monitoriza por si fuera necesario realizar alguna gestión no relacionada con la información del tráfico. Un año más tarde, lanzamos el chat de la web autopistas.com y de su oficina virtual, que en la actualidad gestiona un volumen de 200 200 chats al día.

Y por último, en noviembre de 2016 lanzamos un perfil en Twitter para atención al cliente (@autopistaclient). En este canal, el equipo digital atiende gestiones principalmente relacionadas con temas de facturación.

¿Qué fue lo que UNÍSONO hizo en este proyecto?
¿Cómo se desarrolló?
¿Se añadieron otros servicios?

Unísono colabora con Autopistas en la Gestión de los canales digitales de atención al cliente, además de otros canales del CAC.

Colabora junto al equipo de Autopistas con personal de Atención al Cliente y Marketing Digital, con el objetivo de establecer el planning detallado y dar seguimiento a todas las iniciativas para asegurar el avance deseado.

Se trabajó muy activamente en la captación de los agentes que gestionarían los nuevos canales digitales, establecer qué perfiles y competencias se busca en estos profesionales y qué tipo de formación requieren.

Unísono lleva la gestión de otros canales como click to chat, email, teléfono y fax, además de Twitter, lo

que le da un conocimiento más amplio del tipo de usuario que utiliza cada canal y sus peculiaridades, por lo que se ha convertido en un partner estratégico, experimentado, conocedor del negocio y de la compañía y de nuestro proceso de transformación.

¿Cuáles fueron los resultados?
(datos cualitativos y cuantitativos)

El canal telefónico de Atención al Cliente de Autopistas atiende aproximadamente 70.000 llamadas anuales, y tramita 40.000 casos de BO. A modo general, se requiere que transfiramos encuesta de satisfacción para valorar el agente, la solución aportada, y si se recomendaría Autopistas. Las encuestas transferidas suponen un 75 % del total de llamadas recibidas.

En canales digitales, los Chats atendidos ascienden a 40.000 anualmente, de los cuales se efectúa encuestas de satisfacción prácticamente en un 90 % de los casos. Twitter sigue creciendo día a día, situándonos en 1.000 Tweets anuales recibidos de clientes que contactan con Autopistas a través de este canal, lo que supone todo un éxito teniendo en cuenta que no se ha dinamizado este nuevo canal a través de una campaña de comunicación.