Comunicado

Iniciativa Marketing llamadas a clientes

29 de mayo de 2013

Os informamos que el próximo lunes 27 de mayo se va a publicitar la campaña “conoce al cliente” lanzada por la Dirección de Marketing, en la que van a participar las siguientes:

DIRECCIONES	
CANALES TERRITORIALES	
	CANAL PRESENCIAL
	LOGISTICA COMERCIAL
	OPERACION CANALES
	PLANIFICACION VENTAS
	TECNOLOGIA CRM
MARKETING GP	
	COMUNICACION Y MARCA
	DESARROLLO NEGOCIO GP
	FIBRA Y TELEVISION
	HOGARES
	NEGOCIOS Y AUTONOMOS
	NUEVOS SERVICIOS
	PERSONAS
	TERMINALES
PLANIFICACION DE NEGOCIO Y BI	
	ANALISIS E INV. COMERCIAL
	INFORMACION DE CLIENTE
REDES SOCIALES Y CANAL ON LINE	
	REDES SOCIALES
SOP. COMERCIAL Y FACTURACION	
	FACTURACION
	RECLAMACIONES
	SERVICIOS COMERCIALES

Dicha campaña se enmarca en una iniciativa que persigue “entender mejor al cliente”, y que básicamente se fundamentará en la realización de llamadas a clientes para preguntarles por su relación con alguno de nuestros productos, de forma que por un lado se pueda obtener una visión estadística de la opinión de nuestra clientela y paralelamente permita señalizar una venta o una reclamación caso de que en el transcurso de la conversación se detecte cualquiera de las dos necesidades.

Para esta iniciativa se ha escogido un grupo específico de clientes, concretamente aquellos que estando en zona de cobertura de fibra y disponiendo de ADSL aún no han migrado a fibra o no han optado por contratar Fusión, buscando conocer los motivos por los que no han optado por ninguna de las ofertas.

Se ha calculado que **cada participante realice diez conversaciones** con los clientes. Dichas conversaciones se orientaran a averiguar, mediante la escucha activa, si el cliente conoce los productos Fusión y Fibra y por qué no los ha contratado. Para ello, se propondrá a los trabajadores/as de las Direcciones implicadas que no tengan contacto directo con el cliente en su actividad diaria que realicen voluntariamente dichas llamadas a un grupo de diez clientes, en el plazo de una o dos semanas.

Al terminar la conversación con el cliente, si éste se muestra interesado, habría que señalizarlo en “Mi compañía”. Si el cliente tiene un problema concreto con Telefónica habrá una señalización específica para Reclamaciones.

Desde la Dirección de Marketing se insiste en que esta no es una iniciativa comercial, sino que tiene el objetivo de obtener una mejor visión de nuestros clientes y obtener experiencia para mejorar, por lo que esperan una buena acogida entre los trabajadores/as de las Direcciones implicadas.

Se hará un plan de comunicación en la Intranet y desde Directores a Gerentes, jefes y empleados, facilitando un pequeño y sencillo manual de actuación para aquellos trabajadores/as que acepten participar en la iniciativa que se realizará en toda España, aunque mayoritariamente en Madrid.

Por nuestra parte, agradeciendo la información facilitada, hemos manifestado a la empresa que en la difusión de la iniciativa entre la plantilla **se debe incidir claramente en el carácter voluntario de la misma,** esperando que no haya malentendidos al respecto.

UGT Telecomunicaciones- *Telefónica Móviles*