

Proyecto de Implantación de CRM en Sogecable



Contexto

Sogecable, fundada en 1989, es el grupo líder de televisión de pago en España y el pionero en introducir la televisión digital y los servicios interactivos en el mercado de comunicación español. Su labor consiste en gestionar y adquirir derechos audiovisuales, así como la distribución y producción de canales y gestión de abonados. Otras de sus actividades más importantes es la producción, distribución y exhibición cinematográfica.

Sogecable decidió a principios del año 2003 un plan de renovación tecnológica global que afectó a sus sistemas de call center y gestión de abonados. En este proceso de innovación tecnológica, la compañía eligió a Amvos Consulting como socio para la implantación de su nueva plataforma CRM basada en la tecnología Oracle Siebel.

Algunos números de Sogecable

4 Call Centers, 3 en Madrid y 1 en Málaga

Más de 2.000 Agentes en los Call Center, con una Media de 1.200 Agentes Concurrentes

Canal de comercialización: Aproximadamente 6.000 Distribuidores

Más de 150.000 interacciones diarias con clientes (Teléfono, email, IRD, SMS, Plus.es)

Más de 20.000 llamadas y 400 emails atendidos diariamente

Situación de los sistemas en Sogecable

Limitaciones y problemas funcionales

Ineficiencia de los procesos

Difícil evolución

Complejidad de parametrización

Carencia de funciones de Contact Center

Inexistencia de la función de Marketing

Inexistencia de capacidades Web

Limitación en la gestión de ventas

Carencias de información analítica

Limitaciones y Problemas Técnicos

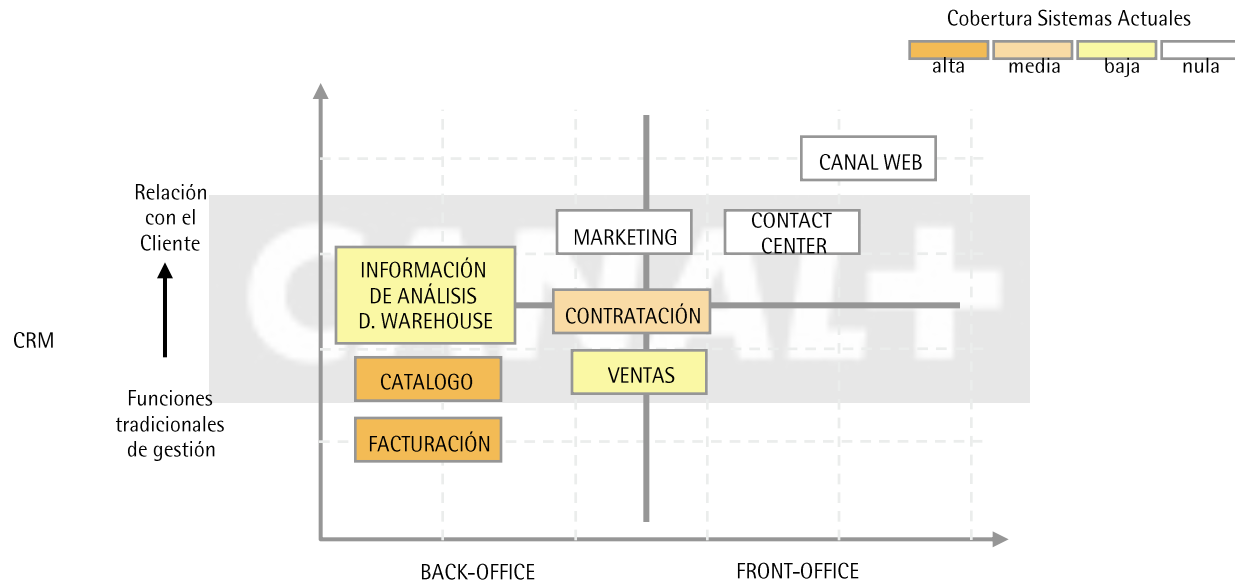
Bajo nivel de rendimiento de la Base de Datos

Problemas de Seguridad

Limitaciones del software de Aplicación

Difícil Integración

Situación de los sistemas en Sogecable - Cobertura



Objetivos del Proyecto

Tener una visión única del cliente

Mejorar la calidad del servicio y del conocimiento del cliente

Incrementar la capacidad de análisis de la organización con la implantación de una nueva herramienta analítica

Incrementar la productividad del Call Center mediante la agilización del lanzamiento de campañas.

Poseer un mayor conocimiento de la actividad de los abonados, registrando todos los contactos de los distribuidores y SAT con el Call Center, conociendo que, cuando y para que cliente se realizan actividades.

Flexibilizar la organización de la red comercial, red de distribución y servicio de asistencia técnica.

Reducir el tiempo dedicado por la red comercial a tareas administrativas, permitiendo emplear mas tiempo en labores comerciales.

Reducir el número de llamadas al Call Center mediante la automatización de altas de solicitudes de instalación, cambios y restituciones de aparatos.

Reducir el tiempo de preparación de visitas a distribuidores gracias a la utilización de dispositivos móviles.

Eliminar el tiempo empleado en la comunicación de órdenes de trabajo a distribuidores y SAT

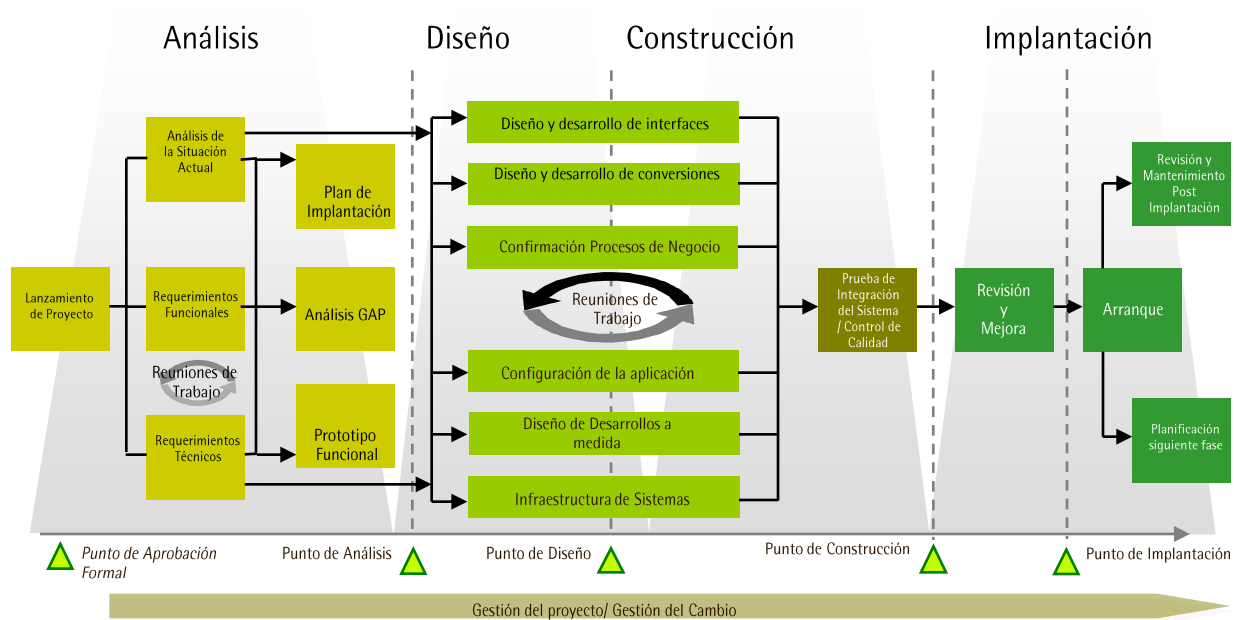
Conocer inmediatamente el estado de las solicitudes de instalación y asistencia técnica

Disminuir los costes operativos por el traslado de funcionalidades al distribuidor que actualmente se realizan en el Call Center, como son el alta de solicitudes de instalación y servicio y los cambios y restituciones de aparatos.

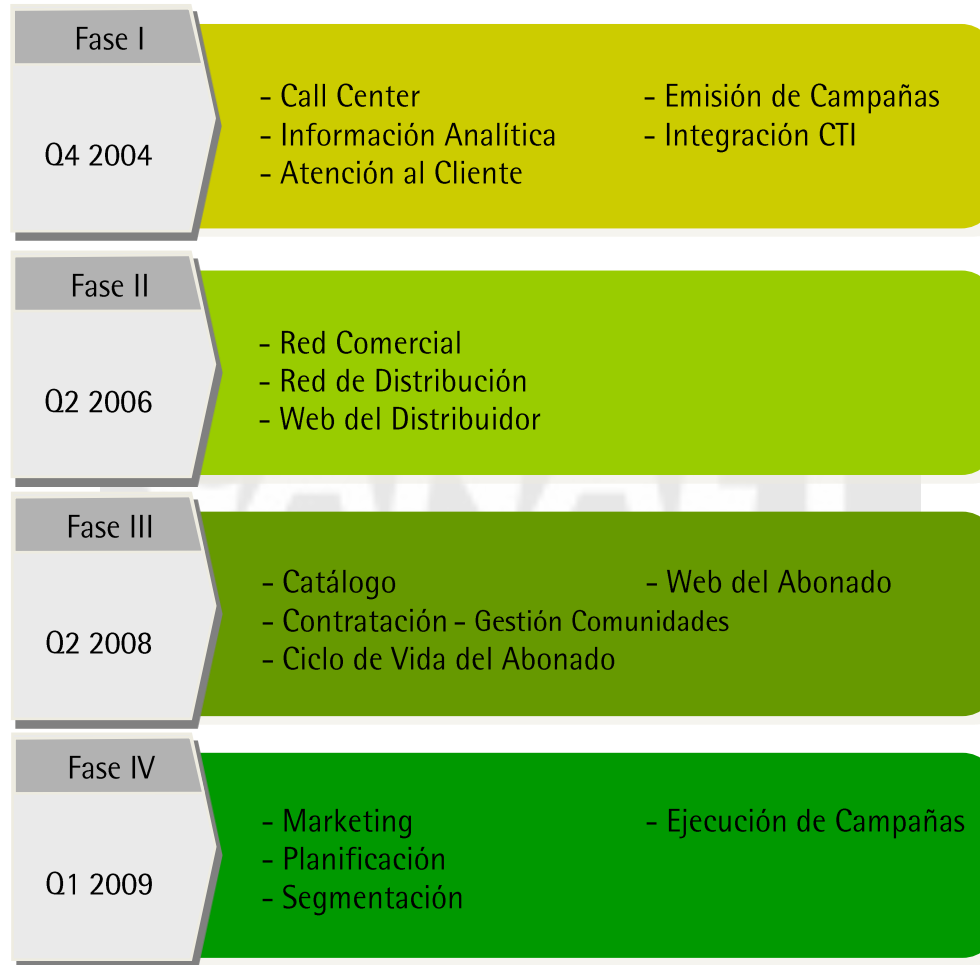
CANAL+

Metodología

La implantación del proyecto Sogecable se ha realizado siguiendo nuestra metodología de implantación de aplicaciones CRM, representada en el gráfico siguiente:



Calendario de Proyecto



Funcionalidades

	Funcionalidades	Detalle
Fase I	- Implantación del Call Center	<ul style="list-style-type: none">• Gestión Integrada de los distintos tipos de cliente• Ficha del cliente• Incidencias y reclamaciones• Integración con telefonía multicanal• Gestión de comunicaciones con el cliente• Sistema de documentación para agentes
	- Implantación de Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Lanzamiento de campañas
	- Implantación de Analytics	<ul style="list-style-type: none">• Informes predefinidos• Estadísticas• Cuadros de mandos

	Funcionalidades	Detalle
Fase II	- Red Comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de la Red Comercial • Objetivos, Incentivos y comisiones • Actividad de la Red Comercial: Rutas y dispositivos móviles
	- Red de Distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de la Red de Distribución • Ficha del distribuidor • Incidencias y seguimiento de la Red de Distribución • Gestión de comunicaciones con la Red.
	- Web del Distribuidor	<ul style="list-style-type: none"> • Consulta de datos del Distribuidor • Gestión de procesos del Distribuidor • Información al Distribuidor a través de Web

	Funcionalidades	Detalle
Fase III	<ul style="list-style-type: none"> - Catálogo - Contratación - Ciclo de Vida del Abonado 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición y creación del catálogo de productos • Gestión de la actividad comercial del cliente • Mantenimiento de contratos • Procesos de gestión de la relación con el cliente • Automatización de la operativa
	<ul style="list-style-type: none"> - Web del Abonado - Gestión de Comunidades (Premises) 	<ul style="list-style-type: none"> • Consulta de datos personales del cliente • Gestión de incidencias y reclamaciones via Web • Atención al cliente via Web • Procesos de gestión via Web • Comunicaciones con el cliente • Ficha de la comunidad • Gestión de los contactos por comunidad

	Funcionalidades	Detalle
Fase IV	<ul style="list-style-type: none">- Marketing- Segmentación	<ul style="list-style-type: none">• Planificación y ejecución de campañas• Segmentación lógica de clientes en función de atributos

ROI

