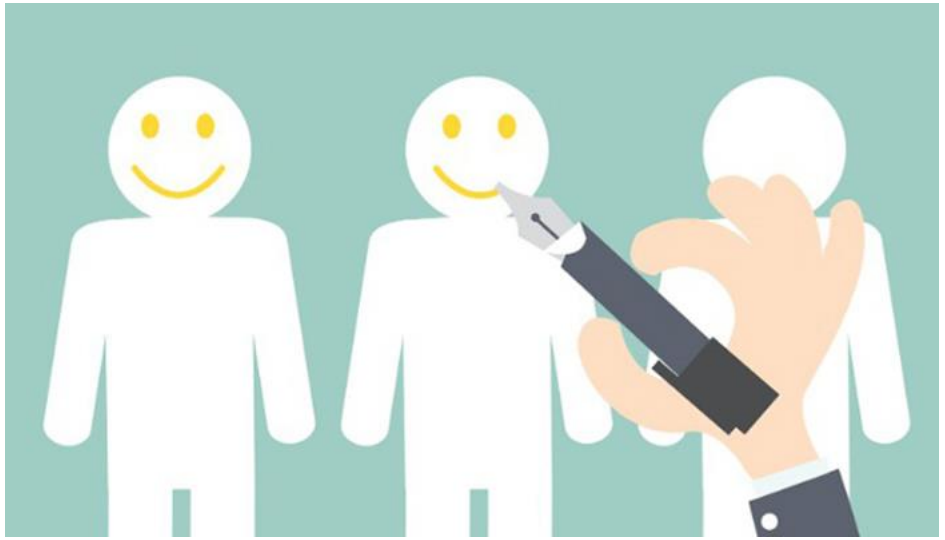
Un caso de éxito de implantación de contact center en sector automoción

#ExperienciaCliente



CONTACT
CENTER
FIDELITY

En que sector nos estamos moviendo

Sélectionnez votre véhicule: Marque · Modèle · Variante · Motorisation · Go

selon la marque et le modèle

Mon garage (0)

‹ Retour aux résultats de la recherche pour « seat »

Réservation SEAT Mii by Mango Limited Edition

de Seat

1 commentaire client

Prix : EUR 500,00 **LIVRAISON GRATUITE.**
Tous les prix incluent la TVA.

Il ne reste plus que 1 exemplaire(s) en stock.

Expédié et vendu par SEAT France.

- Les délais affichés ci-dessus correspondent au délai d'envoi du bon de réservation par email
- Livraison à domicile sous 72h après validation du paiement des 10990€ (l'acompte de 500€ sera déduit). Un conseiller SEAT vous contactera rapidement pour finaliser l'achat du véhicule
- Les 500€ de réservation ne constituent en aucun cas l'achat définitif du véhicule. Offre limitée à 15 réservations uniquement sur Amazon.fr. Offre valable jusqu'au 31 Octobre 2016
- Cette réservation inclut : une voiture SEAT Mii by Mango Limited Edition Modèle 1.0 60ch 5 portes, une extension de garantie de 5 ans dans le réseau SEAT et un chèque cadeau Amazon de 200€
- Veuillez consulter les rubriques « Descriptions du produit » et « Description du fabricant » en bas de page pour plus de renseignement sur l'offre et le véhicule

Partager

EUR 500,00 + LIVRAISON GRATUITE
Il ne reste plus que 1 exemplaire(s) en stock. Vendu par **SEAT France**

Ajouter au panier

Activez la commande 1-Click

Ajoutez à votre liste

Vous l'avez déjà ? Vendez sur Amazon

Captura de Pantalla de la web www.amazon.fr

La situación concreta

Grupo Arvesa es una empresa de Automoción en la provincia de Zaragoza. Como grupo empresarial representa y es concesionario oficial de Nissan, Renault, Dacia e Infiniti. Fundado en 1985, posee instalaciones en varios puntos de Zaragoza ciudad (Carretera de Madrid, Miguel Faraday, Alcalde Caballero, Monasterio de Samos…).

Bajo la marca Renault Vearsa, dispone de más de 30.000 m2 dedicados a Renault y Dacia. Por su parte, Arvesa es la denominación de la comercialización de Nissan.

CONTACT
CENTER
FIDELITY

PROBLEMÁTICA INICIAL

- **Personal descentralizado y organizado por departamentos.**
- **Múltiples llamadas perdidas y sin herramientas de recaptación.**
- **No trazabilidad de las llamadas.**
- **Personal de atención al cliente específico y no flexible para adaptarlo ante necesidades.**
- **Picos de llamadas en momentos determinados.**
- **No seguimiento del motivo de contacto del cliente. Pérdida de información.**
- **Sin información de conversión de llamadas en ventas.**

CONTACT
CENTER
FIDELITY

Buscando la mejor solución de atención al cliente

Vamos a hacer las cosas bien… Primer paso, entender cómo es mi cliente para ver cómo puedo darle la mejor respuesta optimizando mis recursos.

¿En quién nos centramos? En el Buyer Persona.
¿Particular o taller?
Priorizamos clientes compras con margen o sin margen

¿ Entendemos cómo son nuestros clientes? Vamos a ver el ciclo de compra

- **Llamadas necesarias para compras**
- **Mistery Shoppers. Hay mucho en este sector.**
- **Black list-White list.**
- **Cliente VIP.**
- **Compras recurrentes**

RESUMEN: Soluciones aportadas y puesta en marcha

- **A NIVEL DE PERSONAL. Unificación de varios departamentos de atención al cliente en un único espacio físico, con la posibilidad de dar respuesta al cliente de manera compartida**
- **A NIVEL DE TECNOLOGÍA.**
  - **Enrutamiento e identificación de procedencia de llamadas (persona y cola de llamada) independientemente de quien responda al cliente**
  - **Conexión con base de datos: Identificacion de cliente en el momento de llamada**
  - **Cuestionarios de recogida de información del motivo del contacto**

RESULTADOS OBTENIDOS

- **Descenso de pico de llamadas y por tanto de llamadas perdidas**
- **Priorización de llamadas de clientes favoritos vs no clientes (en caso de todos los agentes ocupados)**

- **A NIVEL DE SUPERVISIÓN DE AGENTES**
  - **Control de desempeño y posibilidad de realizar incentivos o pagos de variables en base a criterios objetivos**

CONTACT
CENTER
FIDELITY

Ultimas reflexiones

¿La diferencia es la experiencia de compra?
Las empresas no se van a diferenciar por sus productos o servicios porque acabarán siendo cada vez más similares. En un mundo cada vez más globalizado, la diferencia va a ser la experiencia.

La importancia del equipo de agentes….¿ apuesto por el multiskill o equipo especializado?
La tendencia es a que los agentes vayan especializándose, en que las compañías tienen que llegar lo antes posible a ver los contact center como centros de oportunidades más que como centros de coste.

CONTACT
CENTER
FIDELITY