

**SERVICIO DE  
ATENCIÓN AL  
CLIENTE**





# 1. GESTIÓN DE RECLAMACIONES

# 1.1 Gestión de reclamaciones

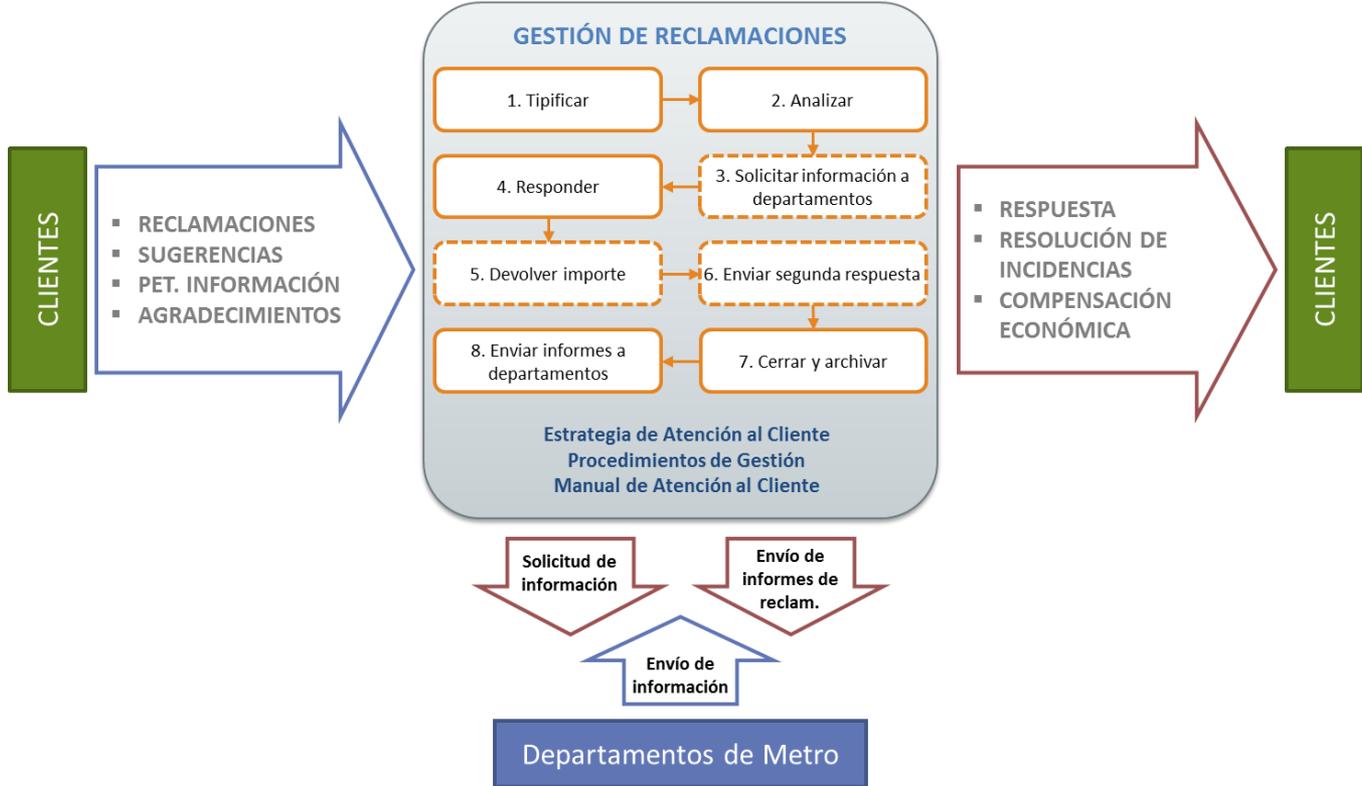
## Canales de entrada

**MULTICANALIDAD:** Habilitar el mayor número de canales para que al cliente elija cómo quiere comunicarse con la empresa



# 1.2 Gestión de reclamaciones

Proceso de gestión



# 1.3 Gestión de reclamaciones

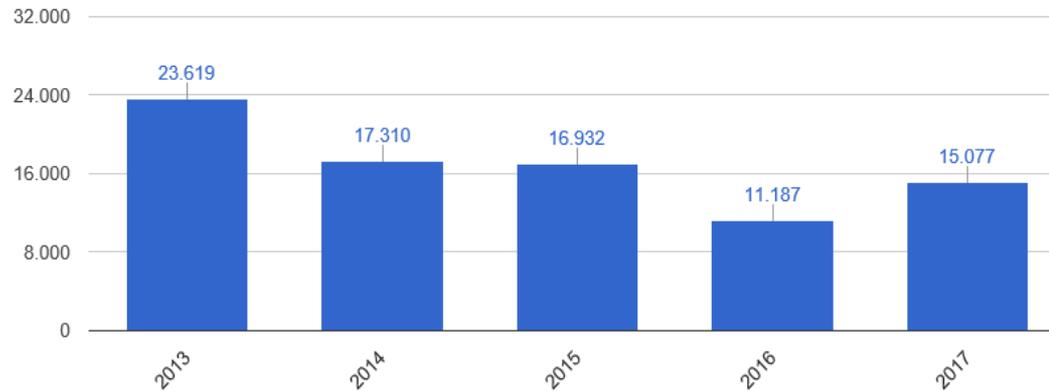
Objetivo: Mejorar la satisfacción del cliente



# 1.4 Gestión de reclamaciones

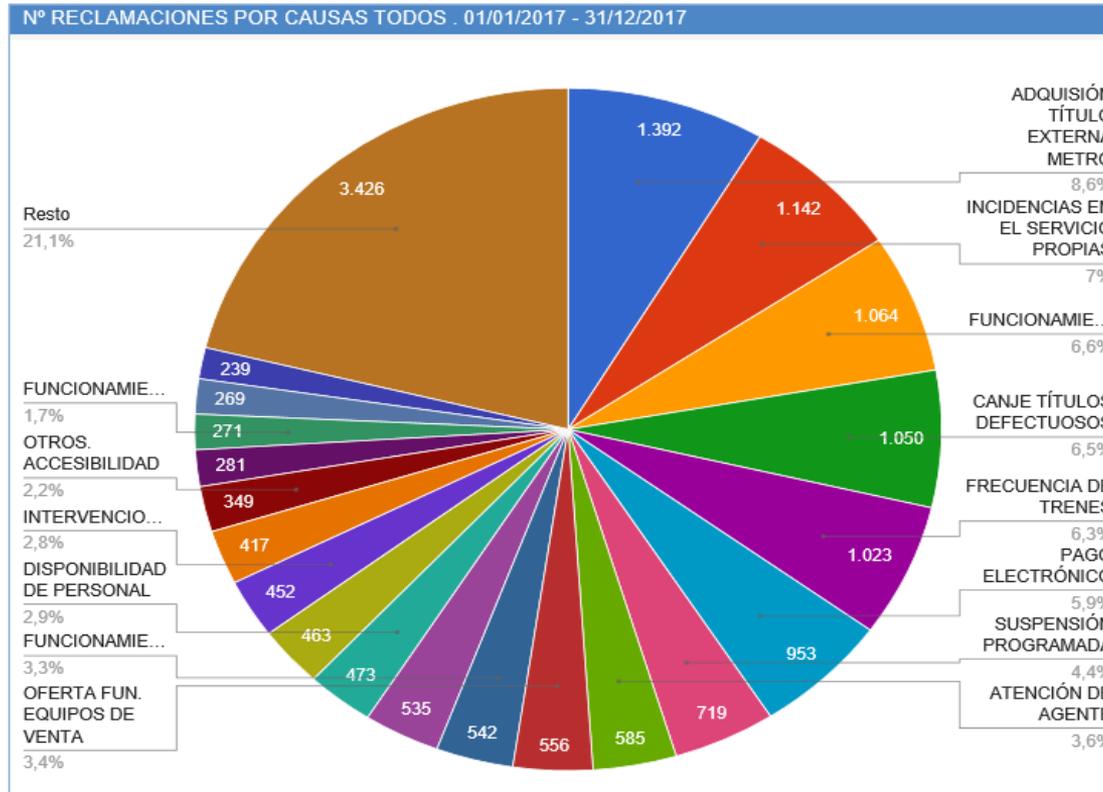
## Volumen de reclamaciones

Nº RECLAM POR TOTAL Y POR AÑO. 2013 - 2017



# 1.5 Gestión de reclamaciones

## Causas de reclamación

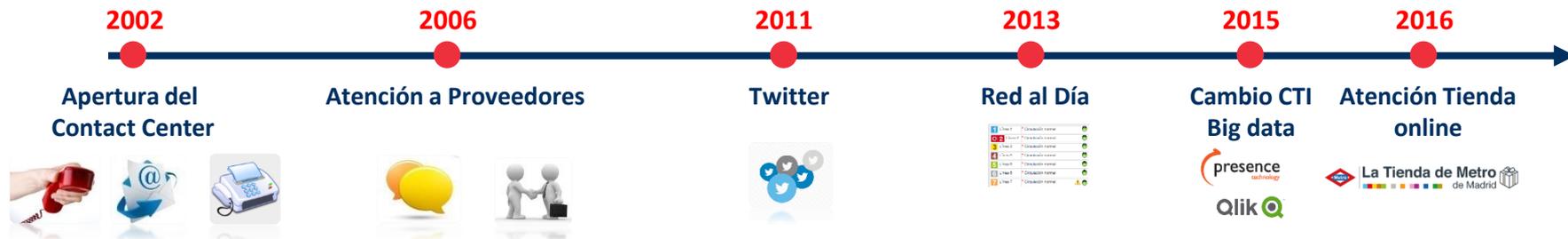




## **2. CIAC. CENTRO INTERACTIVO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

# 2.1 CIAC. Centro Interactivo de Atención al Cliente

## Evolución del contact center



### OBJETIVOS

- ❖ Mejorar y ampliar los sistemas de comunicación y **relación con los clientes**
- ❖ **Servicio centralizado** de atención a los clientes
- ❖ Mejorar los niveles de **satisfacción** de los clientes
- ❖ Mejorar la **imagen de marca** y reforzar la vocación de servicio público

# 2.2 CIAC. Centro Interactivo de Atención al Cliente

## Canales y servicios de atención

**Horario atención:** 7.00 a 23.00 horas, los 365 días del año

**Twitter y Red al Día:** 6.00 a 01.30 horas (horario servicio de Metro)

TELÉFONO



E-MAIL



WEB



SOCIAL



CHAT



1

ATENCIÓN AL CLIENTE

2

ATENCIÓN AL CLIENTE  
DE LA TIENDA ONLINE

3

ATENCIÓN A  
PROVEEDORES



La Tienda de Metro  
de Madrid



# 2.3 CIAC. Centro Interactivo de Atención al Cliente

## Principales actividades



### ATENCIÓN AL CLIENTE

#### ■ Información a clientes

- Información general de Metro: tarifas, horarios, accesos, frecuencias,...
- Información sobre el servicio
- Objetos perdidos en la Red
- Cálculo de trayecto en metro
- Ocio y turismo en Madrid

#### ■ Reclamaciones y sugerencias

- Recepción e información de estado

#### ■ Soporte al canal presencial

- Información solicitada por el personal de estaciones

#### ■ Publicación de incidencias del servicio en tiempo real en Web, APP y Twitter

### ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA TIENDA ONLINE

#### ■ Información sobre La Tienda de Metro

- Información sobre productos
- Modificación de datos
- Proceso de compra
- Condiciones generales de la compra
- Modos de entrega o recogida
- Estado del pedido

#### ■ Gestión de incidencias

- Pedido no recibido, defectuoso, incorrecto o incompleto
- Devolución de un producto
- Error en el cobro

#### ■ Escalado a departamentos

### ATENCIÓN A PROVEEDORES

#### ■ Información sobre el servicio de licitaciones

- Trámites para participar en una licitación
- Acceso a pliegos
- Presentar oferta
- Consultas Pliegos. Administrativas, técnicas y económicas
- Aavales

#### ■ Escalado al Área de Contratación

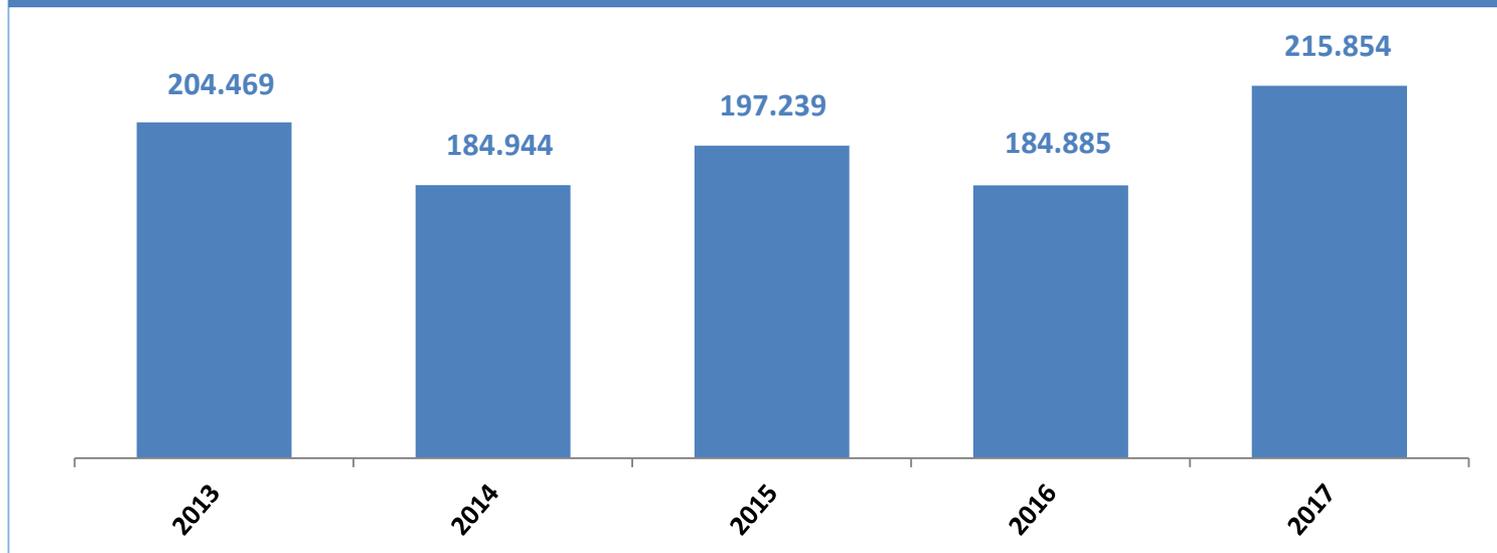
### ACTIVIDADES PUNTALES

- Gestión de reclamaciones
- Encuestas
- Campañas de información

# 2.4 CIAC. Centro Interactivo de Atención al Cliente

## Volumen de contactos

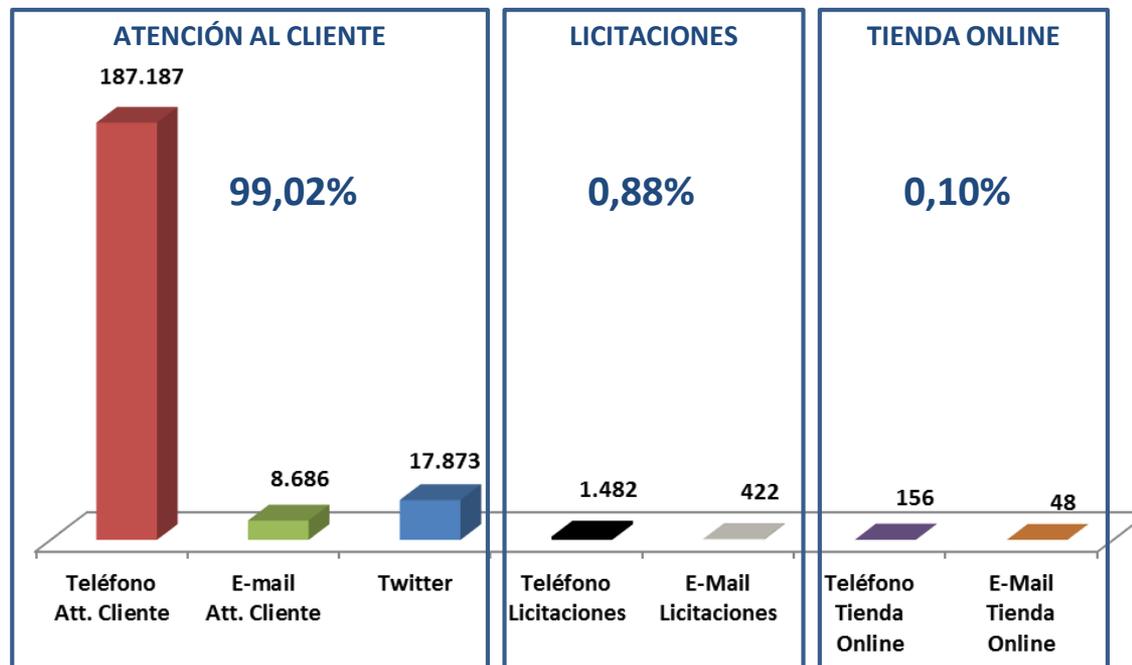
Nº DE CONTACTOS ANUALES EN EL CIAC. 2013 - 2017



# 2.5 CIAC. Centro Interactivo de Atención al Cliente

## Contactos por servicio y canal

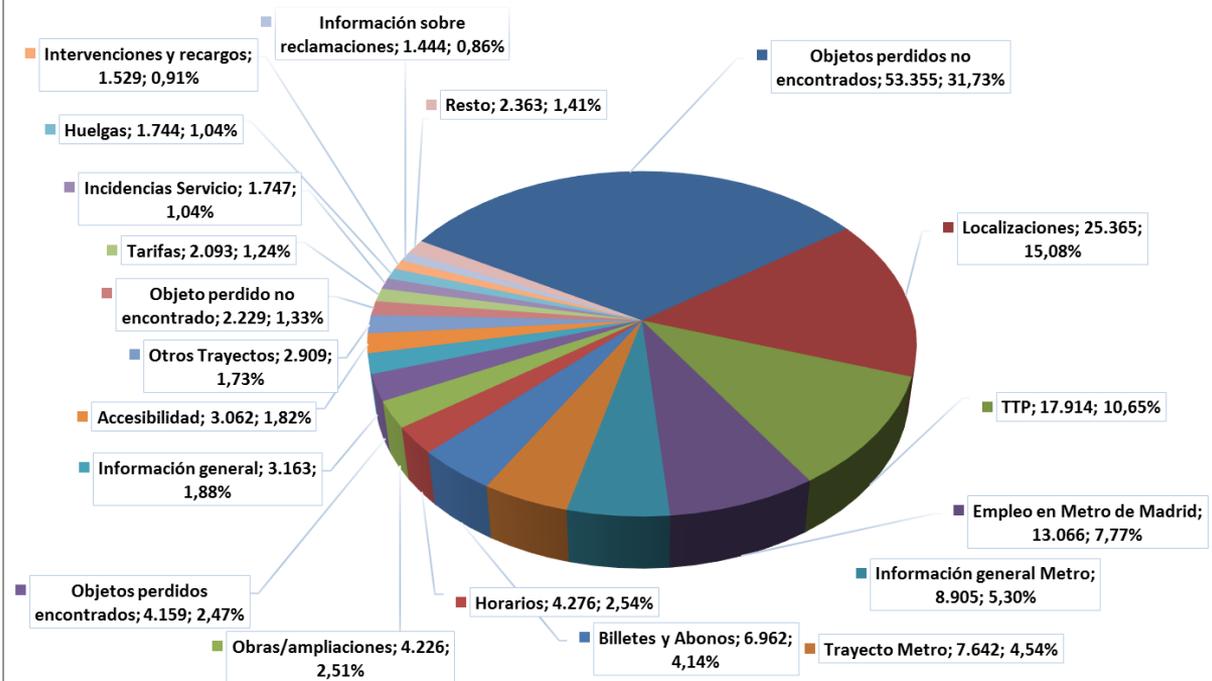
Nº DE CONTACTOS POR SERVICIO Y CANAL. 2017



# 2.6 CIAC. Centro Interactivo de Atención al Cliente

## Contactos Atención al Cliente por tipología

DISTRIBUCIÓN DE CONTACTOS ATENCIÓN AL CLIENTE POR TIPOLOGÍAS. 2017



En el **Servicio de Atención al Cliente**, durante 2017 se han recibido:

- **168.153** peticiones de información
- **1.962** reclamaciones
- **50** sugerencias

# 2.7 CIAC. Centro Interactivo de Atención al Cliente

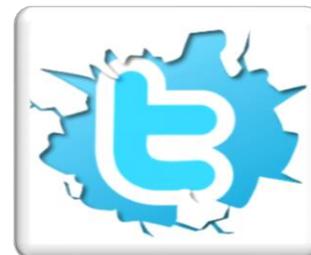
SLA's Servicio de Atención al Cliente



80% antes 20''  
2017: 87,45%



80% antes 30'  
2017: 92,04%



80% antes 15'  
2017: 86,93%



### **3. CENTROS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PRESENCIALES**



# 3.2 Centros de atención al cliente presenciales

## Principales actividades



### Atender las peticiones de información de clientes

- Información general sobre Metro: tarifas, horarios, accesos, frecuencias,...)
- Información sobre el servicio (incidencias, obras, eventos,...)
- Cálculo de trayecto en metro y alternativas en otros transportes público



### Actividad comercial

- Venta de producto oficiales de Metro de Madrid
- Gestión de stock
- Liquidación económica



### Gestión de objetos perdidos en la red (Plaza Castilla)

- Almacenaje de los oopp
- Entrega del objeto al propietario
- Preparación de los objetos para la retirada de la oficina



## 4. PROYECTOS INFORMACIÓN AL CLIENTE

# 4.1 Proyectos información al cliente

## Planes de comunicación al cliente - 2018

- **Coordinación de las actividades relacionadas con la información al cliente**
- **Interlocución con los diferentes departamentos**
- **Análisis de acciones por canal y planificación**



Presencial



Cartelería y señalética



Soportes digitales



Megafonía



Teleindicadores



Publicidad estática



Canal Metro



Tríptico informativo



Canales digitales



Centros Atención al Cliente



Notas de prensa



1. Cierre de Línea 7B



2. Cierre de Línea 9B



3. Cierre de Línea 12

# 4.2 Proyectos información al cliente

## InfoMetro. Modelo de Información al Cliente

- **Sistematizar** el tratamiento interno de la información al usuario
- Garantizar la **disponibilidad y homogeneidad** de la información
- Gestionar de forma efectiva la **omnicanalidad**
- Incrementar la **proactividad** en la comunicación con el usuario
- Generar confianza a través de la **comunicación transparente**



Matriz



Tono



Gobierno



# 4.3 Proyectos información al cliente

## Bilingüismo



### 1. Megafonía

#### Estaciones

Puesto de Mando

**Bilingüismo  
2016-2017**

#### Trenes

Maquinista

Puesto de Mando

Avisador Tren

Sistema Tren

**Bilingüismo L8 2017**



### 2. Teleindicadores

#### Estaciones

Puesto de Mando

**Bilingüismo 2018**

#### Trenes

Avisador Tren

**Bilingüismo L8 2017**



### 3. Cartelería digital

#### Estaciones

Piloto en dos  
estaciones

**Bilingüismo  
desde dic 2016**

### 3. Cartelería

#### Estaciones

Actualmente, los nuevos  
carteles son bilingües

**Bilingüismo toda  
L8 2017**



# 4.4 Proyectos información al cliente

## Modelo Corporativo de Atención al Cliente



Protocolo básico de actuación y recomendaciones para todas las personas que trabajamos en Metro, especialmente para los que tienen una relación más directa con los clientes.

### OBJETIVOS:

- Establecer unos **criterios comunes** de actuación para las áreas o canales que atienden al cliente
- **Mejorar la atención** al cliente
- Fomentar los valores de **orientación y servicio al cliente**
- **Mejorar la percepción** del servicio que se presta
- Transmitir una **marca moderna** y una **imagen positiva** de Metro



# 4.4 Proyectos información al cliente

## Modelo Corporativo de Atención al Cliente

### 1. Definición Modelo de atención

#### 1.1. Modelos de atención en estaciones

- Presencial
- Interfonos

#### 1.2. Modelos de atención en trenes

- Maquinistas
- Megafonía

#### 1.3. Modelos de atención en contratas

- Seguridad
- Limpieza

### 2. Definición despliegue / Implantación

#### 2.1. Acciones de comunicación

- Circular
- Presentación del modelo a JL
- Videos cortos
- Noticias en línea y Operación Abierta

#### 2.2. Acciones de formación

- Plan de Formación al personal de estaciones, OTICS y JC

### 3. Métodos de evaluación y medición

#### 3.1. Cliente misterioso

#### 3.2. Encuesta de percepción

#### 3.3. Seguimiento uniformidad

#### 3.4. Observatorio

- Reclamaciones
- Agradecimientos

**MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE**



Servicio Atención al Cliente  
**Área Servicios al Cliente**