

Cómo el foco en el cliente supone nuevas herramientas de gestión

Customer eXperience

19 de abril 2018



¿Quiénes somos?

Gas Natural Fenosa: 175 años de experiencia



**7,7 millones
de clientes**
(hogares)



**11,3 millones
de contratos**



**7.000
empleados**



**3ª generadora de
electricidad**
26TWh y 15,4GW
de potencia
eléctrica instalada



**1ª distribuidora
de gas y 3ª de
electricidad**
con 9 millones
de puntos de
conexión



**1º en
comercialización de
gas natural y 3ª en la
comercialización de
electricidad**

No estamos solos

Competencia creciente en la comercialización

171* 
Gas

* Datos de la CNMC del 26 de marzo de 2018

381* 
Electricidad

* Datos de la CNMC del 5 de abril de 2018

¿Qué quiere el cliente?

Los clientes evolucionan y nosotros con ellos



➔ **DE CONSUMIDOR A PERSONA:** LOS CONSUMIDORES COMPRAN, LAS PERSONAS VIVEN

➔ **DE CONSUMIDOR A EXPERIENCIA:** LOS PRODUCTOS CUBREN NECESIDADES, LAS EXPERIENCIAS CUBREN DESEOS

➔ **DE HONESTIDAD A CONFIANZA:** LA HONESTIDAD SE ESPERA, PERO LA CONFIANZA HAY QUE GANÁRSELA

➔ **DE CALIDAD A PREFERENCIA:** LA CALIDAD YA EXISTE, LA PREFERENCIA ES LA APORTACIÓN DE VALOR AÑADIDO

Nuestra estrategia

Foco en el cliente – Customer centric

Identidad
Única

Impulso
Organizativo

VOZ del
Cliente

Viajes de
Cliente/
Puntos de
contacto

Implicación
de las
Personas

Gas Natural Fenosa desea convertirse en un **referente** en **experiencia de cliente** en el sector energético.

¿Cómo nos ajustamos al cliente?

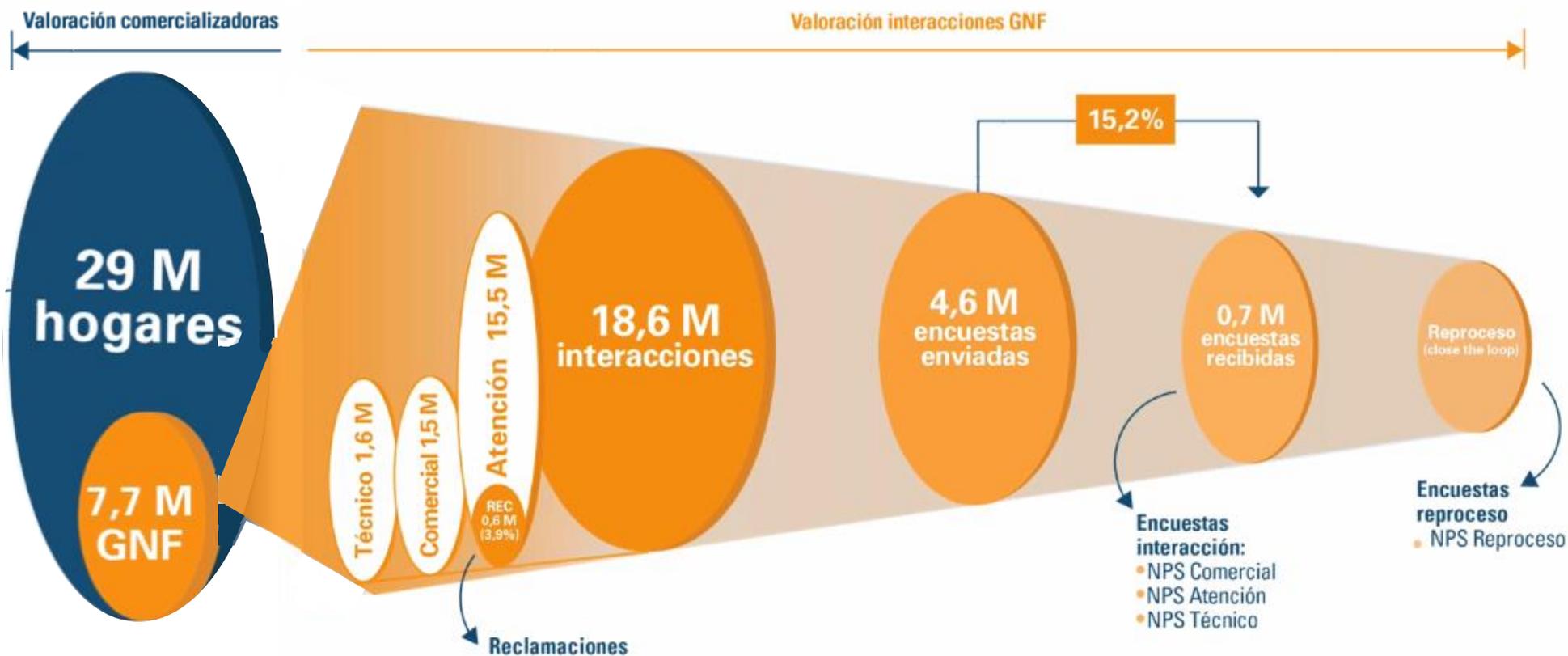
Evolución del Modelo de Satisfacción a Recomendación



La satisfacción responde a lo que hacemos como empresa mientras que la recomendación responde a lo que generamos en el cliente

¿Dónde aplicamos el cambio?

Mejora de las interacciones con visión 360º



Mejora en la gestión en 3 dimensiones

La medición como herramienta de gestión

Se parte de
la visión cliente...



Visión canal

**Visión
segmento**

Visión viaje

Modelo Operativo

Modelo Tecnológico

Modelo de Contratación

Evolución positiva de la voz del cliente

Incremento del NPS en todos los puntos de contacto

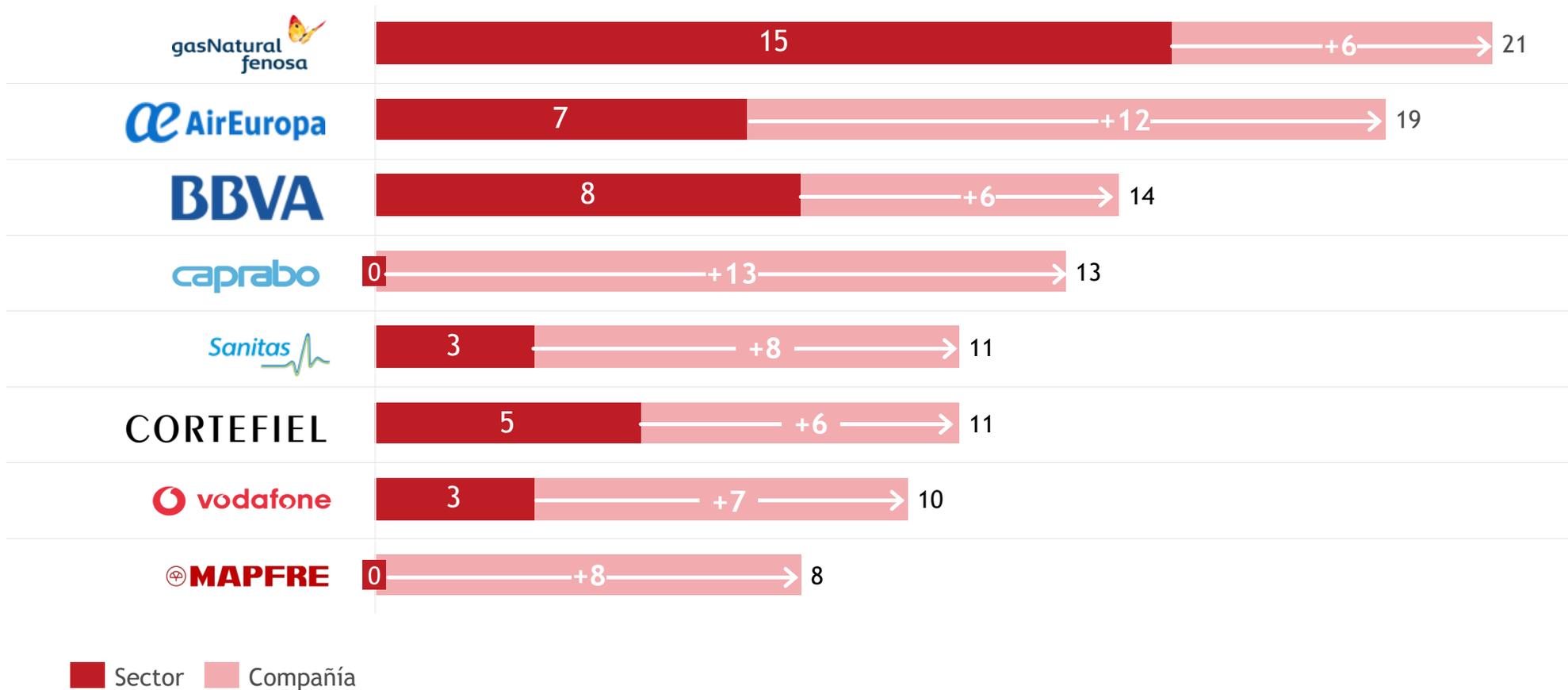
Evolución 2017 vs 2016



Evolución positiva respecto otros referentes

Mayor incremento del NPS intersectorial

INCREMENTO PUNTOS BAI DE 2014 A 2016



¿Y ahora qué?

Mantenemos el foco en el cliente

Qué

Autonomía

Personalización

Agilidad resolución

Co-creación

Cómo

Digitalización

Robotics

Analítica de datos

**Comportamiento
emocional**

Muchas gracias

Los **clientes** están en el **centro** de todo lo que hacemos



