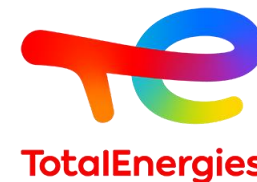


EXPERIENCIA DE CLIENTE Y COMO SER *CUSTOMER CENTRIC*

Noviembre 2023

Somos TotalEnergies, tu compañía multienergías



TotalEnergies es uno de los principales grupos energéticos a nivel mundial, líder en petróleo y gas y con la ambición de convertirse también en líder de generación renovable en 2030-2050.



2.000.000

de clientes

domésticos y pequeños negocios

14

oficinas comerciales

en Madrid, Asturias, País Vasco, Cantabria,
Cataluña, Murcia y Valladolid.

2

centrales de ciclo combinado

alimentadas con gas natural (850 MW)

ubicadas en Castejón (Navarra).

306

empleados

Equipo de profesionales compuesto
por 306 personas.



Cercanía



Transparencia



Inconformismo



Sostenibilidad

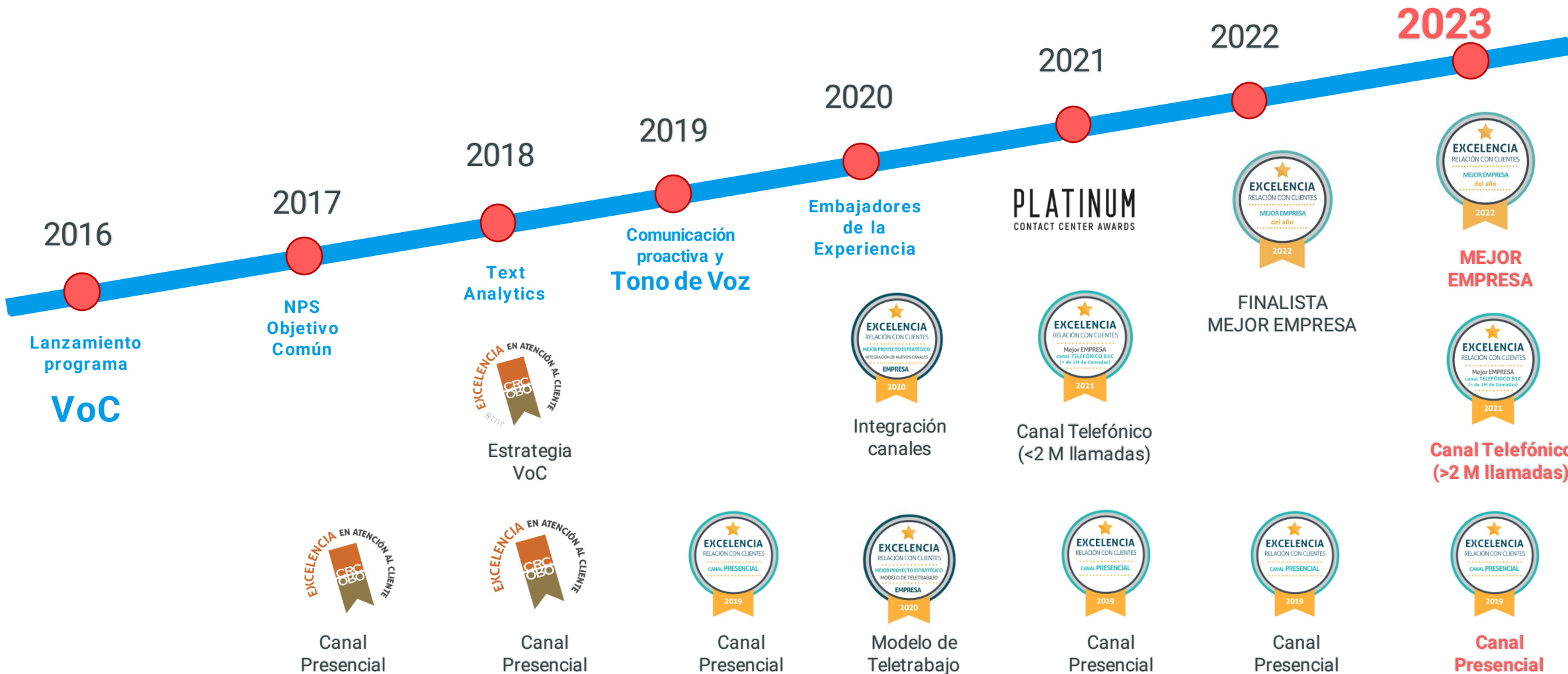
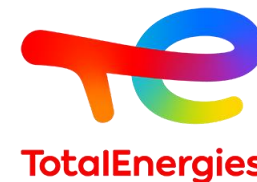


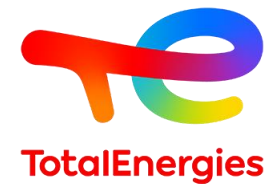


TotalEnergies



Nuestro Plan Estratégico incluye la Excelencia en la Experiencia de Cliente





VoC

Escuchar y actuar

Nuestro programa estrella desde
2016



Lo primero que hace falta es una estrategia....

- Basada en la fortaleza de una medición del feedback del cliente online y democratizada para toda la compañía
- Con la creación de un equipo especializado que gestiona y ayuda a comprender el feedback del cliente
- Con un fuerte componente analítico para no perder el foco en la mejora continua y alinear las prioridades

1

Feedback del cliente en tiempo Real



Medallia

2

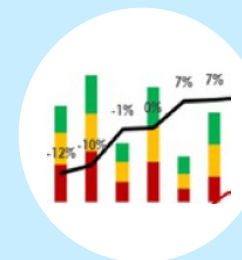
Contactar y Actuar



Equipo
Close the Loop

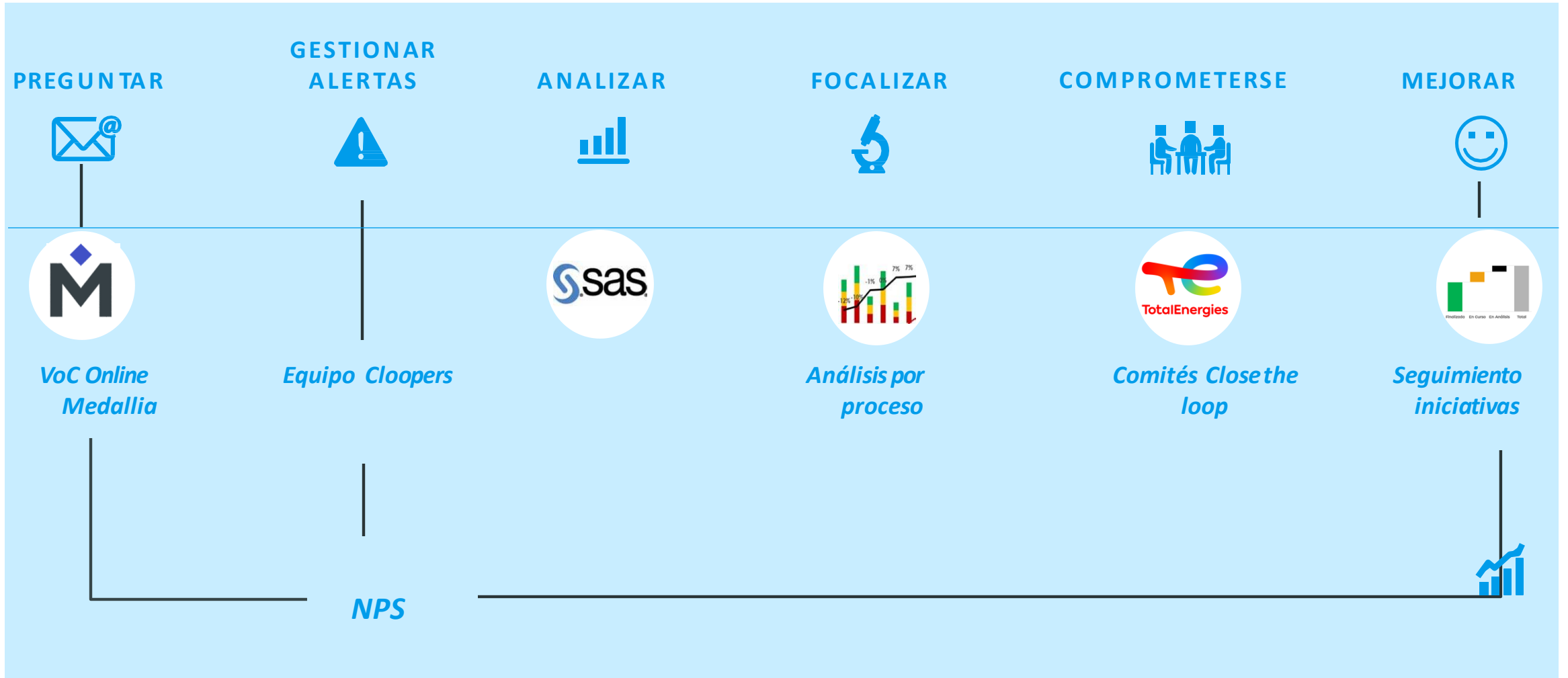
3

Mejorar a partir del Feedback



Comités
Close the Loop

Una estrategia y una metodología





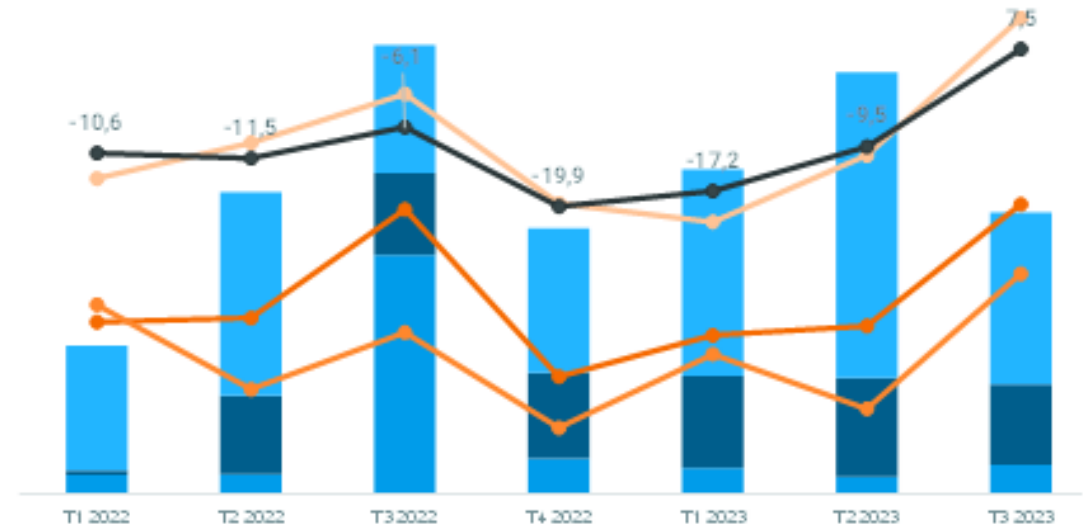
Análisis

Buscamos identificar en qué debemos trabajar con urgencia.

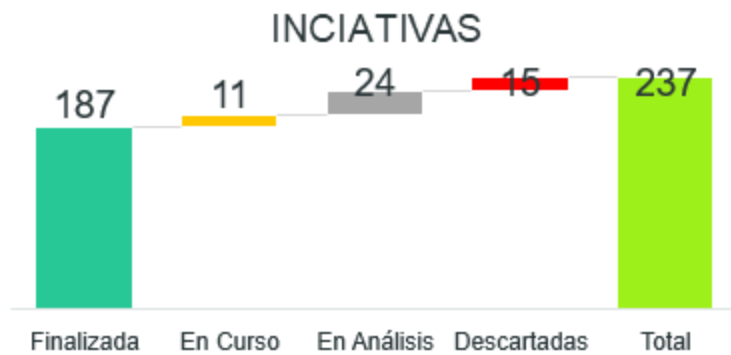
Tratamos de anticiparnos monitorizando cada día el impacto en nuestros clientes de los cambios de mercado

MEJORAR

- 01 Seguimiento de NPS por cuestión evolutivo y comparativo
- 02 Análisis de las consultas relativas a procesos con impacto relacionados
- 03 Análisis de la evolución de las alertas e información de clientes insatisfechos
- 04 Análisis cualitativo y Text Analytics
- 05 Identificación de áreas involucradas y presentación del caso en sucesivos comités
- 06 Identificación e implantación de iniciativas
- 07 Seguimiento del impacto

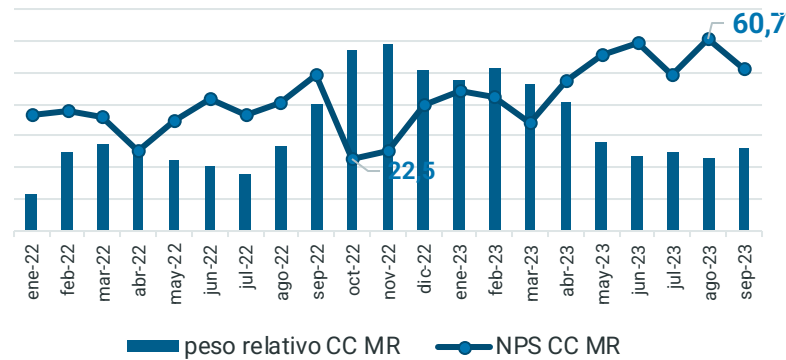


Compromiso



Algunos ejemplos

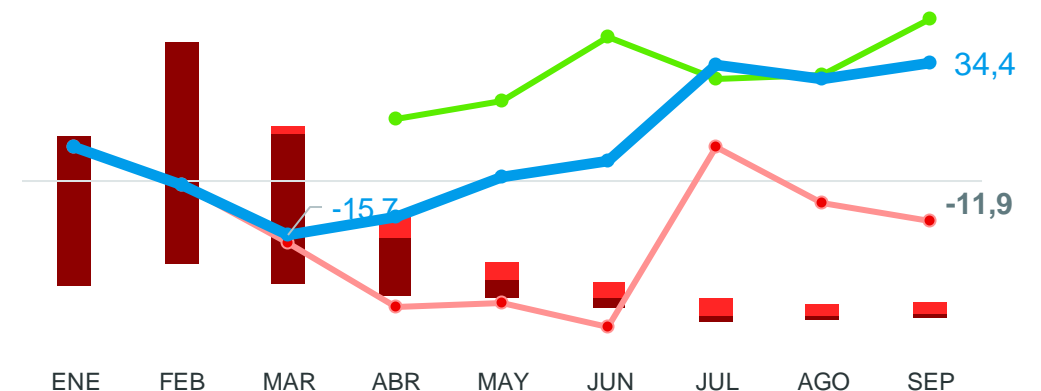
CAMBIOS DE COMERCIALIZADORA



- Revisión del viaje del cliente
- Mejora locuciones
- Comunicación proactiva
- Digitalización del proceso
- Monitor Web estado de la contratación
- Disculpas proactivas ante retrasos
- Mejora de SLAs con implantación de RPAs

RETENCIONES

- Nuevos planes de retención
- Información proactiva en renovación de precios
- Información regulatoria proactiva y actualizada
- Ofrecer más de una alternativa al cliente



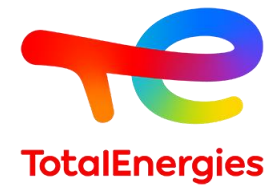
Resultados



Otros motivos

- Optimizar procesos
- Reducir costes
- Reducir reclamaciones
- Reducir rellamadas
- Digitalizar
- Mejorar la experiencia de los empleados





GRACIAS!

