



**LA ANONIMA**

# **ATENCIÓN A CLIENTES LA ANÓNIMA**

## **POLÍTICA**

<b>Dueño</b>	<b>Armado por</b>	<b>Versión</b>	<b>Fecha</b>
Walter Rothstein Tania Morbidoni Daniela Falcón	Francisco Quintás Lajara	03	Septiembre 2024

## OBJETIVO Y ALCANCE

Dar a conocer y describir los lineamientos para la atención a clientes de La Anónima desde cualquiera de sus canales de atención y para todas sus unidades de negocio o servicios. Este documento alcanza a:

- Sectores de la compañía con contacto directo con el cliente:
  - Sucursales
  - Centro de Atención a Clientes y Posventa
  - Redes Sociales
  - Experiencia del Cliente (Automatizaciones)
- Sectores de la compañía que dan resolución a los casos iniciados por el cliente

Este documento detalla:

1. Los canales disponibles de atención al cliente.
2. La filosofía de atención al cliente en Sucursales, Centro de Atención a Clientes y Posventa, Marketing y Automatizaciones.
3. Sistemas de registro de casos, grabación de llamadas y conversaciones digitales.
4. CRM Salesforce.
5. La clasificación y las políticas de atención según los distintos casos de clientes, desde el momento en que inician hasta que se cierran.
6. Los servicios, tipo de gestiones y tiempos de respuesta ante cada situación (SLA).
7. Notificaciones al cliente.
8. Los mecanismos de monitoreo (reportería) a disposición de los referentes de cada unidad de negocio para garantizar un óptimo nivel de servicio.

## GLOSARIO

- **SLA:** del inglés, Service Level Agreement, es el “contrato” que define el nivel de servicio que la empresa se compromete a brindar a nuestros clientes. Internamente lo utilizamos para brindar información a los clientes sobre el tiempo de gestión de los casos iniciados.
- **Trazabilidad:** registro histórico de casos y contactos realizados por nuestros clientes, que nos permite realizar un seguimiento de cada una de las gestiones desde su apertura hasta su cierre.
- **CRM:** del inglés, Customer Relationship Management, es una herramienta que nos permitirá gestionar de manera integral nuestra relación con los clientes, centralizando toda su información e interacciones del Mundo La Anónima en un mismo lugar.
- **Salesforce:** tipo de CRM líder en el mercado, y a nivel internacional es una de las empresas con mejores soluciones para gestionar el relacionamiento con clientes.
- **Vista 360°:** herramienta que nos brinda el CRM donde se pueden ver distintos datos del cliente. Completar que vemos del mundo LA.
- **FCR:** del inglés, *First Contact Resolution*, se utiliza para identificar aquellos casos de clientes que son resueltos en un primer contacto y que, al momento de cargar un caso, el mismo se crea y se cierra sin pasar a otra área resolutoria.
- **WebFlow:** herramienta de gestión de casos utilizado para el registro de casos de la Fintech.

- **Enlazado:** vinculación de tickets de un mismo cliente, que permite relacionar un trámite, consulta o reclamo que deviene de otro.
- **FMR:** tipo de segmentación de clientes que se utiliza para ayudar a las empresas a clasificar y segmentar a los clientes en función de distintos indicadores como por ejemplo la frecuencia de compra.
- **NPS:** del inglés, Net Promoter Score, es un indicador que se utiliza para determinar la lealtad de los clientes a una empresa.
- **IVR:** respuesta de voz interactiva, que le brinda al cliente información relacionada a los distintos negocios de la compañía.
- **Insights:** del inglés, entendimiento, percepción o conocimiento.
- **Backup:** del inglés, respaldo, copia de respaldo o copia de reserva.
- **CAC:** Centro de Atención y Clientes.

## ROLES Y RESPONSABILIDADES

ROL	RESPONSABILIDAD
Directores Ejecutivos, Directores Divisionales y Gerentes de Sector	Velar por el uso del CRM Salesforce para canalizar todos los casos de clientes que requieran de trazabilidad, por la aplicación y actualización de los lineamientos y políticas de este documento en todas las áreas que intervengan con la resolución para fomentar los estándares óptimos en la atención y gestión.
Jefes, dueños de proceso y responsables de las unidades de negocio	Informar y mantener actualizados los procedimientos y protocolos para la atención al cliente ante cada nuevo cambio o implementación de iniciativas y proyectos. Velar por el cumplimiento de los SLA de resolución de casos de clientes en los tiempos determinados por compañía para mantener el servicio de excelencia en la experiencia y atención al cliente.
Gerente Regional, Gerente Zonal, Gerente de Centro de Atención a Clientes y Posventa, Gerente de Sucursal, Gerente Administrativo, responsables de la gestión de Redes Sociales y canales de autogestión (chatbot/IVR), Mejora de Procesos	Garantizar la aplicación de esta política, junto con los documentos relacionados a ella y actualizar los servicios o protocolos ante los cambios de procesos de los negocios, para la adecuada atención a clientes de La Anónima. Proponer mejoras orientadas a optimizar la calidad de atención y el servicio al cliente.
Gerente Regional, Gerente Zonal, Gerente de Centro de Atención a Clientes y Posventa, Gerente de Sucursal, Gerente Administrativo, responsables de la gestión de Redes Sociales y canales de autogestión (chatbot/IVR)	Capacitar al equipo de trabajo en un correcto servicio al cliente, la registración de sus casos de acuerdo con esta política y los procedimientos vigentes. Informar acerca de desvíos en la operatoria diaria y reforzar los procesos en los equipos de Sucursales, Centro de Atención a Clientes y Redes Sociales.
Jefe de Automatizaciones	Gestionar el backlog de requerimientos, priorizar y ejecutar mejoras continuas en el sistema de relacionamiento con clientes, con el fin de generar evolutivamente implementaciones que beneficien la

	experiencia del cliente interno y externo.
<b>Jefe de Calidad</b>	<p>Garantizar la gestión de alta, baja o modificación de usuarios y perfiles del CRM Salesforce y del grupo en Workplace destinado a la capacitación para este fin, velando por el mantenimiento de la estructura de datos y la sustentabilidad de los usuarios contratados.</p> <p>Centralizar, gestionar y resolver los potenciales problemas de usuarios con la usabilidad del CRM Salesforce.</p>
<b>Jefe de Gestión Del Cambio</b>	<p>Proponer mejoras o ser nexos con las áreas de negocio, referentes, dueños de proceso/área de mejora de procesos, para presentar ideas o requerimientos a Automatizaciones (previamente validadas) que actualicen, creen y/o mejoren flujos de proceso sobre el CRM u optimicen la experiencia del cliente interno/externo.</p>

## DOCUMENTOS RELACIONADOS

- *Motivos y tiempos de resolución de casos en CRM Salesforce - (Agregar link cuando esté finalizado)*
- **Manual sistema Salesforce (Agregar link cuando esté finalizado)**
- *Manual de Web Flow*
- *Documento de Requerimientos CRM (En elaboración)*

## ASPECTOS GENERALES

### 1. CANALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE

La Anónima pone a disposición de sus clientes una amplia gama de canales de atención para canalizar sus consultas, trámites, reclamos, quejas, felicitaciones o sugerencias:

PRESENCIAL	TELEFÓNICO	SITIO WEB	WHATSAPP
			
SUCURSALES	0800-777-0222	LAANONIMA.COM.AR	+54 9 11 3292 - 1100
LIVE CHAT	E-MAIL	REDES SOCIALES	APP
			
CHAT EN SITIO WEB	OPINION@LAANONIMA.COM.AR	LA ANÓNIMA	CHAT EN APP

En los siguientes canales de atención, el cliente puede autogestionarse en la resolución de sus consultas a través de la interacción con servicios automáticos las 24 hs, todos los días del año:

- **IVR (Respuesta de Voz Interactiva):** disponible en el canal telefónico para los servicios de Supermercados, Tarjeta La Anónima, Préstamos, La Anónima Online Tecno & Hogar y La Anónima Online Supermercados. Permite responder al cliente sus consultas de forma automática y, en algunos casos, ingresando sus datos personales, le da a conocer información de su cuenta o pedidos realizados.
- **Bot Conversacional:** disponible en WhatsApp, Live Chat de LAOL Tecno & Hogar, Live Chat de LAOL Supermercados, Facebook, Instagram, Gestión Online y chat en la App. Es un servicio automático que, igual que el IVR interactúa con el usuario al proveer respuestas a consultas simples, previamente establecidas.

## 2. MODALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE

La Anónima se esfuerza constantemente para alcanzar la excelencia en la relación con sus clientes, en todas las unidades de negocio. Además de los principios organizacionales, para cumplir con esta misión acordamos los siguientes valores que complementan y rigen nuestro trabajo de cara al cliente:

- Interactuar con nuestros clientes con empatía, cordialidad, respeto y cercanía.
- Escuchar activa y atentamente, ponernos en su lugar teniendo en cuenta sus solicitudes y preocupaciones.
- Realizar seguimiento de los casos para asegurarnos de su correcta resolución.
- Poner al cliente en el centro: priorizar la resolución de los casos de nuestros clientes, aunque nos desempeñemos en áreas que no tienen contacto directo con él.
- Que los canales registren en nuestro CRM todos los casos en que el cliente espera una respuesta o resolución de la compañía, y las casuísticas derivadas de necesidades según los procesos internos de cada canal. Esto nos permite garantizar una mejor experiencia al cliente.

### MODALIDAD DE ATENCIÓN EN CANAL SUCURSAL

**Fase 1 - “Contención del Cliente”:** En el menor tiempo posible (inmediato o a lo sumo 24-48 hs). Implica ofrecer sinceras disculpas y gestionar una solución que satisfaga al cliente. Apunta a evitar que divulgue o propague las deficiencias de nuestro servicio, cuando las hubiera. Si fuera posible, intentamos revertir la situación y que el cliente se lleve como percepción que, ante los problemas, La Anónima resuelve rápidamente y pensando en su cliente.

**Fase 2 - “Evaluación hacia adentro”:** Evaluar la situación que produjo o motivó al cliente al reclamo. Tratar de eliminar o al menos minimizar las razones que generaron el reclamo. Una vez que el problema fue resuelto, se cierra el circuito (a cargo del Gerente Zonal).

### MODALIDAD DE ATENCIÓN EN CANAL CENTRO DE ATENCIÓN A CLIENTES

El Centro de Atención a Clientes (CAC) posee dos canales de atención, telefónico y digital, para dar servicio gestionando al menos, el 95 % de los contactos derivados a Asesores en 30 segundos para el canal telefónico y en 90 segundos para el canal digital.

Asimismo, el CAC cuenta con atención automática a través de IVR y bot conversacional que se encuentra disponible las 24 hs, los 365 días del año para que el cliente pueda realizar consultas.

Aquellos casos e inquietudes del cliente que el Asesor no pueda resolver en el momento, como así también trámites o reclamos de clientes, son derivados a las áreas correspondientes de resolución. Además, se dejará registro de todas las consultas atendidas en el CRM Salesforce.

El Centro de Atención a Clientes persigue métricas relacionadas a la eficiencia y eficacia, para garantizar una atención superadora, entre las principales: Tiempos de respuesta, abandono de contactos, tiempos de conversación, tiempos de resolución, % de resolución de consultas en primer contacto. Trabaja de acuerdo con lo estandarizado en los protocolos de atención; estos son documentos de trabajo que determinan los pasos a seguir y el correcto proceder ante cada caso. Además los Asesores del CAC se capacitan de forma continua ante novedades o cambios en estos protocolos.

## MODALIDAD DE ATENCIÓN EN CANAL REDES SOCIALES

Las Redes Sociales (RRSS) de La Anónima son consideradas como un canal donde los clientes exponen su percepción u opinión de la empresa y, por lo tanto, tienen un impacto en la reputación y visibilidad de la compañía ante otros clientes. Por ese motivo, el equipo está fundamentalmente orientado a la gestión de quejas o de reclamos críticos.

Las principales características de la atención por redes sociales son:

- Hay un bot conversacional disponible las 24 hs. desarrollado exclusivamente para atender las consultas más frecuentes de RRSS.
- Si el cliente realiza una consulta o solicita asistencia para la gestión de un trámite o reclamo por primera vez, es derivado por un asesor a los canales de atención al cliente (telefónico o digital) y deja registro de la acción realizada en el CRM Salesforce.
- Si se identifica un caso crítico, se absorbe por el equipo de RRSS quienes trabajan con otras áreas para su rápida resolución. Todos los casos críticos de RRSS son prioritarios y deben resolverse en menos de 48 hs hábiles. Dejando registro de estos en el CRM Salesforce.
- Se escalan de forma inmediata aquellos casos o quejas sensibles que puedan afectar la reputación o integridad de la compañía y/o puedan tener un efecto mediático. Excepto que sea un caso que corresponda a la línea ética (personal de la empresa), el cual deberá ser canalizado por los medios correspondientes.
- Se conforman informes periódicos que incluyen la voz del cliente en RRSS, gestiones y datos del CAC y la Gerencia de Experiencia, con el fin de compartirlo con distintas áreas y presentar “insights” que ayuden a la mejora de procesos e interiorizar a los equipos.
- Se realizan las mesas de experiencia donde se convocan a los distintos negocios de la compañía para presentarle datos relacionados a la experiencia de los clientes y diferentes insights que surgen de informes, junto con propuestas de mejoras para eficientizar o mejorar la experiencia, tanto de los clientes externos como los internos.

## 3. SISTEMAS

Además de los sistemas utilizados para la operatoria diaria de cada una de las unidades de negocio de La Anónima, las principales aplicaciones que se utilizan para la gestión de la atención al cliente y trazabilidad de sus casos son:

- **SISTEMAS DE REGISTRACIÓN DE CONSULTAS Y RECLAMOS (TICKETING):** Son los sistemas “CRM Salesforce” para los casos de todas las unidades de negocio y el sistema “Web Flow” para la registración específica de la unidad de negocio “Fintech”.

- **PLATAFORMA DE ADM DE CONVERSACIONES DIGITALES, Y DE TRÁFICO TELEFÓNICO:** Son plataformas que permiten administrar el tráfico digital y telefónico, canalizando correctamente los contactos con los medios para su resolución y contando además con otras funcionalidades que permiten gestionar correctamente las necesidades de nuestros clientes, como, por ejemplo, grabadora de llamados, discador de campañas, almacenamiento de información, etc.

## 4. CRM Salesforce

Plataforma para registración de contactos, donde se concentran los flujos de resolución y acciones relacionadas con un caso de cliente. Contiene la vista 360°, la cual nos brinda información sobre los datos personales de los clientes, de contacto, comportamentales como FMR y NPS, además de avisos y los productos asociados a la empresa que posee o está vinculado el cliente.

*Ver - Manual de Usuario CRM Salesforce*

## 5. CLASIFICACIÓN DE CASOS DE CLIENTES

Es responsabilidad de las distintas áreas, tanto las que tienen contacto directo con nuestros clientes (Sucursales, Centro de Atención a Clientes y Redes Sociales) como las del back office, dar respuesta a los requerimientos de nuestros clientes en el menor tiempo posible a efectos de aportar a una mejora constante en su experiencia con La Anónima.

Estos casos se catalogan y diferencian de acuerdo con la siguiente clasificación:

- **CONSULTA:** inquietud o duda puntual sobre o producto, servicio de la empresa. No implica la compra o adquisición del producto. Las consultas pueden resolverse por la primera línea de atención al cliente o, caso contrario, se deriva al área especializada para poder brindar una respuesta diferida.
- **RECLAMO:** disconformidad u oposición del cliente relacionada con la adquisición de un producto, proceso o servicio otorgado por la compañía y que espera algo en respuesta, solución o compensación.
- **TRÁMITE:** gestión que se realiza para resolver una solicitud del cliente enmarcada en las políticas y procesos de la compañía. Los trámites pueden ser de diversa índole para cada una de las unidades de negocio, se inician a través de una petición o solicitud expresa por sistema y termina cuando se resuelve y se cierra el caso.
- **QUEJA:** expresión o manifestación de molestia, disgusto, disconformidad o enojo por un producto, servicio o atención brindada en alguno de los canales. Es una expresión emocional y subjetiva, contiene un juicio de valor y no requiere necesariamente una acción por parte de las áreas para resolverla.
- **FELICITACIÓN:** expresión de agradecimiento por alguna situación, servicio, atención o resolución brindada.
- **SUGERENCIA:** idea o propuesta de mejora recibida en alguno de los canales de atención.

### GESTIÓN DE TIPO DE CASOS POR CANAL DE ATENCIÓN

TIPO CASO	SUCURSALES	CENTRO DE ATENCIÓN A CLIENTES	SERVICIOS AUTOMÁTICOS (BOT E IVR)	REDES SOCIALES
-----------	------------	-------------------------------	-----------------------------------	----------------

CONSULTA	✓	✓	✓	✓
TRÁMITE	✓	✓	✓*	X
RECLAMO	✓	✓	X	✓
QUEJA	✓	✓	X	✓
FELICITACIÓN	✓	✓	X	✓
SUGERENCIA	✓	✓	X	✓

\*No todos los trámites podrán ser iniciados por este canal, ya que ciertos procesos requieren de vías alternativas para su correcta ejecución.

## **CARGA Y REGISTRACION DE CASOS DE CLIENTES**

Todos los trámites, solicitudes, felicitaciones, quejas, sugerencias o reclamos iniciados por parte de clientes deben ser cargados en los sistemas dejando registrado su DNI (dato fundamental para nuestro sistema), nombre, apellido y datos de contacto (mail y teléfono). Esto implica nuevos casos o recontactos sobre casos previamente creados, para mantener la trazabilidad de cada uno y la importancia de cargar datos fehacientes, que estarán asociados a flujos y procesos del CRM, lo que nos permitirá informar a los clientes en los momentos de apertura o cierre de sus gestiones de manera automática. Además, este punto es importante dado que facilita la contactabilidad para el área de cobranzas, brinda información certera al equipo de marketing para las distintas comunicaciones, así como para el posible seguimiento de casos o productos adquiridos de la compañía.

La carga de datos reales y la registración en el sistema son imprescindibles también para la adecuada trazabilidad y gestión de la posventa del caso.

Cada caso tendrá un número de registro y tipo de caso que lo identificará; y cada interacción o contacto posterior a la apertura, con relación al mismo evento, deberá quedar registrado en el mismo. Por este motivo, si el cliente ya se encuentra cargado en los sistemas, en cada contacto a través de los distintos canales de atención, el Asesor del Centro de Atención al Cliente/Colaborador de la Sucursal/Analista de Redes Sociales, deberá verificar los datos (y actualizarlos de ser necesario) antes de la creación de un nuevo caso.

Los casos de clientes que se registren en el libro de quejas de Sucursal deberán tener el DNI, este dato es de suma importancia para la gestión y seguimiento del caso en el CRM.

La apertura de un nuevo caso, para un mismo cliente, deberá estar asociado a un tipo diferente de consulta, trámite, reclamo, queja o felicitación, teniendo la posibilidad de enlazar un caso con otro en caso de que corresponda.

## **6. OBJETIVOS Y PARTICULARIDADES DE LA GESTIÓN**

### **TIEMPOS DE RESOLUCIÓN DE CASOS**

Los casos que no puedan ser resueltos en la primera línea de atención con el cliente (asesores del Centro de Atención a Clientes, colaboradores de Sucursales y analistas de Redes Sociales) serán derivados para su tratamiento o resolución a las áreas correspondientes según el negocio y la plataforma del caso (Ver *Anexo/Matriz o Plataforma y tiempos de resolución de casos en CRM*).

Alineados al propósito de la compañía, buscamos resolver los casos en el menor tiempo posible. Sin embargo, establecemos tiempos de resolución según la naturaleza del caso/inquietud del cliente y la cantidad de sectores intervinientes para su resolución. Los tiempos para cada tipo de caso están detallados en el *Anexo/Manual de Salesforce*.

## POLÍTICA DE CIERRE Y ENLAZADO

El objetivo es definir los criterios de registro de todos los contactos del cliente vinculados a una misma gestión, para poder hacer un seguimiento completo del mismo.

- **Cierre de tickets:** Se cerrará el ticket en Salesforce o WebFlow en tanto haya definiciones previamente solicitadas y acordadas con el cliente, referidas al motivo de su solicitud, y todos los pasos del proceso se hayan cumplido correctamente. Por ejemplo, en el caso del negocio de LAOL Tecno & Hogar si se decide un reenvío, se sigue la gestión con un proveedor logístico o se resuelve la solicitud, se debe dar por finalizada la misma una vez que el cliente presta su acuerdo.
- **Enlazado de tickets:** Se creará y enlazará un nuevo ticket, en aquellas situaciones donde surge una nueva solicitud o trámite relacionado con un evento anterior en estado cerrado. Es decir, que aplica al mismo producto, servicio o pedido, pero a un proceso o evento diferente. (Ver manual de Salesforce).

## POLÍTICA DE ESCALABILIDAD

Todos aquellos clientes cuyos casos del negocio de E-Commerce se excedan de los plazos detallados en *Anexo/Matriz o Plataforma y tiempos de resolución de casos en CRM*, generarán diferentes acciones donde en ciertas casuísticas los clientes serán contactados proactivamente por el Centro de Atención al Cliente para indicarle el estado de su gestión y los próximos pasos, para acercar tranquilidad y brindar una mejor experiencia a estos clientes.

## 7. NOTIFICACIONES AL CLIENTE

Para aquellos clientes que inicien un caso en CRM Salesforce/WebFlow que no sea FCR recibirán a través de mail, notificaciones con el número y el estado de su caso. Las instancias que generarán un envío de notificación son:

- Creación de un caso
- Espera cliente (único de CRM, para aquellos casos donde necesitemos más información del cliente para avanzar en su gestión).
- Cierre del caso

## 8. REPORTES Y MONITOREO

La reportería de la herramienta estará disponible para el seguimiento de casos, ya sea individual, por sector, zonas u otros que sean necesarios para la diaria y la gestión de sus equipos.

## REVISIÓN Y APROBACIÓN

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
<p><b>Francisco Quintás Lajara</b> Jefe de Gestión del Cambio</p>	<p><b>Tania Morbidoni</b> Gerente de Experiencia y Gestión del Cambio</p>	<p><b>Walter Rothstein</b> Director Ejecutivo de Operaciones <b>Tania Morbidoni</b> Gerente de Experiencia y Gestión del Cambio <b>Daniela Falcón</b> Gerente de Centro de At. al Cliente y Posventa <b>Diego Paz</b> Jefe de Calidad <b>Santiago Bernad</b> Gerente de Mejora de Procesos <b>Laureano Delorenzi</b> Gerente Divisional de Exp. Cliente y Mejora de Procesos</p>

## CONTROL DE CAMBIOS Y MEJORAS

REVISIÓN	SECCIÓN MODIFICADA	DESCRIPCIÓN	FECHA DE MODIFICACIÓN
Tania Morbidoni	ASPECTOS GENERALES - CANALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE	Actualización del nuevo número de teléfono del Centro de Atención a Clientes	15/08/2022
Diego Paz Daniela Falcón Tania Morbidoni	Todas las secciones	Incorporación de las nuevas políticas de gestión y registración de casos. Incorporación del anexo con el tiempo de resolución de casos. Establecimiento de objetivo de resolución de casos en los SLA detectados.  Incorporación de nueva política de tratamiento de casos anónimos en sucursales.	03/04/2023
Francisco Quintás Lajara	Todas las secciones	Adecuación del documento por implementación del CRM Salesforce	13/09/2024