

Informe Global 2015

Análisis de la actividad empresarial,
financiera y de sostenibilidad

5. Servicio al cliente y satisfacción del cliente

5.1 Servicio al cliente

5.2 Satisfacción y fidelidad del cliente





Nuestros esfuerzos están dirigidos a construir y mantener unas relaciones con nuestros clientes que se traduzcan en un beneficio mutuo. Esta regla nos ha permitido comprender cómo podemos contribuir a su éxito a través de las soluciones y servicios tecnológicos que ponemos a su disposición.

Nuestro compromiso con los clientes se basa en los siguientes aspectos:

- _ Comprender las necesidades de su negocio y sus requisitos técnicos
- _ Dedicar esfuerzos y recursos a unos productos y soluciones en constante evolución conforme a las necesidades del cliente
- _ Ofrecer la gama más amplia de contenidos de proveedores de viajes
- _ Prestar asistencia a nuestros clientes por medio de personal experto y motivado a través de un servicio de atención al cliente las 24 horas del día, disponible para cualquier parte del mundo
- _ Garantizar los máximos niveles de conectividad y servicio para nuestras plataformas técnicas

5.1 Servicio al cliente

El servicio de atención al cliente de Amadeus proporciona asistencia, formación, automatización de los servicios, gestión de contenidos y servicios de seguridad a todos los clientes mediante el uso de la tecnología, el equipo humano y los procesos de la empresa.

Cómo contribuye el servicio de atención al cliente al éxito de los clientes



Formación

Para acercarnos a nuestros clientes y responder a sus necesidades, tenemos presencia de formación a nivel mundial, regional y local.

Contamos con centros de formación regionales en Tailandia y Francia, así como centros de formación adicionales en el Reino Unido, Alemania y EE. UU. Estos centros contribuyen a nuestro crecimiento y nos permiten responder mejor a las necesidades de una amplia gama de clientes. Además de una completa gama de cursos de formación estándar, ofrecemos formación personalizada a nivel mundial para ayudar a los clientes con requisitos específicos y situaciones de formación especiales. Siempre que es posible, impartimos formación en el idioma de cada país, como francés, alemán o coreano. Las Organizaciones Comerciales de Amadeus prestan también una serie de servicios de formación a las agencias de viajes en su idioma local.

En 2015, Amadeus lanzó Amadeus Kingdom, una aplicación para móviles basada en un juego de preguntas y respuestas, disponible en Android e iOS, que permite a los clientes conocer mejor los productos y soluciones de Amadeus de una manera entretenida.

Asistencia

La máxima cercanía a las agencias de viajes

En cada mercado, los servicios de asistencia de primera línea para agencias de viajes suelen estar a cargo de las **Organizaciones Comerciales de Amadeus**. Estas constituyen la columna vertebral de nuestra organización, al ofrecer la máxima cercanía con los clientes y productos específicos en función del mercado y del idioma local.

En el continente americano, los centros de servicio al cliente (**Amadeus Customer Service Centres**) en Costa Rica y Argentina sirven como punto de contacto único para todas las agencias de viajes clientes de Norteamérica y Latinoamérica. Los servicios de asistencia técnica y funcional están disponibles en inglés y en español.

Además, proporcionamos asistencia de primera línea en portugués para las agencias de viajes usuarias de Amadeus en el mercado brasileño. En Asia-Pacífico, el servicio de atención al cliente de Amadeus trabaja en inglés, filipino y chino desde nuestros centros de Filipinas y Malasia.

Para responder a las necesidades de nuestros clientes internacionales y regionales, ofrecemos asistencia funcional fuera del horario de oficina. Este servicio está a cargo de nuestros **Centros de Atención al Cliente Regionales**, que están interconectados virtualmente, de manera que una llamada procedente de cualquier parte del mundo puede ser atendida en cualquier centro de servicio al cliente. Este servicio presta asistencia de primera línea en inglés las 24 horas del día, los 7 días de la semana, y en español las 24 horas del día, 5 días a la semana (de lunes a viernes).

La asistencia de segunda línea está a cargo de los **Centros de Gestión de Servicios** de Amadeus, una red de asistencia virtual distribuida entre nuestros centros en Australia, Costa Rica, Francia, Alemania, la India, Tailandia, el Reino Unido y EE. UU.

Un servicio de asistencia ininterrumpida (*Follow-the-sun*) para nuestros clientes de todo el mundo

En la mayoría de los casos, los clientes que utilizan el modelo de asistencia ininterrumpida de segundo nivel (*Follow-the-sun*) gestionan su propia plataforma de asistencia de primer nivel. Sin embargo, muchos clientes han elegido a Amadeus como proveedor de servicios de asistencia de primer nivel.

Nuestra organización *Follow-the-sun* presta asistencia ininterrumpida de alcance mundial a los clientes y ha estado siempre presente en el servicio de atención al cliente de Amadeus. Nuestros Centros de Gestión de Servicios están integrados por equipos especializados que prestan asistencia conforme al segmento de clientes y a su especialización en productos, garantizando que los clientes de todo el mundo reciban ayuda técnica y funcional en cualquier momento.

Un modelo de asistencia unificado para nuestros clientes de agencias de viajes *online*

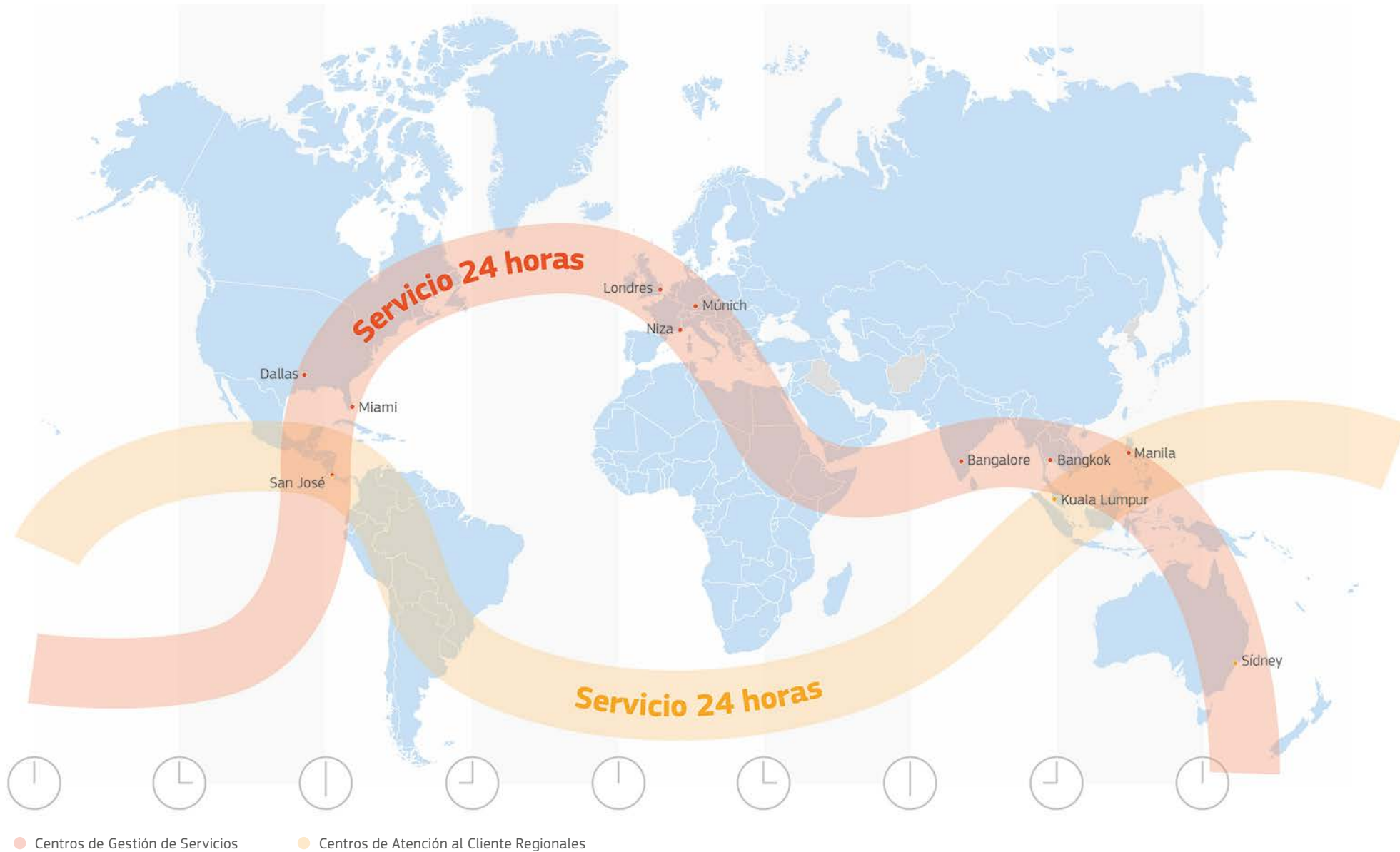
En 2015, Amadeus empezó a desplegar un nuevo modelo de asistencia personalizada para las agencias de viajes *online*, permitiéndoles acceder a un conjunto internacional de centros de asistencia con una alta cualificación funcional y técnica en múltiples idiomas y un horario de servicio ininterrumpido. Este modelo se extenderá a otros segmentos de clientes.

Investigación y comunicación proactiva

En 2015 se creó un equipo internacional de expertos en asistencia, dedicado a reducir el tiempo medio de resolución de incidentes en Amadeus. Este equipo vigila el desarrollo de la actividad para detectar incidentes antes de que el cliente los notifique, prevé el impacto de los incidentes y lo comunica de forma proactiva al cliente para garantizar la continuidad de su actividad.



Servicio ininterrumpido al cliente



Presencia en Internet

Amadeus ha invertido también en innovadoras herramientas de ayuda *online* para sus clientes. La plataforma de soporte *online* (Amadeus e-Support Centre) ofrece una biblioteca de conocimientos en 16 idiomas diferentes, un potente buscador, funciones de registro de incidencias y reclamaciones, noticias en tiempo real y otras funciones. Hoy en día, más de 180.000 clientes, incluidas agencias de viajes tradicionales y *online*, aerolíneas, empresas de servicios de asistencia en tierra, aeropuertos y hoteles, reciben asistencia virtual a través de Amadeus e-Support Centre. Los clientes también pueden acceder a guías de usuario de productos a través de Internet, vídeos breves con instrucciones prácticas, cursos de formación *online* y catálogos de formación, pudiendo también autoinscribirse en programas de formación.

Durante 2015, Amadeus trabajó en mejorar la plataforma Amadeus e-Support Centre, simplificando el acceso e informando a los clientes puntualmente acerca del estado de los incidentes críticos. Las potentes funciones de búsqueda de la plataforma Amadeus e-Support Centre se han mejorado también para permitir a los clientes encontrar la información que necesitan, en el momento en que la necesitan.

El servicio de atención al cliente de Amadeus pretende enriquecer su oferta en Internet en 2016, ofreciendo a los clientes un foro *online* y funciones de chat para contactar con los expertos en asistencia de Amadeus, una plataforma personalizable a la que puedan enviar su propio contenido, así como muchos otros servicios.

Gestión de contenidos

Para garantizar un contenido adecuado, fiable y preciso a disposición de nuestros clientes de forma permanente, Amadeus ofrece gestión de contenidos y servicios de seguridad a través de nuestro modelo *Follow-the-sun*. El equipo **Content Management and Security** integra, implanta y protege todos los contenidos del sector de los viajes, que van desde horarios, tarifas, divisas y códigos de aeropuertos hasta parámetros de seguridad para oficinas, terminales e impresoras, así como credenciales para empleados y nuevos clientes. Amadeus gestiona, por ejemplo, más de 100 millones de tarifas cargadas cada hora. Prestamos también servicios personalizados para la presentación de contenidos, declaraciones, así como asesoramiento y formación in situ, para ayudar a nuestros clientes a alcanzar el éxito.



5.2 Satisfacción y fidelidad del cliente

Resulta imprescindible un conocimiento total de las necesidades del cliente para poder llevar a la práctica uno de los valores de nuestra empresa, “el cliente, lo primero”, y cumplir la promesa de nuestra marca de “conformar el futuro de los viajes”. Para ello, Amadeus ha establecido un sólido proceso destinado a conocer la opinión del cliente sobre nuestra relación actual.

Programa de Fidelidad del Cliente

En 2015, Amadeus llevó a cabo seis encuestas para seis segmentos de clientes en el marco del Programa de Fidelidad del Cliente. Realizamos además algunos estudios cualitativos *ad hoc* para investigar aspectos prioritarios conforme a lo identificado por nuestros clientes.

Puntos de evaluación de fidelidad del cliente

Evaluación emocional

Atención y cuidado del cliente
Relación de confianza



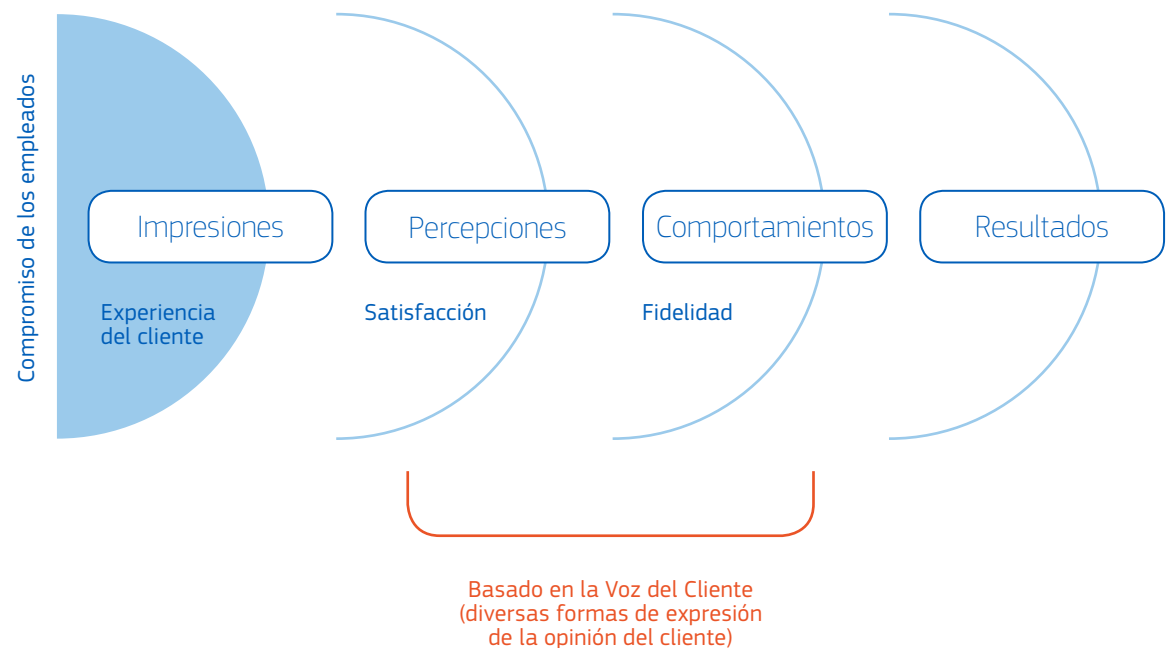
Evaluación racional

Resultado general
Probabilidad de recomendar

Evaluación de intenciones

Probabilidad de seguir usando
Socio preferente
Ventaja competitiva

“Cadena de valor” de fidelidad del cliente de Amadeus





Gestión del proceso

El Programa de Fidelidad del Cliente está auspiciado por la alta dirección de cada unidad de negocio participante. Está coordinado a nivel de la empresa por Corporate Strategy y gestionado a nivel operativo por cada unidad de negocio. Otros equipos, como Global Brand Engagement, Business Process Transformation y Customer Experience, desempeñan también una función importante en el apoyo del programa.

En 2015, Amadeus sentó las bases para la introducción de una Voz del Cliente (VoC) más completa¹.

El programa VoC es enormemente importante para Amadeus en términos de recabar la opinión de los clientes e incorporar esa opinión a los planes de acción. Una mejora de la VoC permitiría así a Amadeus aportar observaciones útiles a cada unidad de negocio.

Una parte fundamental de la evolución de la VoC en Amadeus fue la aplicación de la metodología Net Promoter Score (NPS)² en el Programa de Fidelidad del Cliente. Amadeus se centrará en el análisis de NPS a partir de 2016 y se está preparando ya para el cambio metodológico.

¹ Forrester's define la Voz del Cliente como un enfoque sistemático para recabar la opinión del cliente, tomando nota de sus observaciones e incorporando esas observaciones a las decisiones de la empresa.

² Net Promoter Score es un parámetro basado en la probabilidad de recomendar una empresa a un amigo o compañero.

Estrategia de Satisfacción del Cliente de Amadeus



Estrategia de Satisfacción del Cliente de Amadeus: ejecución a nivel local, regional y mundial

El proceso de coordinar la actividad con las expectativas del cliente implica los siguientes pasos:

1. Estrategia de Fidelidad del Cliente: definición

La Estrategia de Fidelidad del Cliente de Amadeus, basada en la opinión del cliente y establecida por la alta dirección, está estrechamente ligada a la estrategia empresarial.

2. Fijación de objetivos

Los objetivos de la Evaluación de Fidelidad del Cliente están basados en un estudio comparativo realizado por consultores externos e identifican los siete aspectos básicos para una relación de beneficio mutuo a largo plazo con los clientes:

- _ Resultado general de las soluciones de Amadeus
- _ Probabilidad de recomendar los productos y servicios de Amadeus

- _ Si los clientes se sienten valorados por Amadeus
- _ Si los clientes sienten que Amadeus es de confianza
- _ Probabilidad de seguir trabajando con Amadeus como proveedor
- _ Si Amadeus es su socio preferente
- _ Si Amadeus les aporta una ventaja competitiva

3. Medición: encuesta de satisfacción del cliente

Dependiendo de la unidad de negocio o el segmento, estas encuestas tienen lugar con carácter anual o cada dos años. Las encuestas son realizadas por una tercera parte para garantizar la total imparcialidad.

En su formato actual, la encuesta de satisfacción del cliente de Amadeus lleva desplegándose cinco años seguidos.

4. Planificación de acciones

El análisis de los resultados se realiza a nivel mundial, regional y local, y va seguido de una planificación de acciones. La planificación de acciones se articula a través de talleres con la participación de la agencia externa que ha realizado las encuestas, así como los

distintos equipos que reciben una valoración del estudio. Un número cada vez mayor de especialistas de Customer Experience de Amadeus participa también en estas sesiones.

5. Ejecución y seguimiento

Dependiendo de la unidad de negocio o el segmento, los responsables de los diferentes procesos disponen de 6 a 18 meses para llevar a la práctica los planes. Con el fin de garantizar la coherencia en la ejecución de los planes de actuación, se organizan revisiones trimestrales de los resultados.

Se realizan acciones a nivel de la unidad de negocio, dirigidas a determinados puntos de contacto con el cliente, como gestión de cuentas o resolución de problemas. La implantación de los planes de actuación es promovida por los directores generales y los directores en cada mercado, así como por la alta dirección a escala regional o corporativa.

Índice Dow Jones de Sostenibilidad

El Programa de Fidelidad del Cliente de Amadeus es uno de los elementos evaluados dentro del proceso de acreditación para el Índice Dow Jones de Sostenibilidad.

En 2015, el DJSI reconoció una vez más este programa de Amadeus como una forma válida y fiable de recabar la opinión de los clientes para conocer mejor sus necesidades y garantizar su fidelidad.

Amadeus fue evaluada con arreglo a los siguientes criterios:

_Nivel de satisfacción del cliente y su evolución a largo plazo

_Porcentaje de clientes representados en el programa

Como parte del proceso, se exigió a Amadeus la presentación de una documentación completa del proceso de medición, así como las acciones de seguimiento adoptadas a raíz de este: divulgación de los resultados, planificación de acciones, ejecución de los planes de actuación, gestión del proceso, etc.

Amadeus se ha clasificado entre las empresas con mayor puntuación en sostenibilidad y, por lo tanto, se ha mantenido dentro del DJSI durante cuatro años consecutivos.


Resumen del Programa de Fidelidad del Cliente 2015

En 2015 se realizaron encuestas de satisfacción del cliente para los siguientes segmentos de clientes: aerolíneas, agencias de viajes, hoteles, empresas de alquiler de coches, aeropuertos y empresas ferroviarias.

Amadeus recabó la opinión de más de 3.000 clientes, con el fin de valorar su nivel de satisfacción, así como de evaluar la actuación de Amadeus en distintos puntos de contacto.

Una vez concluido el proceso por el que se recopilan las observaciones, la opinión del cliente se utiliza para identificar aspectos prioritarios para cada segmento de clientes. Tras este paso, diversos equipos de toda la organización elaboran planes de mejora destinados a esos aspectos prioritarios.

Estas son algunas conclusiones comunes a todos los segmentos de clientes, extraídas de esos estudios: en primer lugar, la reputación de Amadeus es un elemento importante en su relación con el cliente y Amadeus obtiene un buen resultado en este sentido, sobre todo en términos de tener credibilidad dentro del sector y transmitir una sensación de gran criterio e innovación. En segundo lugar, el trabajo de los equipos comerciales recibe constantemente una valoración muy alta, lo cual significa que los clientes aprecian la ayuda prestada por los equipos de gestión de cuentas y se sienten valorados como clientes, conforme a la divisa “el cliente, lo primero” de Amadeus.

 Para más información, consulte “Sostenibilidad ambiental”, pág. 81, “El equipo humano de Amadeus”, pág. 101, y “Nuestro compromiso con los accionistas”, pág. 129.

