

# MODELO DE SERVICIO

2019

GERENCIA MERCADEO Y SERVICIO

# 1. Modelo de servicio y la estrategia Corporativa

# 1. El Modelo de servicio: Un apalancador de la estrategia

Coomeva 2020: "Seremos reconocidos por prestar servicios de alta calidad y confiabilidad"



Prioridades 2019: "Aumentar la satisfacción a través de experiencias memorables"

ATRIBUTOS

Ventajas de la Solidaridad

Cercanía

Trato  
personalizado

Tramites  
simples

Oferta y  
Multicanalidad

Confianza

Sensibilidad y adaptación

Promesa de Valor: Coomeva facilita la vida



Compañero

Personalidad  
de la Marca



Sabio

## MODELO DE SERVICIO 2.0



## 2. **Proceso Evolutivo** Modelo de servicio

# 2. Evolución del Modelo de servicio



1

Mapas de valor

Encajes

- Entrevistas asociados
  - KAPE
  - Voz del asociado
  - Expresiones
  - Talleres regionales/empresas
- 3,200



2

Mapas de

- Focus y talleres Asociados
  - Equipos regionales
  - Empresas GECC
  - Áreas mercadeo y servicio
  - Equipo gerencial
- 120



3



Modelo de servicio

- Alineado con la experiencia:
- 6 Componentes
  - 3 Direccionadores
  - Experiencia asociado
  - Voz del asociado



Cliente y usuario



Asociado

### 3. **Nuevo** Modelo de servicio 2.0

# Marco para la evolución del Modelo de servicio

-  Representa el propósito que justifica el tener un Modelo de servicio para Coomeva y sus empresas.
-  Representa el alcance del Modelo de servicio para Coomeva y sus empresas.
-  Representa la descripción del modelo de servicio para Coomeva y sus empresas.



# Marco para la evolución del Modelo de servicio



Porque

- ✓ Cumplir la promesa de valor.
- ✓ Articular la Experiencia con la Estrategia de Asociado.
- ✓ Regular la relación del GECC con el Asociado.

Propósito



Cuando

- ✓ Momentos de verdad con GECC.
- ✓ Fases y etapas de la experiencia.



A quien

- Empresas GECC.
- Aliados estratégicos

Alcance



Qué

- ✓ Marca
- ✓ Producto
- ✓ Proceso
- ✓ Personas
- ✓ Canal
- ✓ Tecnología



Cual

1. Asesoramiento
2. Resolutividad
3. Comunicación Asertiva
4. Comunidad
5. Acompañamiento Personalizado
6. Competitividad
7. Flexibilidad
8. Seguridad y confianza

Descripción

# Direccionadores del Modelo de servicio

Los direccionadores de valor orientan la relación con el asociado, cliente y usuario\*.



## Resolutividad

Mi Cooperativa soluciona de manera oportuna las solicitudes que realizo y me proporciona las respuestas correctas frente a las dificultades presentadas.

## Asesoramiento

Mi Cooperativa cuenta con los conocimientos precisos para aconsejar e informarme respecto a las soluciones, productos y beneficios que puedo disfrutar como asociado, cliente o usuario\*.



## Acompañamiento Personalizado

Mi Cooperativa piensa en mis necesidades y me ofrece productos y servicios diseñados especialmente para mí, me permite elegir según mis intereses y mi proyecto de vida.

# ¿Cómo se articula y mide el Modelo de Servicio?



- Capacidades requeridas para soportar el Modelo de servicio.
- Capacidades habilitadas y gestionadas por el Modelo integrado de operación: Proceso, Tecnología, Estructura, Monitoreo...

Seguimiento al cumplimiento de Promesa de valor

“Hacerle la vida más fácil al Asociado”



\*Asociado actual y prospecto

## Conocimiento del Asociado A&P

Enfoque integrado para identificar, capturar, evaluar, recuperar y compartir toda la información posible de los Asociados A&P dentro del Grupo Coomeva.



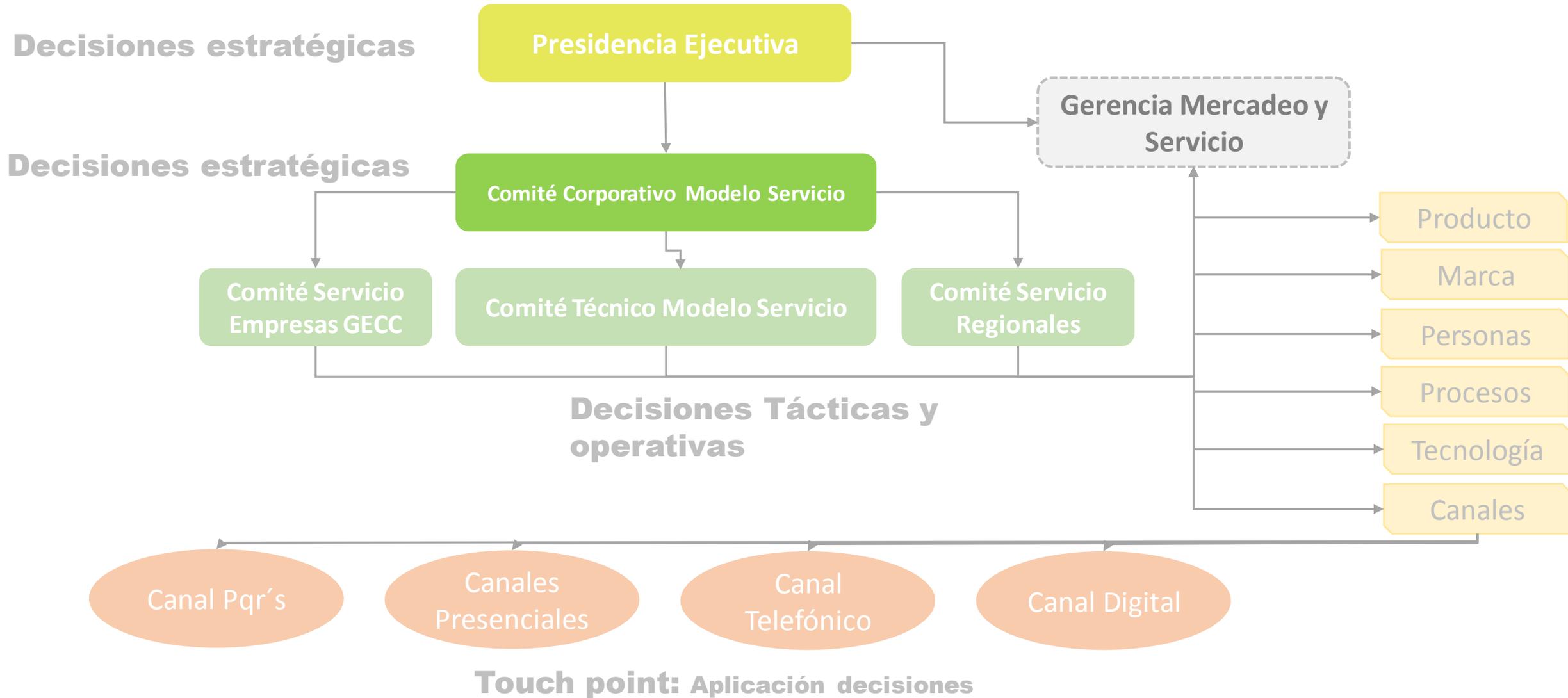
# Funcionamiento del Modelo de Servicio



**ESTRATEGIA DE SERVICIO**

## 4. Modelo de gobierno Modelo de servicio 2.0

# Gobierno del Modelo de Servicio



## 5. Kpi's de la experiencia

# KPI's de la experiencia



## Resolutividad

Mi Cooperativa soluciona de manera oportuna las solicitudes que realizo y me proporciona las respuestas correctas frente a las dificultades presentadas.

1. Índice de satisfacción neto (INS): Mes
2. Índice de esfuerzo (CES): Mes
3. Expresiones negativas atribuibles a fallas de resolutividad
4. Retiros de asociados atribuibles a fallas de resolutividad
5. Índice de resolutividad en I nivel
6. Nivel de reincidencias y re aperturas de Pqr's
7. Índice cumplimiento planes de mejora de procesos y tecnología
8. Nivel de uso de canales

## Asesoramiento

Mi Cooperativa cuenta con los conocimientos precisos para aconsejar e informarme respecto a las soluciones, productos y beneficios que puedo disfrutar como asociado, cliente o usuario\*.



1. Incremento en la tenencia y uso de productos y servicios: Mes
2. Expresiones negativas atribuibles a fallas de asesoramiento: Mes
3. Retiros de asociados atribuibles a fallas de asesoramiento: Mes
4. Índice de profundización: Mes



## Acompañamiento Personalizado

Mi Cooperativa piensa en mis necesidades y me ofrece productos y servicios diseñados especialmente para mí, me permite elegir según mis intereses y mi proyecto de vida.

1. Tiempo de permanencia por segmentos
2. Renovaciones de productos/servicios
3. Frecuencia compra
4. Oportunidad en Pqr's
5. Satisfacción Pqr's

1. NPS
2. Mejora de satisfacción KAPE
3. Mejora indicador de Cliente oculto
4. Mejora de satisfacción en los canales telefónico y presencial (Voz del asociado)

## 6. Retos estratégicos Modelo de servicio 2019-2020

# Desafíos Modelo de servicio 2019-2020

1. Chatbot vía WhatsApp.
2. Implementación PQR's APP y telefónico.
3. Tracking de gestión PQR's para los asociados.

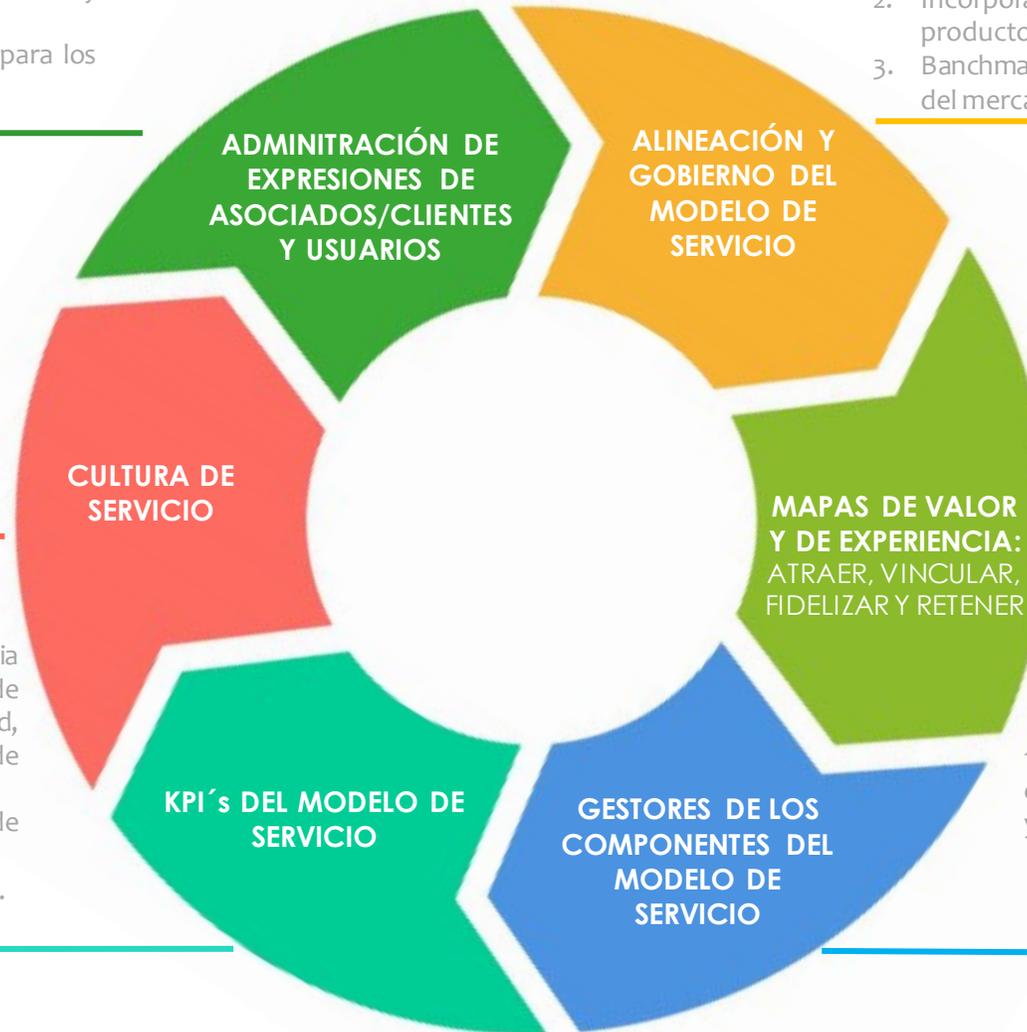
1. Alinear Modelo de servicio (MS) con el GECC.
2. Incorporar el MS en el diseño de productos/servicios.
3. Banchmarking de modelo de servicio del mercado.

1. Escuela de servicio
2. Reconocimiento y esquema de consecuencias.
3. Símbolos y ritos alrededor del servicio
4. Gestión de la resolutividad.

1. Diseño estrategia de canales.
2. Implementación Modelo de coordinador virtual operativo de experiencia canal presencial.
3. Diseño de incubadora.
4. Proyecto de fidelización.
5. Política de excepción de créditos.

1. Definición de los Kpis del MS con incidencia en indicadores económicos: NPS, retiros de asociados atribuibles a falta de resolutividad, renovación de productos, mejora de satisfacción en canales entre otros.
2. Tableros de negaciones y aprobaciones de servicios para asociados.
3. Gestión de turnos en oficinas abandonados.

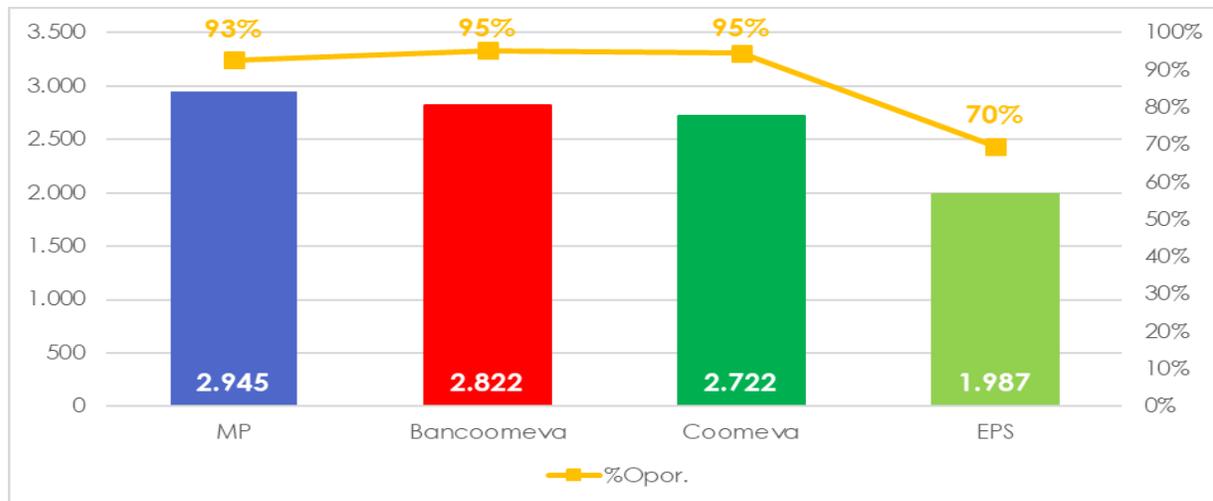
1. Acompañamiento a las regiones/empresas/ y dueños de componentes para la construcción y ejecución de sus estrategias de servicio.



## 7. Monitoreo Modelo de servicio 2019

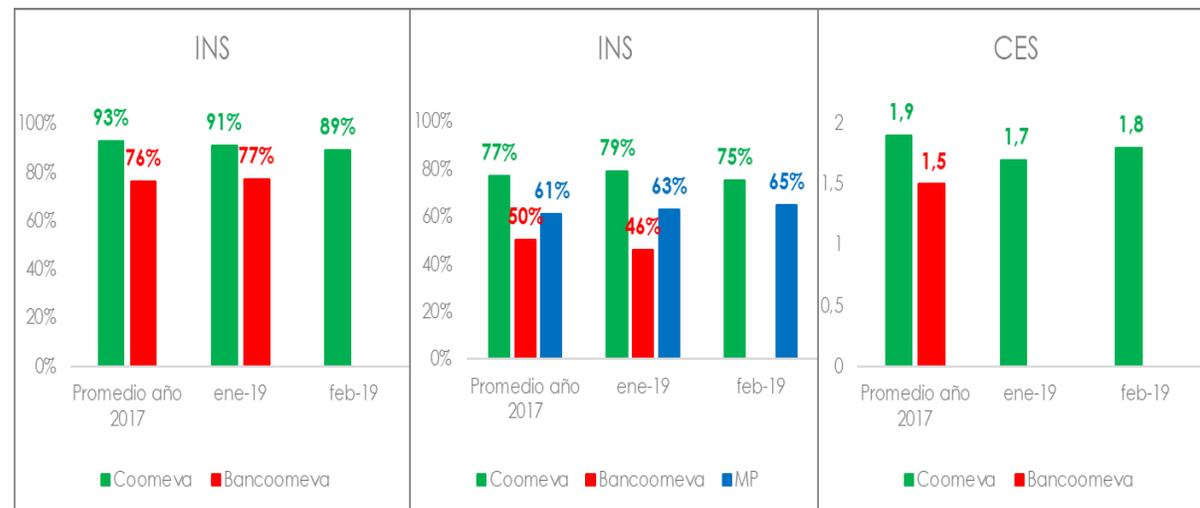
## Atentos

Meta Oportunidad: 90%



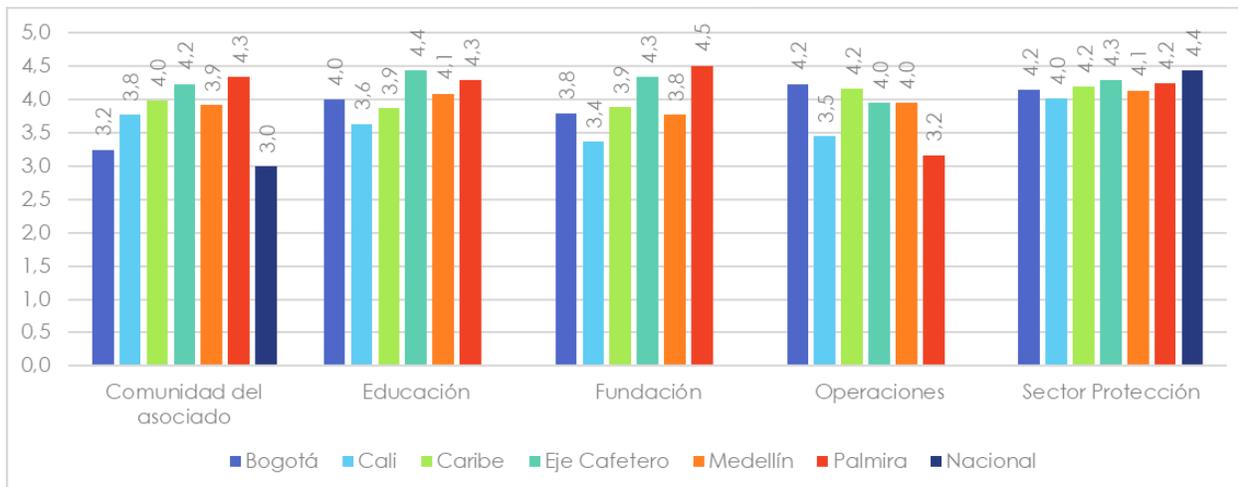
\* Volumen de enero a febrero 2019

## Indicadores de Servicio



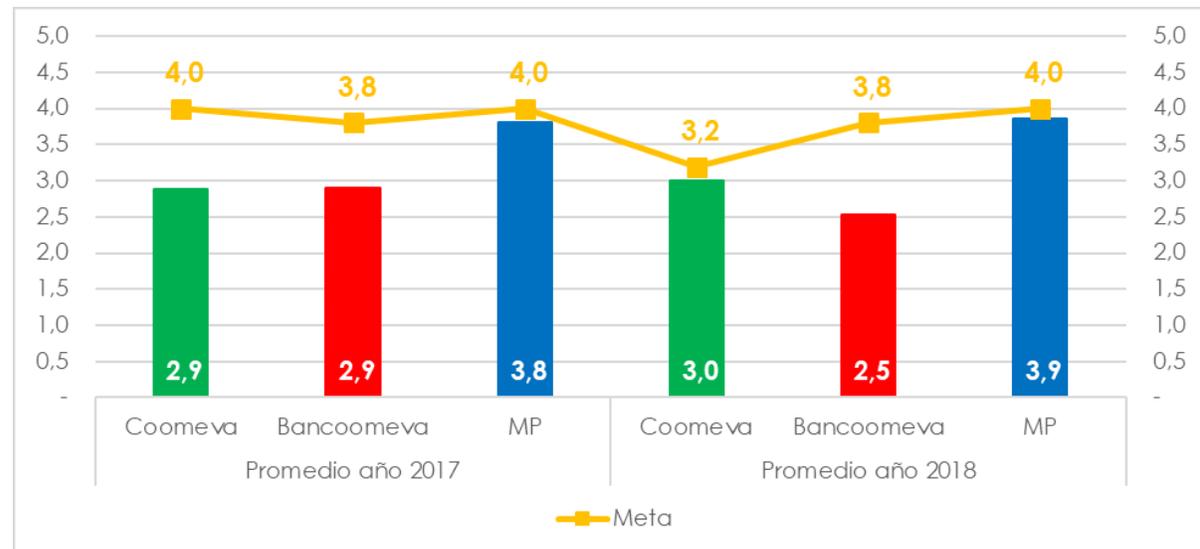
\* Resultado nacional

## Evaluación Back

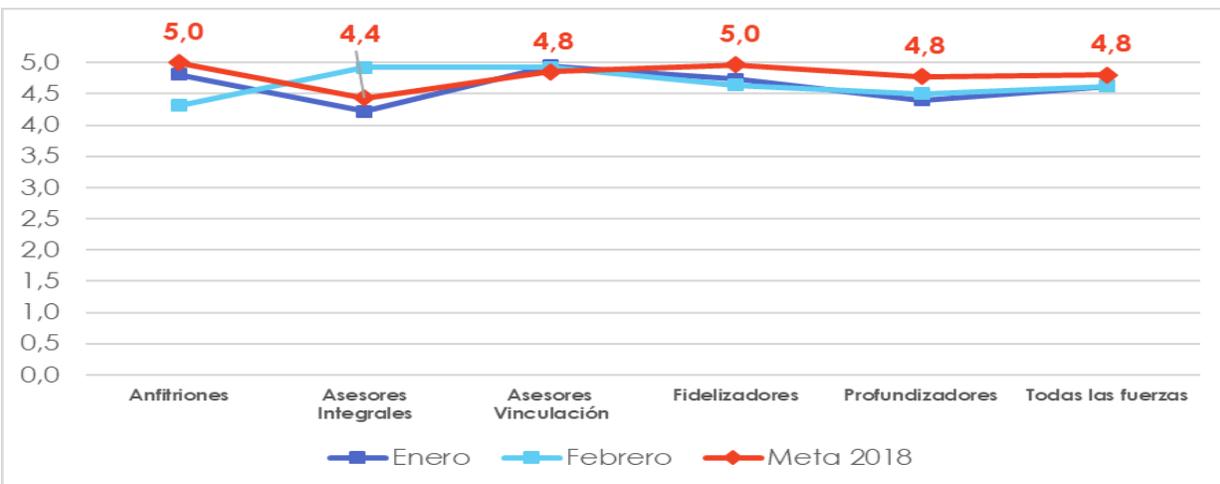


\* Resultados de Coomeva 2018

## Cliente Oculto



## Voz del Asociado



\* Resultado Coomeva

## Evaluación Back

Inicia Medición 2 trimestre 2019

## Cliente Oculto

Inicia Medición 2 trimestre 2019

# M O D E L O D E S E R V I C I O

2019

GERENCIA MERCADEO Y SERVICIO