

NISCAYAH

Vikara, del producto a la solución



¿Quiénes somos?



Bolsa de
Estocolmo
NASDAQ OMX



790

Ventas (MEUR)



17

Países



5600

Empleados

¿Y en España...?



110

Ventas (MEUR)



29

Delegaciones



1100

Empleados

¿A qué nos dedicamos?

IN CASE OF EMERGENCY



PERSONAS



INFORMACIÓN



INSTALACIONES



REPUTACIÓN

Nuestros clientes...

...más de 15.000 clientes activos

...más de 52.000 puntos de servicio
y 202.000 intervenciones

...más de 40.000 conexiones y
140.000 alarmas mensuales

...25 empresas del selectivo Ibex-35
son clientes activos de Niscayah



Cadena de Valor de Niscayah



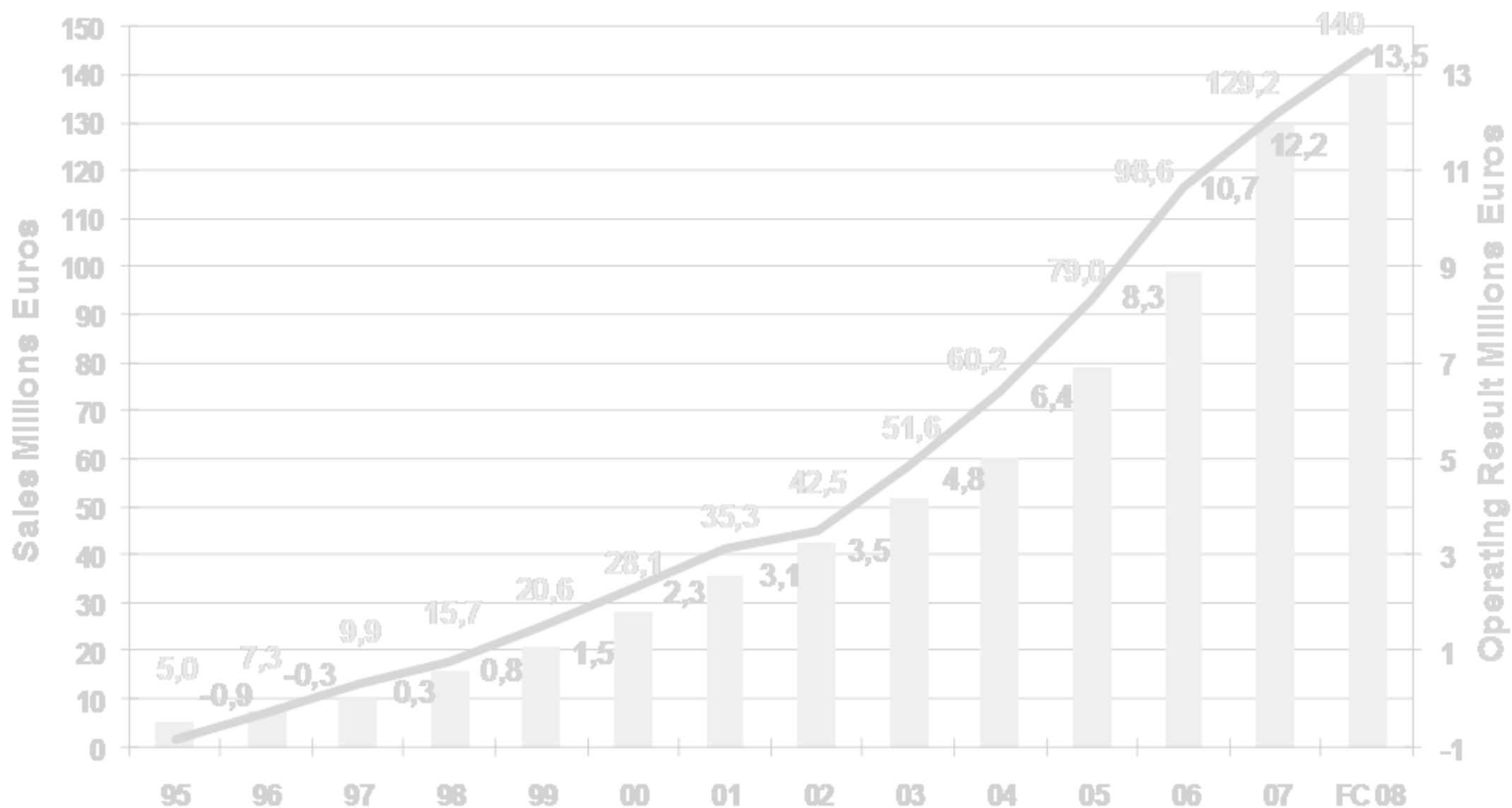
Soluciones de Seguridad

Control de Accesos 	Videovigilancia 	Detección de Intrusión 
Protección Contra Incendios 	Comunicaciones 	Telelocalización 

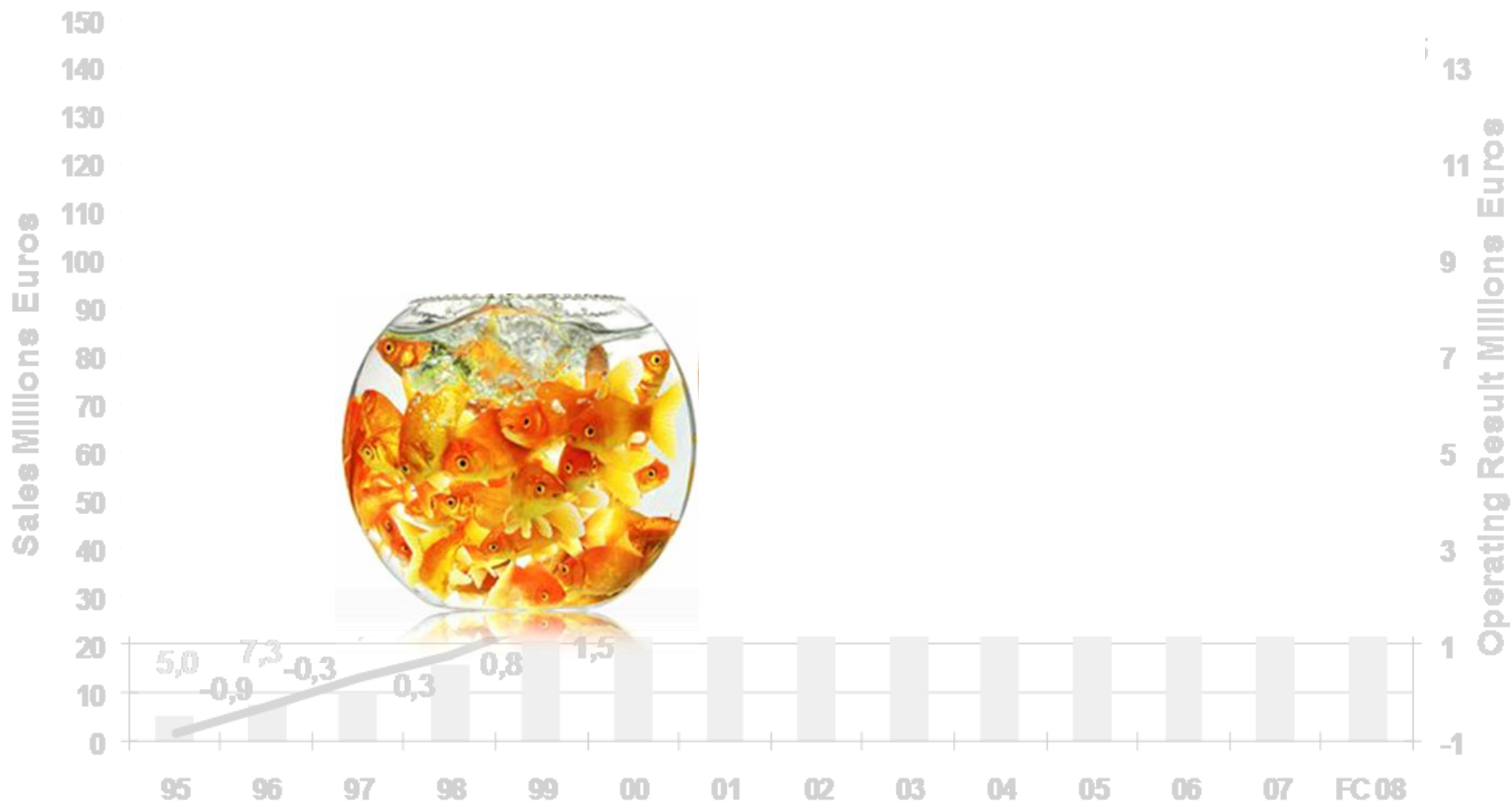
Niscayah es independiente del producto

Analiza cada situación y utiliza lo más idoneo para el cliente

Situación de partida



Situación de partida



Situación de partida



Transformación estratégica hacia un modelo de relación con clientes basado en el servicio y orientado a las relaciones a largo plazo

¿Cómo son nuestros clientes hoy?



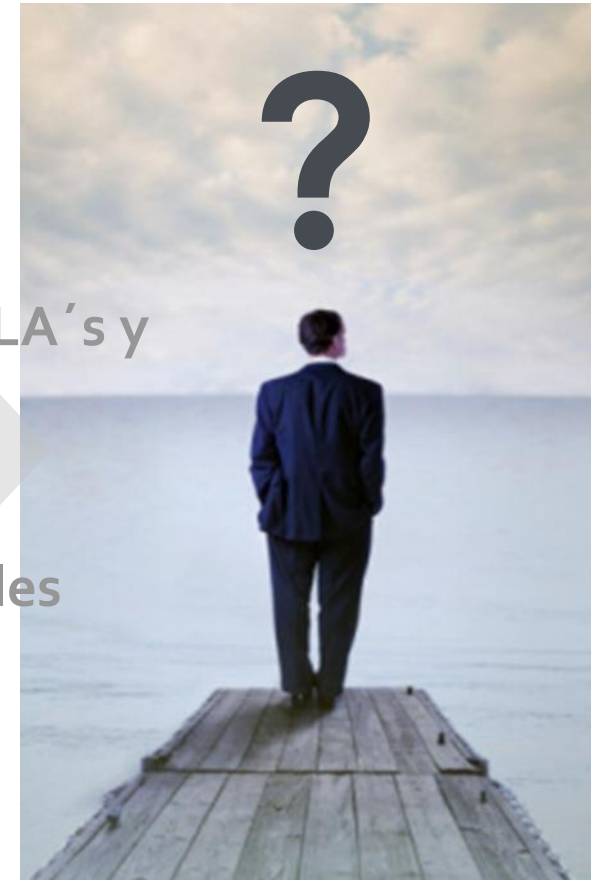
- + conocimiento
- + exigente
- + evaluado por SLA's y clientes internos
- + necesidad de soluciones globales
- + necesidad de participación

El Modelo de Relación debía responder al compromiso real de posicionar al Cliente en el centro de nuestra estrategia

¿Cómo son nuestros clientes hoy?

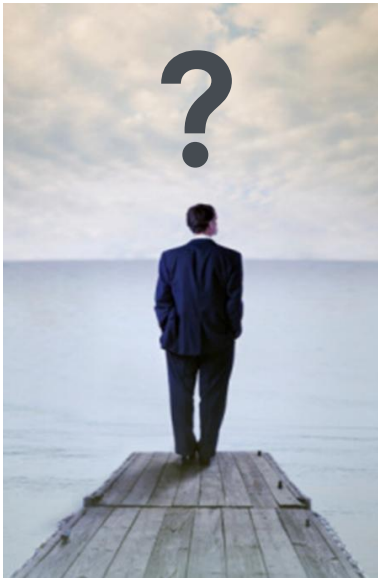


- + conocimiento
- + exigente
- + evaluado por SLA's y clientes internos
- + necesidad de soluciones globales
- + necesidad de participación



El Modelo de Relación debía responder al compromiso real de posicionar al Cliente en el centro de nuestra estrategia

¿Cómo nos ven nuestros clientes?



ANÁLISIS

¿qué cosas
hacemos bien?
¿qué debemos
mejorar?

DIAGNÓSTICO
EXPERIENCIA DE
CLIENTE

A partir del Diagnóstico iniciamos la definición de:

Modelo de Relación

Compromiso de Marca

El Cliente como centro de la estrategia

Modelo de Relación

Workshops y entrevistas con nuestros
35 mayores clientes

Conocer las **necesidades reales** del cliente y su "dolor"

Todo se hace **por y para el cliente** haya o no una relación inmediata

Dejar de ofrecer producto para ofrecer **soluciones**

Creer a través del **servicio** desarrollando **relaciones de largo plazo**

Ofrecer calidad en cada momento siendo **excelentes**

Los 7 ejes de relación con el cliente

7

Relación de confianza

Somos expertos

Cero problemas

Somos resolutivos y rápidos

Cumplimos lo que te prometemos

Te informo y te hago partícipe

Sorprender con los detalles

Hacemos marca

NISCAYAH



NISCAYAH



NISCAYAH

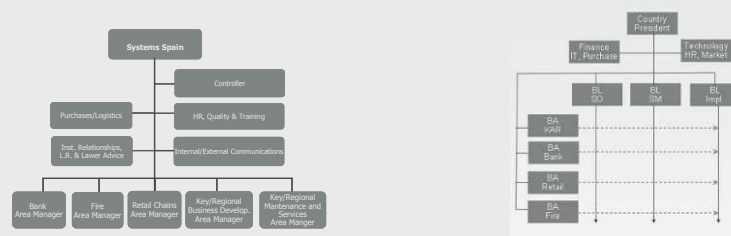
La implantación del nuevo Modelo de Relación

Para el éxito en la implantación y convertir al Cliente en el centro de la organización necesitábamos...

1

Estructura

- ✓ eficiente en recursos
- ✓ foco en el cliente
- ✓ excelencia en los procesos



funcional → matricial

2

Sensibilización

- ✓ 100% de la organización
- ✓ adaptada a cada colectivo
- ✓ incorporando a los clientes



La implantación del nuevo Modelo de Relación

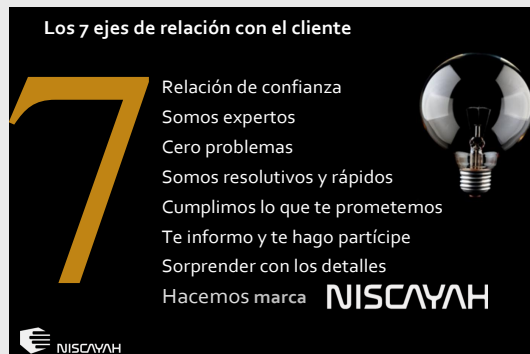
Para el éxito en la implantación y convertir al Cliente en el centro de la organización necesitábamos...

5

Reconocimiento

- ✓ alinear el esfuerzo individual con los objetivos estratégicos
- ✓ "retribuir" un verdadero cambio en el modelo de relación
- ✓ vía Gestión del Desempeño, Retribución Variable y Programa Reconoce

PROGRAMA "RECONOCE"



- ✓ cada mes se publican varios premios relacionados con un eje
- ✓ trata de reforzar conductas "excelentes" con los clientes
- ✓ siempre basado en comportamientos observables y medibles
- ✓ hay "premios" adaptados a colectivos y transversales
- ✓ reconocimiento interno de los ganadores

¿Cómo medimos el avance de la implantación?

Cuadro de Mando de Satisfacción de Clientes

- Cuadro de Mando construido sobre procesos que afectan directamente a los clientes
- Contiene **30 KPI's** de las áreas de Ventas, Operaciones y Soporte a Negocio
- Actualizado **mensualmente**
- El **Comité de Calidad** analiza la evolución de los indicadores e identifica acciones correctoras

Encuesta de Satisfacción de Clientes

- **2 oleadas anuales** de encuestas
- muestra de **145 clientes** que suponen un 35% del volumen de negocio
- grado de **satisfacción global de 7,5** sobre 10
- grado de **identificación con el modelo de 8,9** sobre 10
- solo se suspendía en "sorprender con los detalles"

Encuesta de Satisfacción de Empleados

- **69 % de participación** en 2011
- Se midió la percepción de la implantación del **Modelo de Relación**
- 4 "item" mejor valorado (sobre 8) con una **evaluación de 6,3** sobre 10

Resultados del proyecto

Crecimiento del volumen de negocio de la cartera en un 5,8 %

Reducción de la tasa de cancelación de contratos en un 32,1 %

Incremento del 9 % en el ratio de mantenimientos realizados vs. planificados

Mejora del Tiempo medio de resolución de reclamaciones de Clientes en un 56%

Mejora del ratio de llamadas atendidas en menos de 20 segundos en un 2,67 %

Índice de satisfacción de participantes en la sensibilización de 4,55 sobre 5



Innovation ^{Empowerment}
Trust