

# Estrategia de Servicio Metro

## Una historia en marcha

Enero 2014

Carmen Gloria Serrat M.  
Directora Experiencia de Viaje y Comunicación a pasajeros



Así comenzamos...



# Nuestra motivación – ¿Porqué Cambiar?

*Enfrentamos un nuevo entorno*

- **Nuestros clientes están cambiando.....** Conocen sus derechos. Planificación, información y transparencia.
- **Las empresas de servicio están cambiando .....** De servicio al cliente a experiencia de servicio
- **El sistema de transporte público de Santiago cambió.....**Transantiago desafió nuestras capacidades internas de operación y gestión
- **La información durante el viaje es clave....** Especialmente en disrupción.
- **Los pasajeros son parte del producto....** y nos piden un rol educador
- **Nos piden contener y orientar ....** Necesitan dirección
- **Las herramientas tradicionales de satisfacción no capturaban la realidad.....**



**METRO**  
DE SANTIAGO

pasa por ti

# Nuestro Desafío

Implementar una **estrategia de servicio**, centrada en la experiencia del cliente, propiciando momentos memorables y blindando sus quiebres

- 1 Cuál es el servicio - promesa
- 2 Cómo lo entrego
- 3 Cómo debo verme y comunicarlo



**METRO**  
DE SANTIAGO

pasa por ti

Trabajamos en un plan colaborativo, en donde comprender las realidades de los actores en la experiencia de viaje fue clave



El mayor desafío de la implementación es la transformación cultural implícita en la Estrategia de Servicio Metro

# Es un cambio de mirada, de foco

U  
h  
r



## Experiencia de viaje





Este cambio ha significado ajustar nuestros procesos de gestión y modelo de trabajo



**METRO**  
DE SANTIAGO

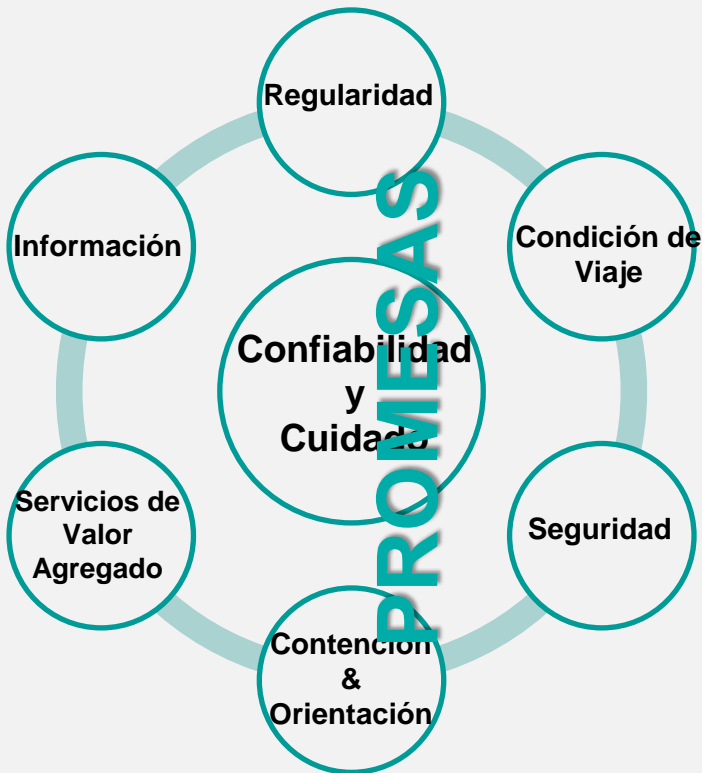
pasa por ti

Gestionar desde la percepción implica conceptualizar lo que valora nuestro cliente, traducirlo en promesas reales y hacer tracking constante

# Tracking period

## ATRIBUTOS

### Atributos de la experiencia transversal



### Productos horarios

**Día laboral Punta**

*Metro es confiable y me cuida*

**Día laboral Valle**

*Mi viaje en Metro es amable y entretenido*

**Fin de Semana**

*Metro me entretiene - es un destino de entretenimiento y me lleva al entretenimiento*

**Comunicación**

### Momentos clave del viaje

### Momentos clave del viaje



# DIAGNOSTICO

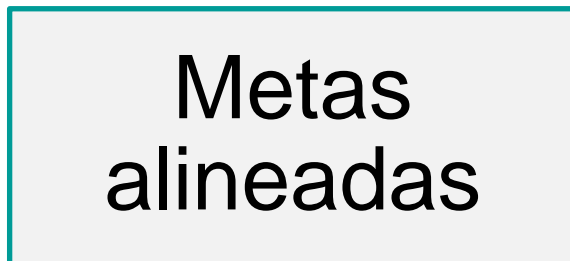


Este proceso de diagnóstico permanente, nos ha llevado a trabajar en diversos ámbitos



## Personas

- Competencias y perfiles
- Reclutamiento y Selección
- Habilitación al cargo – Inducción
- Formación



- Evaluación de desempeño
- Programas de Reconocimiento



## Evaluación de proyectos

- Criterios de priorización únicos y transversales
- Metodología estándar



**METRO**  
DE SANTIAGO

pasa por ti

- Metas de clientes corporativas
- Metas personales para áreas de impacto
- Metas para Contratistas externos

# Centrar nuestra gestión en el cliente, es un desafío permanente al que nos enfrentamos

## Mega Cambio Cultural



Si no hay disposición a hacerlo de verdad, mejor no hacerlo

Sponsorship de la Alta Dirección

Co-creación, co-creación y más co-creación

Tránsito fluido a la implementación en base a la construcciones de confianzas




**METRO**  
DE SANTIAGO

pasa por ti



# Muchas Gracias!

## Estrategia de Servicio Metro Una historia en marcha



Carmen Gloria Serrat M.  
Directora Experiencia de Viaje y Comunicación a pasajeros

