

Master en Innovación y Experiencia del Cliente 2019 - 2020

Sprint 5 – Cronograma, Resumen Ejecutivo y One Page plan

Proyecto Fin de Master

Tema:

Desarrollo de la aplicación

TodoClaro[!]
app

Integrantes:

Nathalia Paulino

Luisa Pichardo

Silvia Herrera

Mentor:

Pedro Coronado

Fecha:

Sábado 05 de diciembre 2020

2. Resumen Ejecutivo

2.1. Problema identificado

Al analizar la compañía Claro Dominicana y ver comentarios de los usuarios sobre su interacción con la empresa, identificamos que para que el cliente gestionar o utilizar sus servicios contratados, debe acceder desde múltiples enlaces o aplicaciones. También debe utilizar distintos usuarios y contraseñas para autenticarse, lo que genera malestar en los clientes porque tienden a confundir su usuario de una aplicación con otra o se ven en la necesidad de cambiar de plataforma en plataforma para hacer lograr su objetivo. Para ser específicos el cliente necesita 5 usuarios para manejar 6 aplicaciones o canales de autogestión; aun el cliente pueda con este volumen de credenciales debe acudir a otros canales para completar su solicitud. Con esta propuesta buscamos mejorar la experiencia y eliminar todos los puntos de dolor del customer journey.

2.2. Solución Propuesta

Mediante la implementación Todo Claro APP buscamos unificar bajo un mismo usuario y plataforma todos los servicios que el cliente tenga contratado con la empresa. Es decir que sea posible realizar el proceso de pago, contratación, adquisición de paquetes, música y video streaming, cloud, configuración de wifi, tracking, chat con representante, entre otras funcionalidades, en una sola aplicación en su versión Web o Mobile sin necesidad de movilizarse o llamar.

2.3. Modelo de Negocio:

A Por la naturaleza de nuestro negocio y por ser un valor añadido de autogestión, el modelo de Negocios de nuestra app es Free o gratuito, con lo que aumentamos el nivel de satisfacción de los clientes y las posibilidades de éxito de la app móvil.

La sostenibilidad de este modelo de negocios radica en que limitaremos el uso de recursos humanos y espacios físicos de atención, lo que nos generara una baja en los gastos. Además, con los productos a la venta (In-App Purchases) que tendremos en la app, sumamos un canal de venta no presencial donde los clientes pueden comprar productos y servicios de manera autónoma y con menos gastos de manejo.

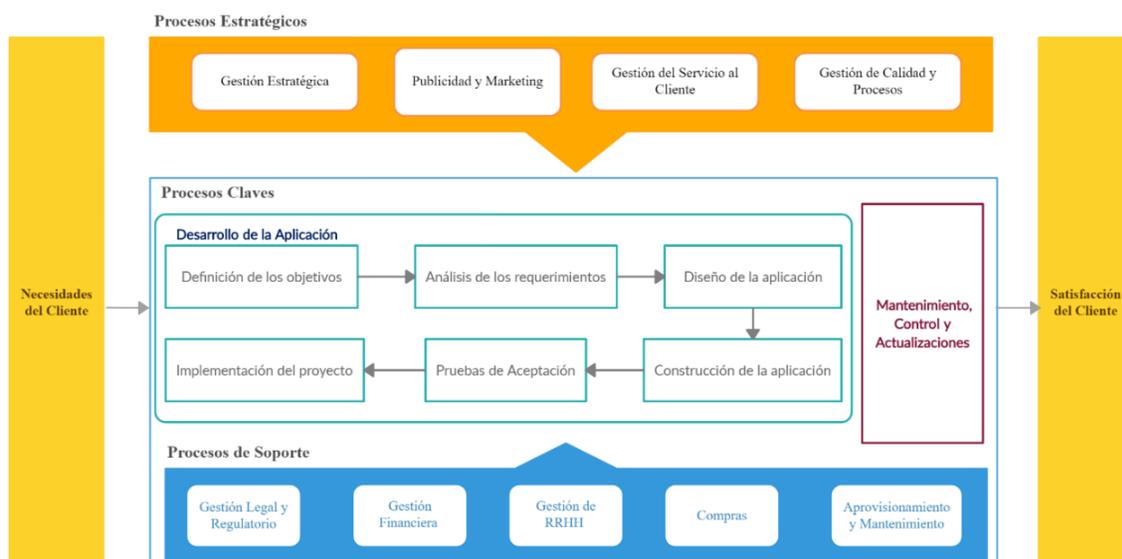
¿Qué ventajas tiene este modelo y cómo se rentabiliza? Muchos negocios con apps móviles tienen como objetivo incrementar su base de usuarios o simplemente hacer branding y con un servicio free lo consiguen. En nuestro caso, lograremos gestionar de manera efectiva las necesidades de nuestros clientes, quienes podrán servirse de

2.4. Objetivos Estratégicos:

- Aumentar los ingresos por ventas en un 10% en los próximos 2 años.
- Aumentar en un 22% los pagos de facturas de servicios desde la aplicación en los próximos 18 meses.
- Reducción en un 20% de las visitas y llamadas a los Centros de Atención al Cliente en los próximos 2 años.

2.5. Mapa de procesos:

En función de los objetivos estratégicos y operativos se han identificado los siguientes procesos:



2.6. Marketing

a) Análisis del mercado

En el mercado de las telecomunicaciones de la República Dominicana, el ISP con mayor número de líneas activas es Claro, quien posee un 53% de la cuota del mercado, consiguiente a este Altice Hispaniola un 36.6%, Viva Dominicana un 5.5%, Wind Telecom 1.8% y el 3.1% restante distribuidos en proveedores más pequeños.

Analizando los canales digitales y /o aplicaciones de los principales competidores, ninguno de ellos posee tantas facilidades y flexibilidad para el cliente como Todo Claro APP. Esto nos indica que, en comparación con el sector, dicha iniciativa marca un camino de innovación y atención diferencial basada en la voz del cliente.

b) Objetivos de comunicación

- Posicionar a Todo Claro APP en el top of mind de los consumidores, como el canal principal para realizar sus interacciones con la empresa.
- Lograr el reconocimiento de la aplicación generando tráfico y aumento de registros
- Educar al buyer persona sobre la facilidad y los beneficios de utilizar la aplicación.
- Educar al buyer persona sobre la facilidad y los beneficios de utilizar la aplicación.
- Cultivar en el consumidor que al utilizar esta herramienta está tomando acciones de prevención al no entrar en contacto con otras personas como ocurre al visitar un centro Claro.

c) Plan de comunicación

En el desarrollo de la comunicación de Todo Claro App, elaboramos un plan con una duración de 1 año para trabajar el posicionamiento y reconocimiento de la misma. Básicamente la ejecución del mismo iniciará con gran fuerza en un primer trimestre y en el segundo se hará una labor de revisión mientras se continua con una promoción de mantenimiento. Luego de esto se retomará la intensidad en un tercer trimestre para pasar

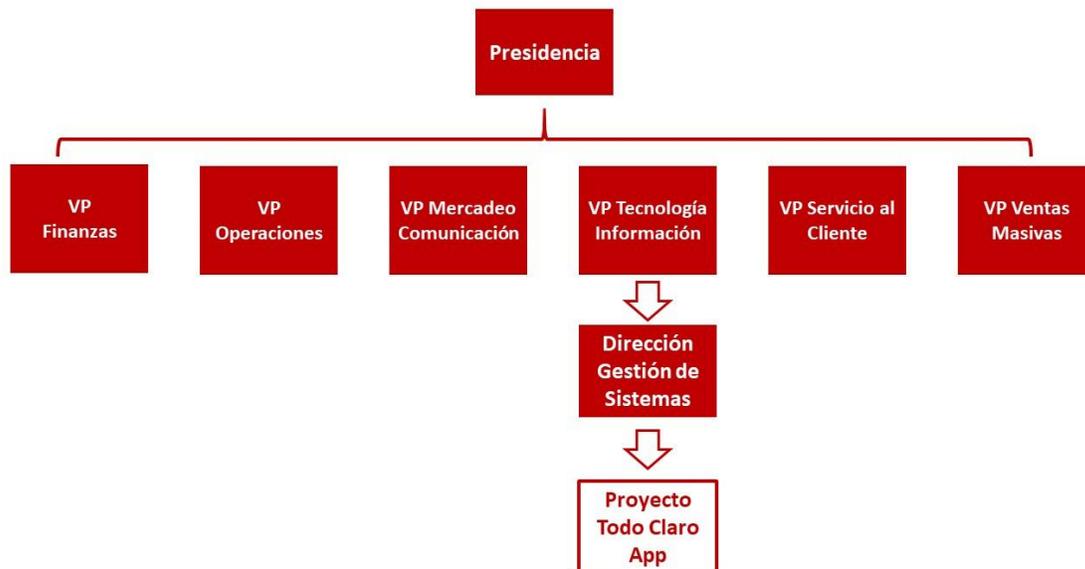
a una revisión final del rendimiento. Esto aplica para tanto para la comunicación interna como la externa.

2.7. Recursos Humanos

El equipo encargado de poner en funcionamiento la App Todo Claro estará compuesto por varios profesionales, porque como sabemos desarrollar una aplicación móvil no es algo de lo que se pueda encargar una sola persona.

- Desarrollador/es de aplicaciones móviles
- Desarrollador backend
- Analistas Voz de Cliente
- Equipo Atención Personalizada
- Scrum Master

2.7.1. Organigrama



2.8. Plan De Financiación

	1	2	
Ingresos por ventas	24.22	39.59	
Beneficio neto	3.68	5.99	
Inversión Inicial	0.66		
FC Operativo	174.16	191.81	
Coste Capital	10%		Promedio
ROI	557.58%	907.58%	732.58%
VAN (Valor Actual Neto)	\$316.19		
TIR (Tasa Interna de Rentabilidad)	26397.56%		

* Plazo de retorno de la inversión: Se recuperaría en el primer año; Valor de Beneficio neto corresponde solamente a la App.

Los resultados correspondientes a los valores de evaluación de la inversión en el desarrollo de la App Todo Claro son bastante favorables y plantean un excelente panorama para su implantación en la empresa. Es importante destacar que la inversión que se realizará en este proyecto de mejora se estaría recuperando en el primer año de operación; de igual modo, la tasa interna de rentabilidad arrojó un valor de 26397.56% lo que confirma lo favorable que es proceder con su ejecución.

3. One Page Plan

A continuación, presentamos el cuadro de mando estratégico de todo el proyecto de desarrollo de la herramienta, el cual toca los principales puntos (problemática, beneficios para el cliente - empresa y rentabilidad) del mismo en una sola página.

¿Qué es Todo Claro App?

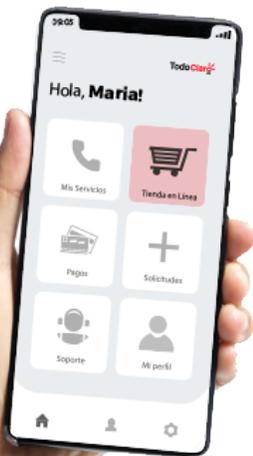
Es una Canal de Atención al Cliente totalmente digital que ofrece al usuario la flexibilidad de gestionar, adquirir, reportar o solicitar todos los productos que desee con Claro Dominicana.

Beneficios para el cliente

- ✓ Acceso desde su Móvil o Web
- ✓ Disponibilidad de asistencia 24 horas al día desde el lugar donde se encuentre
- ✓ Eliminación de procesos de contratación presenciales
- ✓ Información oficial y actualizada en el momento que lo desee

Beneficios para la empresa

- ✓ Unificación de todos los canales presencial, telefónico y web
- ✓ Ahorros en costes operativos
- ✓ Aumento de % de penetración digital y ventas
- ✓ Centralización de los datos

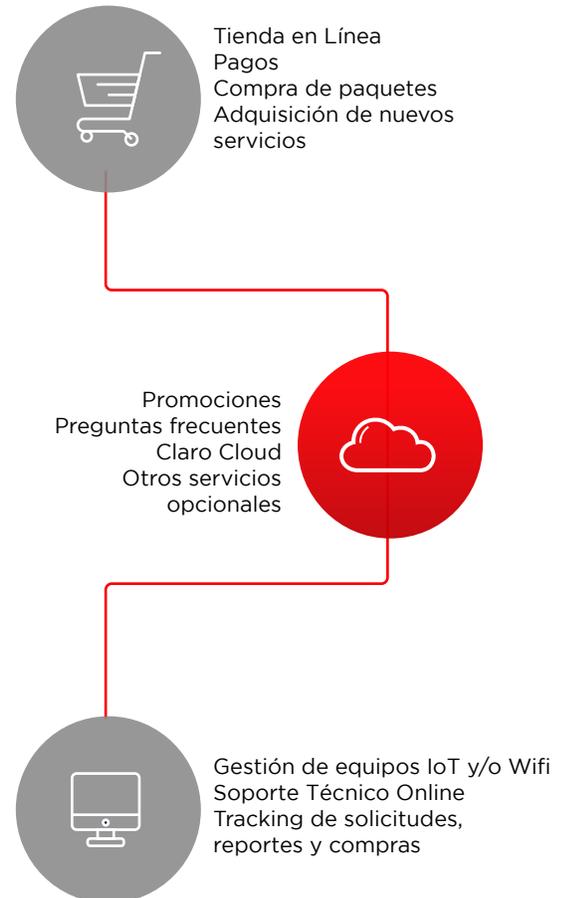




TARGET
 Sexo: Hombres y Mujeres
 Edad: 22-45 años
 Activos laboralmente
 Localidad: República Dominicana

Para alcanzar este buyer ideal, se empleará un plan de comunicación durante 1 año para lograr el posicionamiento y reconocimiento de la herramienta no solo para el cliente externo sino también el interno.

Funcionalidades



★ Modelo de Negocios Free o gratuito

con funcionalidad de In-App Purchase

INDICADOR	Año 1	Año 2	Promedio
ROI	557.58%	907.58%	732.58%
VAN	\$316.19		* Plazo de retorno de inversión será en el primer año.
TIR	26397.56%		

Los resultados correspondientes a los valores de evaluación de la inversión en el desarrollo de la App Todo Claro son bastante favorables y plantean un excelente panorama para su implantación en la empresa.

El equipo detrás de Todo Claro App



Nathalia Paulino



Luisa Pichardo



Silvia Herrera