

Arion People Phone Care: todo el ciclo de

Su vocación transnacional acompaña a esta empresa desde el momento de su creación (2004). Con dos plataformas, una en Coslada (Madrid) y otra en Santo Domingo (República Dominicana), su objetivo es seguir abriendo nuevos centros tanto en España como en Latinoamérica. Basa su estrategia para crecer en ofrecer servicios que cubran todo el ciclo de vida del cliente.

En una industria tan competitiva como ésta, en la que hay compañías que llevan años instaladas en el mercado, abrirse camino puede resultar algo complicado. Sin embargo, los responsables de Arion han confiado en sus experiencias profesionales para unir fuerzas y configurar unos servicios adecuados a las necesidades de sus clientes. “Quienes están detrás de Arion cuentan en su haber con un bagaje extraordinario en la realización de soluciones a clientes y casos de éxito, tanto en posiciones directivas en el lado de la industria del *contact center*, como en el lado del cliente; incluso en posiciones de alta dirección, en las que han sido usuarios y compradores principales de servicios. Esa visión nos permite identificar qué tipo de necesidades siguen sin estar satisfactoriamente cubiertas en la oferta de servicios de otras compañías. Estamos convencidos de la oportunidad de contribuir al éxito de nuestros clientes allí donde otros no llegan”, señala **Laura Gómez López-Linares**, responsable de Operaciones de Arion.

Bazas a su favor

Este conocimiento de la industria en la que se ha implantado la compañía, ha ayudado a sus responsables a desarrollar un catálogo de soluciones concebidas con visión global sobre las necesidades de operación de las empresas. Y sobre ello construyen la solución personalizada que mejor satisfaga cada caso concreto. “Diseñamos la solución con una estructura de proyectos que consigan resultados a corto plazo mientras se cimienta la estrategia de nuestra colaboración a largo plazo”, apunta Laura Gómez.



Fuente: Arion People Phone Care.

Esta fórmula está consiguiendo aportarles buenos resultados y les está ayudando a marcar diferencias en el plano de eficiencia operativa. “En este sentido, nuestros diferenciales tienen que ver con el conocimiento que acumulamos de cada cliente final, al que están orientados nuestros procesos

Su target se focaliza en organizaciones de tamaño medio, en las que su grado de externalización de servicios sea moderado.

de operación internos, y con la elaboración de fórmulas de realimentación de esa información. Disponemos ya de experiencias satisfactorias en la solución de gestión de deuda o en la de fidelización y venta cruzada”, destacan desde la compañía.

De momento, la compañía cuenta con presencia en los sectores de medios de comunicación, banca y *retail*, y actualmente desarrolla labores de

RECURSOS LOGÍSTICOS DE LA COMPAÑÍA

Estos son los principales elementos de la plataforma tecnológica multicanal con la que trabaja Arion.

- Sistema de comunicaciones s8500.
- Facilidades RDSI - IP - IVR.
- Estadísticas online, tarificación de llamadas, monitorizaje, grabación de llamadas.
- 90X 80X.
- BBDD: Oracle 9i.
- Entorno CTI Presence.
- Automarcador Predictivo/Progresivo.
- Gestión de estrategias para llamadas entrantes.
- Creación de *scriptings* para cada acción/cliente.
- Gestión emails, fax, SMS.
- Herramientas de Colaboración web.
- Sistema Grabación de Llamadas on demand.
- Cluster Dell - Windows 2008 Server.

comunicación para los sectores de telecomunicaciones y distribución.

Hoy por hoy, el *target* de Arion se focaliza en organizaciones de tamaño medio, en las que su grado de externalización de servicios sea aún moderado. También se dirigen a ciertas áreas de grandes organizaciones en las que su especialización sea un factor diferencial. Y es en este punto en el que basan su crecimiento, en desarrollar soluciones específicas sobre la base de un *portfolio* de productos reducido, pero en el que aportan una gran experiencia. Así se centran en soluciones de gestión y recuperación de deuda, asistencia técnica integral, investigación de mercado y satisfacción de clientes, y el ciclo de fidelización y retención de clientes finales.

Además de lo señalado, la compañía también oferta al mercado soluciones de transformación de servicios y de gestión de calidad, basadas ambas en metodologías de organización industrial y de formalización de procesos, que ayudan a las empresas a ejecutar los cambios en los modelos de atención a clientes asegurando una estrategia de “coste 0”, no sólo

vida del cliente en sus manos



DATOS DE LA COMPAÑÍA

Fecha de inicio de la empresa: 2004

Algunos clientes de la compañía en España:

- Grupo Unidad Editorial
- Grupo Intereconomía
- Club Internacional del Libro
- QDQ
- La Razón
- Alcampo
- Grupo Acciona.

Número de plataformas: Dos, una en Colsada (Madrid) y otra en Santo Domingo (República Dominicana).

Nº total de empleados: 720 (620 en la República Dominicana y 100 en España).



Arriba, a la derecha, Laura Gómez, directora de Operaciones de Arion. El resto de las imágenes pertenecen a las plataformas de Santo Domingo y Colsada (Madrid).



desde el punto de vista económico, sino sobre todo desde la percepción del cliente final.

Por qué el mercado español

A pesar de la madurez de la industria de los servicios de *contact center* en el mercado nacional, los responsables de Arion creen que hay bastante margen de crecimiento, especialmente, para sus soluciones referidas al ciclo de vida de los clientes. “Pensamos que la expectativa de externalizar procesos en las organizaciones es todavía elevada. Nuestra economía, más aún en tiempos de crisis, debe disponer de soluciones imaginativas que simplifiquen la operación del negocio principal de las empresas”, señala Laura Gómez.

Y en esta externalización de procesos, el *offshore* surge como una oportunidad más a estudiar por las empresas españolas. “La deslocalización internacional tiene ventajas bien conocidas ya por el mercado español. No obstante,

la experiencia de los últimos años nos ha indicado que son necesarios esfuerzos adicionales para consolidar las ventajas económicas. Arion incide en las actividades de formación y fidelización del trabajador, y de co-gestión con nuestro cliente, para asegurar el éxito de las actividades de *offshore*”, recuerda la responsable de Operaciones de Arion.

La distribución actual de las plataformas de Arion está diseñada para cubrir varios mercados. El centro de la República Dominicana, por cultura y ubicación, está principalmente destinado al mercado norteamericano de habla inglesa, lo que no quiere decir que desde él se dejen de cubrir servicios para clientes españoles.

Recursos Humanos

Los responsables de la compañía destacan como otra de sus bazas diferenciadoras, su política de Recursos Humanos. “Como es lógico en este negocio,

“El centro de la República Dominicana, por cultura y ubicación, está principalmente destinado al mercado norteamericano de habla inglesa”.

los valores que más tratamos de cuidar son aquellos que tienen que ver con las personas que trabajan en Arion. Nuestro nombre ya lo indica (*people care*..), y empezamos aplicando el concepto dentro de nuestra propia organización. Y esto, se percibe en cada contacto que realizamos”, afirma Laura Gómez.

Tal vez esta preocupación por las personas que trabajan en la compañía sea lo que influya directamente en que los índices de rotación sean bajos. Los responsables de esta compañía apoyan la afirmación en el hecho de disponer de servicios en los que la antigüedad media de los gestores es de cuatro años. “Nuestro clima laboral es excelente y la flexibilidad que proporcionamos para la conciliación familiar es diferencial”, concluyen. 