



Servicios de Valor Agregado?

En *Esmoviles* nos preocupamos por nuestros clientes. Por eso llamamos a más de **800 usuarios** de nuestra comunidad **AMIGO** en **10 países de Latinoamérica y Africa** para preguntarles su opinión sobre nuestro servicio (en particular) y los servicios de valor agregado (en general). Estos son los resultados, aprendizajes, y lo que estamos haciendo para mejorar!

RESUMEN EJECUTIVO

Cuándo y a quienes?

La encuesta se realizó durante los meses de Marzo y Abril del 2013 a usuarios de nuestra comunidad de AMIGO seleccionados aleatoriamente en Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú y Kenya.

- Todos los entrevistados tienen un celular prepago y han pagado por nuestro servicio al menos una vez en la semana anterior a la llamada.
- 51% hombres, 49% mujeres
- Edad promedio: 30.6 años
- El 47% de ellos viven en zona urbana

Resultados

- El 70% de los entrevistados no recuerdan como entraron al servicio. Del 30% restante, la mitad se enteró por campañas SMS.
- El 73% de los usuarios tienen una opinión excelente o buena del servicio. El 27% regular o mala.
- Los problemas más comunes reportados son los cobros, la baja calidad en los contenidos y problemas relaciones con la mecánica de interacción del servicio.
- El 43% de los usuarios quieren más interacción, el 18% más y mejores contenidos y tan solo el 3% quieren más promociones con grandes premios.

Aprendizajes y Acciones

- Los servicios de valor agregado se deben diferenciar y crear más valor. **Acciones:** Nuevo servicio: **Deseo**
- Nuestros clientes, aunque prepago, quieren más interacción. **Acciones:** Integración con Facebook. Nuevo servicio: **Mi Aldea**
- La industria debe pensar diferente al crear y promocionar servicios. **Acciones:** Nuevo servicio: **CumpleAlertas**
- Las métricas de nuestro negocio deben complementarse con otras herramientas que midan satisfacción de clientes.

La Encuesta

Seleccionamos aleatoriamente a más de 800 usuarios de nuestra comunidad AMIGO en 10 países



49% - 51%



47% vive en zona urbana



30.6 años de edad en promedio

COMUNIDAD AMIGO

Nuestra comunidad AMIGO trae el concepto de la web 2.0 (contenido generado por el usuario) al mundo de los celulares pre-pago. Las personas envían mensajes sin costo para unirse a la comunidad, enviar su perfil y participar en actividades de interacción.

Nuestros moderadores seleccionan 2 o 3 mensajes de los recibidos y los reenvían diariamente a todos los miembros de la comunidad.

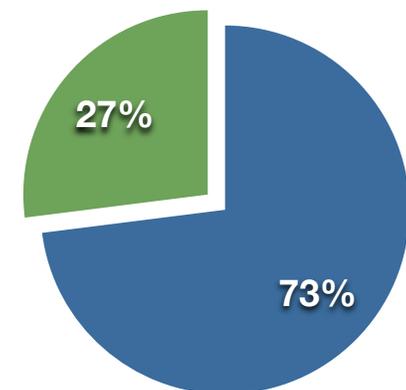
Ejemplo de mensaje enviado: *Hola, me llamo Laura, soy de Medellin busco amigos de 20 a 25 años, tengo 19. Interesados llamar al cel numero 783241926*

Cómo conocieron el servicio?

Los servicios de valor agregado no generan recordación

No recuerdan el servicio o como accedieron a el	70%	
Recuerdan el servicio y se enteraron...	30%	
	Por un mensaje de texto	49%
	Recomendados por amigos	14%
	Por televisión	10%
	Por internet	4%
Por radio	3%	

Cuál es su opinión del servicio AMIGO?



- Excelente o Bueno
- Regular, Malo o No Responde

Qué no les gusta del servicio?

Problema	%	Comentarios
Cobros	26%	<i>Me hacen cobros muy seguido El saldo se me va</i>
Problemas de interacción	8%	<i>Las instrucciones no son claras Las especificaciones al suscribirse son cansanas</i>
Baja calidad en contenido	5%	<i>No he podido conocer a otras personas Cuando contacto a alguien, no es quien dice ser Las personas no contestan</i>

Qué quieren los usuarios?

Lo que el usuario quiere	%
Más interacción	43%
Mejores contenidos / Más detalle de los usuarios	18%
Promociones y grandes premios	3%

Los usuarios pre-pago también quieren más interacción y calidad

Los usuarios cada vez creen menos en las super promociones

Quiero más contactos, más nombres, más mensajes

Más información de las personas suscritas

Promociones y premios por estar en el servicio, no por entrar!

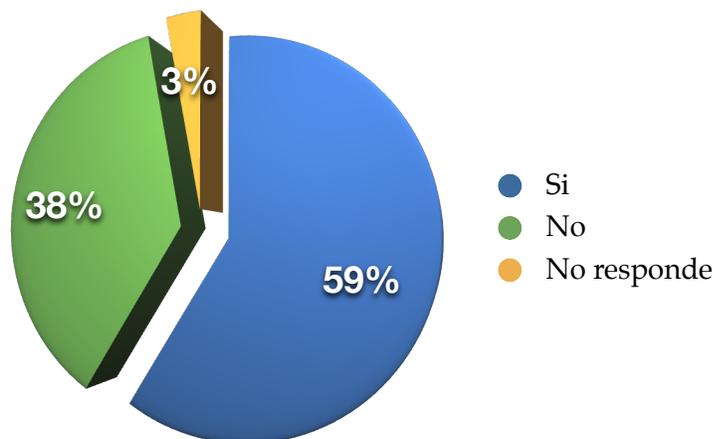
Mensajes positivos, que me alegren el día

Minutos para llamar a los amigos y conocerlos



Recomendaría el servicio de AMIGO?

Nuestro servicio de AMIGO genera valor.
6 de cada 10 usuarios lo recomendarían



Aprendizajes y Acciones

Después de hablar con nuestros usuarios, hemos aprendido que:

1

Los servicios de valor agregado que quieran perdurar en el tiempo deben diferenciarse, tener más recordación y generar más valor en la vida de los usuarios.



Comunidad de DESEO

Nuestros usuarios envían su DESEO a un código corto. Nosotros les enviamos mensajes de motivación y superación personal cada día. Cada cierto tiempo seleccionamos algunos usuarios y cumplimos sus deseos.

Comerciales Diferentes

Nuestros usuarios cuentan sus historias. Haz click en las imagenes para ver algunos ejemplos



Envío de mensajes positivos

Ejemplo: *Disfruta de las cositas que pueden parecer intrascendentes. Un día las recordarás y reconocerás su importancia.*

Mayor recordación

Al llamar a los ganadores, los usuarios recuerdan el servicio, cuando entraron y lo que han enviado!

2

Nuestros usuarios, aunque en su mayoría tienen planes pre-pago, quieren usar sus celulares para interactuar más con el mundo, de acuerdo a sus capacidades de pago.



Integración con Facebook

Facebook es el complemento perfecto para incrementar las posibilidades de interacción de los celulares pre-pago

Mayor Interacción

Facebook facilita la interacción más allá de los 2 o 3 mensajes recibidos al día por los usuarios.

También permite interacción multi-operador y multi-país.

Mayor valor por estar en el servicio

Usando herramientas como *Likes* podemos generar oportunidades de interacción para los usuarios que son parte del servicio, motivándolos a que se queden más tiempo





El auge de los servicios OTT (Over the Top) se incrementa cada día. Estos servicios requieren teléfonos inteligentes con plan de datos (o una conexión a internet), no son del todo confiables, y no generan ingresos para los operadores.



Servicio: Mi Aldea

Este servicio permite a los usuarios crear sus propios grupos e interactuar con ellos via SMS por un bajo costo semanal.

El servicio fue probado en un operador y en 90 días los usuarios crearon más de 300 grupos (de 15 personas en promedio), interactuando a una tasa de más de un millón de mensajes al día

3

La forma en que la industria ha diseñado y comercializado los servicios ya no funciona. Hay que pensar en nuevas ideas y nuevos canales de promoción y registro de usuarios



Servicio: Cumple Alertas

Cumple Alertas te envía un mensaje de texto cada día con los cumpleaños de tus amigos, según la información de Facebook.

El servicio se promociona por internet y facebook, se cobra independiente del número de mensajes recibidos, y está diseñado para generar valor a todos los usuarios, en especial los de planes pre-pago.



4

Las métricas de nuestro negocio (altas, ingresos, cobrabilidad) deben complementarse con otras herramientas que midan satisfacción de clientes

Chat Servicio al Cliente

Queremos que nuestros usuarios reconozcan los mensajes de nuestra empresa y que nos contacten en caso que lo requieran

- Thanks for contacting us! To better serve you, please fill out the form below and click the Start Chat button.
 - Gracias por contactarnos! Para un mejor servicio, por favor diligencie el siguiente formulario y haga clic en la opción Inicio de Chat.

Name:

Email:

Initial Question:

Powered by: [Axesnet S.A.S](#)

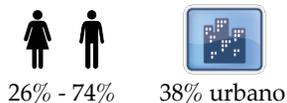
Mejores Métricas y Mejor Servicio al cliente

Es importante medir la interacción de los usuarios, la cobrabilidad durante una promoción y comenzar a premiar a los mejores usuarios.

También debemos facilitarle al cliente el contacto con nosotros y responder por nuestros productos.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA POR PAIS EN ORDEN ALFABETICO

 Colombia

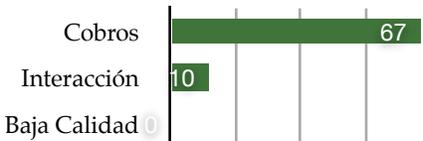


Edad promedio: 30.2
Edad mínima: 20
Edad máxima: 44

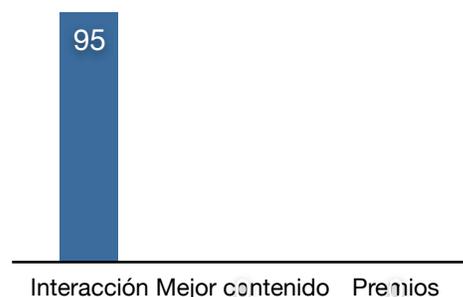
Cómo se enteró del servicio?



Lo que más les disgusta - %



Qué quieren los usuarios? - %



 Costa Rica

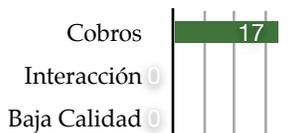


Edad promedio: 27.7
Edad mínima: 18
Edad máxima: 42

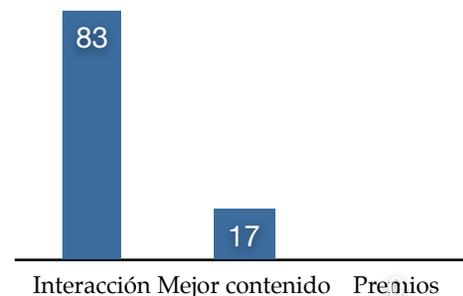
Cómo se enteró del servicio?



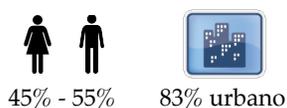
Lo que más les disgusta - %



Qué quieren los usuarios? - %



 Ecuador



Edad promedio: 29.1
Edad mínima: 25
Edad máxima: 39

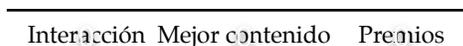
Cómo se enteró del servicio?



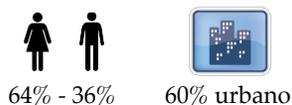
Lo que más les disgusta - %



Qué quieren los usuarios? - %



 El Salvador



Edad promedio: 32.1
Edad mínima: 18
Edad máxima: 60

Cómo se enteró del servicio?



Lo que más les disgusta - %

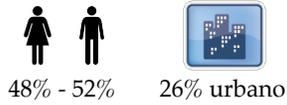


Qué quieren los usuarios? - %



RESULTADOS DE LA ENCUESTA POR PAIS EN ORDEN ALFABETICO

 **Guatemala**



Edad promedio: 32.9
Edad mínima: 18
Edad máxima: 63

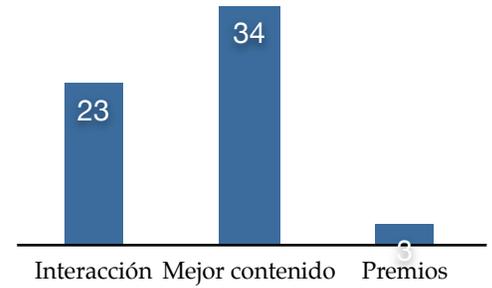
Cómo se enteró del servicio?



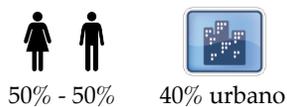
Lo que más les disgusta - %



Qué quieren los usuarios? - %



 **Honduras**

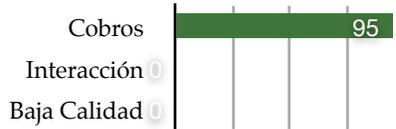


Edad promedio: 26.4
Edad mínima: 18
Edad máxima: 75

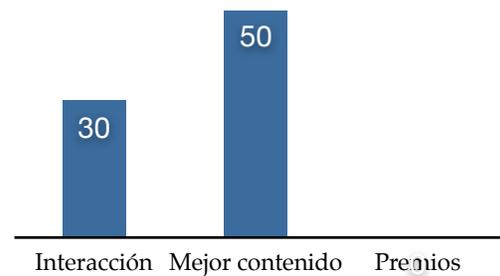
Cómo se enteró del servicio?



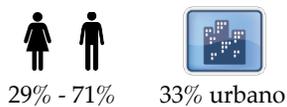
Lo que más les disgusta - %



Qué quieren los usuarios? - %



 **Kenia**



Edad promedio: 23.7
Edad mínima: 16
Edad máxima: 33

Cómo se enteró del servicio?



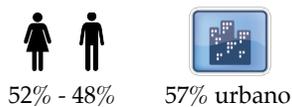
Lo que más les disgusta - %



Qué quieren los usuarios? - %



 **Nicaragua**



Edad promedio: 26.3
Edad mínima: 16
Edad máxima: 50

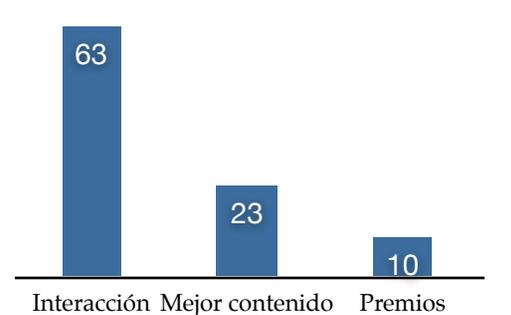
Cómo se enteró del servicio?



Lo que más les disgusta - %



Qué quieren los usuarios? - %



RESULTADOS DE LA ENCUESTA POR PAIS EN ORDEN ALFABETICO

 Panamá



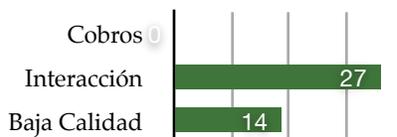
Edad promedio: 39.6
Edad mínima: 17
Edad máxima: 66



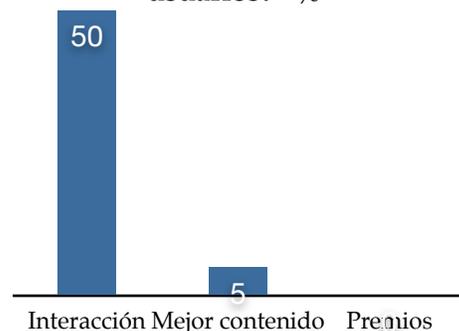
Cómo se enteró del servicio?



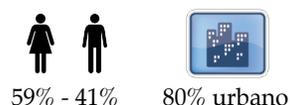
Lo que más les disgusta - %



Qué quieren los usuarios? - %



 Perú



Edad promedio: 32.3
Edad mínima: 14
Edad máxima: 63



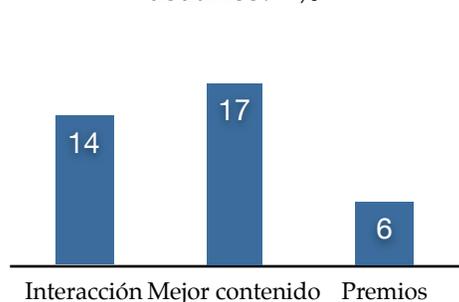
Cómo se enteró del servicio?



Lo que más les disgusta - %



Qué quieren los usuarios? - %



NUESTRA EMPRESA - CREANDO LA CATEGORIA DE VAS



La comunicación siempre ha estado presente en la vida de los humanos. Desde nuestros orígenes, cuando compartíamos información por medio de dibujos o señales de humo.

Ninguna otra criatura puede expresar ideas tan complejas con tanto detalle, o puede transmitir pensamientos sin estar frente a frente.

Siempre hemos buscado estar conectados y vivir en comunidades. Hoy, gracias a la tecnología móvil tenemos acceso constante a nuestros amigos, información, entretenimiento, servicios y noticias. Somos ciudadanos del mundo. Las aldeas de hoy no tienen fronteras y cada día es más difícil diferenciar entre la vida en línea y la vida real.

Por eso creamos Aldeamo, para facilitar la vida de las personas. Tenemos más de 19 años de experiencia en tecnología web y móvil en países en vías de desarrollo y creemos firmemente que podemos dar una mejor calidad de vida a las personas ayudándoles a enviar y recibir información relevante y valiosa en cada momento y desde cualquier lugar.

Hoy las comunidades están volviendo a su esencia: acercarnos y hacernos la vida más fácil. Gracias a la tecnología, estamos viviendo el resurgimiento de la aldea. Una aldea evolucionada. Una aldea móvil.

Por eso desde hoy somos **Aldeamo**.