

Tabla de Contenido

Introducción	1
1. Antecedentes generales	3
1.1. Caracterización de la empresa	3
1.2. Servicios Ofrecidos	4
1.3. Clientes	5
1.4. Marco institucional	6
1.5. Tendencias del mercado	7
2. Descripción del proyecto	11
2.1. Área de la empresa	11
2.2. Justificación del problema	12
2.3. Oportunidades del proyecto	15
2.3.1. Aumentar capacidad en cuellos de botella	15
2.3.2. Caracterización de los clientes de acuerdo con sus necesidades y usos de los servicios	15
2.3.3. Gestión multicanal y conocimiento del cliente	15
2.4. Objetivos	16
2.4.1. Objetivo general	16
2.4.2. Objetivos específicos	16
2.5. Metodología escogida	16
2.6. Alcances	18
3. Marco Conceptual	19
3.1. Rediseño de procesos	19
3.2. Transformación digital	19
3.3. Estrategia Competitiva	20
3.4. OCR: Optical Character Recognition	21
3.5. RPA Robotic Process Automation	21
3.6. Modelo de atención multicanal	23
3.7. CRM: Customer Relationship Management	23
3.8. Embudo de conversión	24
3.9. Internet de las cosas	25
3.10. Big Data	25
3.11. Computación en la nube o Cloud Computing	26
3.12. Speech analytics	27

3.13. Segmentación y Targeting	28
3.14. Neuroventas	28
3.15. Firma electrónica	28
4. Desarrollo de Metodología	30
4.1. Definición	30
4.1.1. Levantamiento situación actual	30
4.1.2. Diagramas AS-IS	33
4.1.3. Definición indicadores objetivo	34
4.2. Medición	36
4.2.1. Medición de indicadores	36
4.2.2. Embudo de conversión AS-IS	40
4.3. Análisis	42
4.3.1. Análisis de competitivo	42
4.3.2. Benchmarking proceso de contratación servicios móviles B2B	45
4.3.3. Análisis FODA	47
4.3.4. Análisis de mercado	47
4.3.5. Segmentos de mercado	48
4.3.6. Targeting	49
4.4. Mejora: Propuestas de Rediseño	50
4.4.1. Automatización para el aumento de capacidad de procesamiento de solicitudes	51
4.4.2. Modelo de atención multicanal	57
4.4.3. Analítica de discursos	59
4.4.4. Gestión diferenciada de segmentos de clientes	60
4.4.5. Neuromarketing para capacitación de ejecutivos	61
4.4.6. Firma Electrónica	62
4.4.7. Evaluación económica del proceso rediseñado	62
4.5. Control	67
4.5.1. Controles de tiempos	67
4.5.2. Controles del conversión	68
4.5.3. Controles Globales	70
4.5.4. Gestión del cambio	71
4.5.5. Plan de implementación	72
Conclusión	75
Bibliografía	77