

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

El 52% de los clientes de Movistar en España son digitales

- La App Mi Movistar tiene una valoración media de 4 estrellas en los markets de aplicaciones, la más alta de los principales competidores del sector.
- El Canal Online tramitó más de 1,8 millones de nuevos accesos, lo que ha supuesto un crecimiento del 40% respecto al ejercicio anterior.

Madrid, 7 de marzo de 2019.- Más de la mitad de todos los clientes de Movistar en España (52%) se relaciona con la operadora principalmente a través de los canales digitales - web y app Movistar, redes sociales, chat o correo electrónico-, lo que ha supuesto un incremento del 20,2% en relación a 2017.

Un cliente se considera digital cuando ha contactado con la operadora a través de alguno de esos canales al menos una vez en el último trimestre.

Las cifras alcanzadas en 2018 son resultado del esfuerzo realizado por la compañía para impulsar sus plataformas digitales, al mejorar su diseño y usabilidad, aplicando técnicas de personalización avanzada basadas en inteligencia artificial y a través de proyectos en los que han participado más de 200 profesionales de diferentes áreas, trabajando bajo metodología agile.

El 84% de los usuarios que contactaron con Movistar en diciembre de 2018 lo hicieron a través de la web o de la app Mi Movistar. De ellos, el 21,9% combinaron esa modalidad con la llamada al teléfono de atención al cliente 1004, mientras que sólo un 15,7% de los clientes se decantó sólo por el contacto telefónico.

La App Mi Movistar, que es la mejor valorada de las existentes en el mercado telco nacional con una valoración de cuatro estrellas en los markets, tiene ya casi 2 millones de usuarios activos al mes (un 41% más que en 2017).

Esta interacción digital entre la compañía y los clientes también ha potenciado el canal digital para contratar servicios. En 2018, el Canal Online gestionó 1,8 millones de nuevos accesos, un 40% más que en el ejercicio anterior. Actualmente más de un 35% de las altas de Banda Ancha Fija se realizaron a través de canales digitales, con la mejora en eficiencia que esto produce.

También a través de RRSS, Movistar atendió el año pasado más de un millón de consultas, un 42% más que en 2017, la gran mayoría de ellas relacionadas con gestiones informativas y de postventa, y Movistar ha sido la primera telco del mundo en lanzar un bot de atención en Twitter.

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

Para 2019 la compañía pretende conseguir que las interacciones con los usuarios a través de estas plataformas digitales alcancen el 88% y que el 58% de sus clientes sean digitales.

