

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

Madrid, 21 de febrero de 2016

La Compañía realizará una demostración específica de este proyecto en su stand durante la próxima edición del Mobile World Congress en Barcelona

TELEFÓNICA PONE EN MARCHA UN PROYECTO GLOBAL PARA ANALIZAR EN TIEMPO REAL LA EXPERIENCIA DE USO DE SUS CLIENTES Y GARANTIZAR CALIDAD Y EXCELENCIA EN RED

- Telefónica transforma el paradigma de la gestión de la red y evoluciona a un modelo que permite tener la sensación real de lo que es la experiencia de los clientes, en todo momento y lugar, para garantizarles una conectividad excelente.
- Esta iniciativa, basada en la aplicación de técnicas de *big data analytics* sobre el uso de los servicios y la red, permite anticipar incidencias e identificar acciones proactivas que mejoren la experiencia de cliente.
- El proyecto se va a implementar en todos los países en los que opera la Compañía, iniciándose a lo largo del tercer trimestre de 2016 en Argentina y Chile.

Madrid, 21 de febrero de 2016.- Telefónica ha iniciado un proyecto puntero que permite conocer en tiempo real la experiencia de servicio de los clientes, en términos de calidad, con el objetivo de garantizar una conectividad y prestaciones excelentes, de forma que el cliente siempre disfrute de los servicios que quiere, cuándo y cómo los quiere.

Este proyecto, que se ha puesto en marcha en todas las operaciones de la compañía y aprovecha su escala, permite tener una percepción real de la experiencia de uso de servicio que tiene el cliente en todo momento y lugar, a través del análisis agregado y anónimo de los datos de comportamiento de los clientes.

La aplicación de herramientas de *Big Data Analytics* a la red y a su mantenimiento implica para Telefónica dar un paso más como compañía centrada en el cliente, evolucionando desde un modelo de gestión de red a un modelo de gestión de experiencia de cliente, asegurando la calidad y proporcionando la excelencia en servicios.

La plataforma englobará los Centros de Operaciones de Servicio que se implementarán localmente en los países donde opera Telefónica y se utilizará la información anonimizada y agregada del uso de la

Para más información: **Telefónica @ MWC 2016** visita nuestro stand: Hall 3 Stand 3J20

MWC micrositio: www.Telefonica.com/mwc

o síguenos en Twitter: [@Telefonica](https://twitter.com/Telefonica)

Prensa: +34.91.482.38.00 / email: pressatelefonica@telefonica.com / <http://saladeprensa.telefonica.com>

red por parte de los clientes con el fin de anticipar posibles incidencias y puntos negros, entre otras cosas. De este modo, se van a poder identificar acciones proactivas que garanticen un mejor uso de los servicios, hacer un mantenimiento predictivo, optimizar la red y dar respuestas más rápidas, concretas y efectivas a los clientes que tienen alguna incidencia técnica.

Este proyecto se va a implementar en todos los países en los que opera la Compañía, iniciándose a lo largo del tercer trimestre de 2016 en Argentina y Chile.

Previamente, el funcionamiento de la plataforma se podrá ver in situ en el stand de Telefónica durante la próxima edición del Mobile World Congress en Barcelona, situado en el Hall 3 - Stand 3J20. Para ello, la Compañía dispondrá de una demo específica que permitirá conocer en tiempo real la calidad de experiencia de uso de los servicios por parte de los clientes de la compañía que asistan al MWC, mediante el uso de información anonimizada y agregada. Entre otras cosas, la demo permitirá mostrar en tiempo real cómo automáticamente se planifican las acciones preventivas que evitan que el cliente llegue a notar una incidencia que se pueda producir.

La iniciativa está completamente alineada con el nuevo plan estratégico de Telefónica para convertirse en la *Onlife Telco* que permita a las personas elegir todo un mundo de posibilidades infinitas. En este sentido, el Global CTO de Telefónica, Enrique Blanco, ha subrayado que “la conectividad es el oxígeno de la vida digital y por eso para Telefónica es clave proporcionar a sus clientes una conectividad excelente, lo que implica garantizarles que puedan estar siempre conectados, en cualquier parte y desde cualquier dispositivo, con la máxima calidad”.

Además, el nuevo modelo de gestión centrado en la experiencia de cliente complementa perfectamente la posición líder de Telefónica para poder dar respuesta a las demandas de los clientes gracias al esfuerzo inversor realizado en los últimos años para transformar sus redes fijas y móviles. De hecho, Telefónica invierte en CapEx anualmente unos 9.000 millones de euros, de los que –excluyendo espectro– más de tres cuartas partes se destinan a la transformación y crecimiento de su red.

Para más información: **Telefónica @ MWC 2016** visita nuestro stand: Hall 3 Stand 3J20

MWC micrositio: www.Telefonica.com/mwc

o síguenos en Twitter: [@Telefonica](https://twitter.com/Telefonica)

Prensa: +34.91.482.38.00 / email: prensatelefonica@telefonica.com / <http://saladeprensa.telefonica.com>
