

## NOTA DE PRENSA

En la actual situación de crisis sanitaria, 380 establecimientos de la red comercial propia han puesto a disposición de sus clientes la atención por whatsapp o la cita previa

### LAS TIENDAS DE MOVISTAR ABREN NUEVAS FORMAS DE INTERACCION CON LOS CLIENTES Y DUPLICAN LA FORMACIÓN DE SUS EMPLEADOS

- En el confinamiento se atendieron las incidencias y demandas de más de medio millón de usuarios en remoto.
- La plantilla de más de 2.000 empleados ha dedicado más de 165.000 horas a adquirir nuevas habilidades en digitalización, atención al cliente y conocimiento en nuevos mercados, como el de las alarmas o las placas fotovoltaicas.

**Madrid, 12 de noviembre de 2020.-** Los nuevos negocios y los modelos de relación con el cliente han sido los protagonistas del primer encuentro virtual de Telyco, la división de tiendas de Movistar en España dedicada a la comercialización y distribución de productos y servicios comerciales para usuarios finales, autónomos y pequeña empresa.

Como parte de su plan, la compañía ha apostado por la implantación en tiendas de nuevos procesos de atención para evitar esperas, como el servicio de whatsapp, disponible en prácticamente todas las tiendas Movistar, o la posibilidad de concertar una cita previa, servicio habilitado para 300 tiendas, ya que los establecimientos deben cumplir con unas determinadas características en cuanto a espacio (metros cuadrados) y personal para poder dar este servicio.

El servicio de whatsapp está disponible en la propia tienda con el objetivo de dar una alternativa a los clientes que están en la cola y no quieren esperar. Las medidas de seguridad establecidas para evitar contagios por el Covid-19, ha reducido el aforo de las tiendas previo al confinamiento, pero no el flujo habitual de clientes de cada establecimiento.

Como señala Fernando Saldaña, CEO de Telyco: "Para nosotros el cliente sigue siendo el centro de nuestra actividad y la calidad, el servicio y el contenido siguen jugando un papel predominante para nosotros. Por eso, debemos adaptar nuestros recursos y formas de trabajar a sus necesidades".

En el encuentro digital también se ha destacado que los más de 2.000 empleados de Telyco, han superado las 165.000 horas de formación, el doble que las que se realizaron el año anterior. Las materias sobre las que se ha formado la plantilla de Telyco, de los que el 73% trabaja en el punto de venta, van desde la enseñanza de nuevas capacidades relacionadas con la transformación digital y técnicas de venta hasta un conocimiento más profundo en los nuevos mercados en los que Movistar ha comenzado a estar presente con nuevos productos y servicios, como el de las alarmas, las energías renovables o la telemedicina. También se ha innovado en la metodología de trabajo. Por primera vez, muchas de las sesiones formativas han sido a través de Office 365.

Estas son algunas de las novedades que se destacaron en el evento anual de las Tiendas de Movistar, que por primera vez en su historia no se hizo presencial y se retransmitió desde el plató Robinson de Movistar + en Tres Cantos, contando con más de 1.000 conexiones en *streaming* vía móvil o por ordenador. En él se puso de manifiesto el reto que supusieron los tres meses de confinamiento y las soluciones que se ejecutaron en tiempo récord para no dejar de atender a los clientes en las tiendas. Durante ese periodo, los empleados atendieron en remoto a más de medio millón de personas, utilizando para ello, las llamadas telefónicas, el canal online o las redes sociales.