
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNISCANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 1 de 19


GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNISCANAL DE CONTACT CENTER CNT E.P.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Fernando Rosero Supervisor de CE Contact Center	Cristina Aldaz Analista de Control de Calidad Contact Center	Francisco Gonzalez Jefe de Campañas Específicas Contact Center

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNISCANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 2 de 19

Contenido

A)	MANUAL DE CAMPAÑA RETENCIÓN REACTIVA.....	3
1.	IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA.....	3
2.	OBJETIVOS.....	3
2.1.-	GENERAL	3
2.2.-	ESPECÍFICOS	3
3.	GRUPO OBJETIVO (TARGET DE LA CAMPAÑA)	4
4.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	4
5.	PROCESO RETENCIÓN FRONT.....	4
6.	INDICADORES Y METAS.....	4
B)	POLÍTICAS , NORMAS DE ATENCIÓN Y OPERACIÓN	6
C)	PROCEDIMIENTO GENERAL RETENCIÓN.....	7
D)	INSTRUCCIONES - MANEJO DE OBJECIONES.....	Error! Bookmark not defined.
E)	INSTRUCCIONES - RESTRICCIONES PARA CONTRATACIÓN	18
F)	INSTRUCCIONES – SCRIPTS DE LLAMADA SIN AUDIO, CANAL ABIERTO, CLIENTE DIFÍCIL	Error! Bookmark not defined.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNISCANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 3 de 19

A) MANUAL DE CAMPAÑA RETENCIÓN REACTIVA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA

LLAMADAS SALIENTES OUTBOUND Y LLAMADAS ENTRANTES INBOUND

La interacción del RAC (Representante de Atención al Cliente) con el cliente es mediante la plataforma de comunicación GENESYS. Esta permite realizar llamadas salientes planificadas y recibir llamadas entrantes en tiempo real. El nombre de las campañas dentro la plataforma de comunicación se identifica de la siguiente forma:

- WG_CAMPAÑAS_ESPECIFICAS para llamadas salientes
- WG_CESPECIFICASF para llamadas entrantes de servicios fijos
- WG_CESPECIFICASM para llamadas entrantes de servicios móviles.


2. OBJETIVOS

2.1.- GENERAL

Evitar la deserción de los clientes que tienen servicios contratados con la CNT E.P. debido a la inconformidad con la calidad del servicio, por una mala atención, por incumplimiento con la oferta comercial o por temas de solvencia económica, quienes han presentado una solicitud con intención de retiro.

2.2.- ESPECÍFICOS

- Atender y solventar el motivo de la intención de retiro del cliente en el menor tiempo posible.
- Mantener al cliente satisfecho con el servicio por medio de una negociación asertiva a través de la entrega progresiva de beneficios que van desde una asesoría comercial hasta descuentos económicos.
- Conservar al cliente con los servicios el mayor tiempo posible, posterior al proceso de retención, de tal forma que a corto o largo plazo siga siendo rentable para la empresa.
- Generar una experiencia positiva, derivada de una atención eficiente y amable por parte del Representante de Atención al Cliente en el Contact Center.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 4 de 19

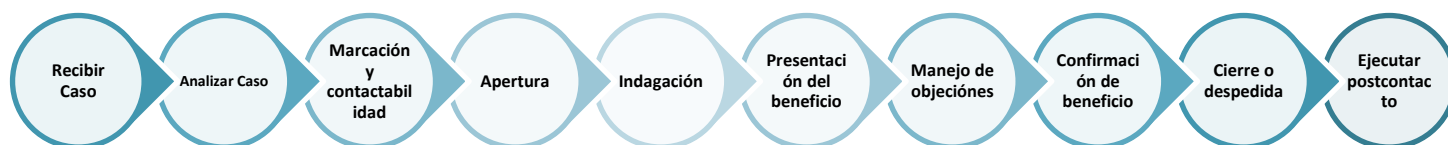
3. GRUPO OBJETIVO (TARGET DE LA CAMPAÑA)

Clientes del segmento masivo a nivel nacional que soliciten el retiro de los servicios contratados con la CNT E.P. a través de los canales del Front y Contact Center.

4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Los clientes que se acercan a los CAC's o los que se comunican al Contact Center para presentar su intención de retiro, pasarán obligatoriamente por un proceso de retención. Con respecto, al Contact Center, todas las intenciones de retiro son atendidas por un grupo de RAC'S especializados en negociación tanto comercial como técnica, a través de la creación una queja o en línea, resultado de una transferencia por parte del equipo SAC o Ventas, posterior a la gestión del equipo de Retención, el cliente decidirá si mantiene o retira el servicio.

5. PROCESO RETENCIÓN FRONT



6. INDICADORES Y METAS

INDICADORES DE SERVICIO RETENCION FRONT

INDICADOR	DESCRIPCION	FÓRMULA	METAS / REACTIVA
PORCENTAJE DE REINCIDENCIA	Número de quejas generados para un mismo servicio por el mismo causal, por el mismo mes Nota: Solo aplica para Reactiva	Total de quejas reincidentes por cliente / Total quejas gestionadas	$\leq 2\%$
ADHERENCIA A LA PROGRAMACIÓN	Asegura la correcta implementación a la programación o nómina Nota: - No se considera tiempos de ingreso temprano y salida tardía - Debe estar relacionado a la hora efectiva	Adherencia = $1 - (\text{Total Horas No Cumplidas} / \text{Total de Horas Solicitadas})$	$\geq 98\%$
CONVERTIBILIDAD	Registro de las interacciones generadas a través del RAC en el aplicativo de registro Nota: Se considera tipificación correcta cuando se contenga datos correctos sobre cédula de identidad, número fijo/celular de contacto, correo electrónico, número servicio	Cantidad de tipificaciones correctas / Cantidad de registros gestionados	$= 100\%$



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL

Responsable:
Campañas Específicas


Fecha de actualización:
JUNIO 2021

Versión:
1.0

Código:
A5.MP.04.02.01.


Página 5 de 19

NIVEL DE SATISFACCIÓN	Es la satisfacción del cliente sobre la atención recibida por parte del RAC, para lo que se ejecuta la encuesta post llamada que en base a la calificación del cliente que posee las dos opciones más altas para ser consideradas (Top two box). Nota: No Aplica en Comunicacionales y Campaña de validación	Σ (Respuestas en el Top Two Box) / Total de Encuestas	$\geq 95\%$
PRECISIÓN DE ERROR CRÍTICO DE USUARIO FINAL	Todo aquello que desde la perspectiva del cliente / usuario causa que una transacción sea defectuosa ejemplo: Maltrato al cliente, no resolución de gestión, mala información	Transacciones sin ECUF / Muestra Total	$\geq 95\%$
PRECISIÓN DE ERROR CRÍTICO DE NEGOCIO	Todo aquello que desde la perspectiva del negocio causa que una transacción sea defectuosa (que afecte de una forma directa o indirecta la imagen de CNT o sus posibles ingresos)	Transacciones sin ECAN / Muestra Total	$\geq 90\%$
PRECISIÓN DE ERROR CRÍTICO DE CUMPLIMIENTO	Todo aquello que desde la perspectiva del cumplimiento causa que una transacción sea defectuosa (que se incumpla políticas, normativas tanto de la organización así como de la campaña, establecidas en su apartado de políticas en el manual de campaña)	Transacciones sin ECAC / Muestra Total	$\geq 99,50\%$
PRECISIÓN DE ERROR NO CRÍTICO	Errores de menor orden que no causan que la transacción completa no sea defectuosa (errores de etiqueta telefónica)	Transacciones sin ENC / Muestra Total	$\geq 80\%$
ÍNDICE DE CONOCIMIENTO	Aquellos que un empleado que ocupa un puesto debe conocer y ser capaz de hacer antes de estar operativo en su trabajo. Estas habilidades y conocimientos deben ser verificables	Población evaluada con porcentaje de calificación mínima de 85%	$\geq 85\%$
PRECISIÓN DE ESCALAMIENTO	Porcentaje de transacciones que fueron escaladas correctamente a otro equipo para tomar la responsabilidad de resolver las transacciones que fueron escaladas Nota: No aplica en comunicacionales, validación y mora	Cantidad de transacciones escaladas correctamente / Cantidad de transacciones auditadas	$\geq 90\%$
PENDIENTES	Tiempo promedio de atraso de las transacciones procesadas puntualmente Nota: Aplica para campaña reactiva y validación tiempo objetivo de 5 días calendario. Para página web el tiempo objetivo será 2 días calendario.	Cantidad de casos pendientes / Cantidad de casos asignados	$\leq 5\%$
CONTACTABILIDAD	Número de llamadas realizadas para contactar al cliente aquellas llamadas que se encuentran en el tiempo efectivo u óptimo definidos en un rango Nota: En comunicacionales aplica sobre la meta de registros efectivos solicitados No aplica en Campañas de validación	Llamadas efectivas realizadas / Total de la Base *casos meta en comunicacionales	$\geq 95\%$
OCUPACIÓN	Es el seguimiento del tiempo que el RAC está ocupado en trabajo productivo como porcentaje del tiempo que está disponible para hacer trabajo productivo. Nota: Indicador Informativo	Tiempo Productivo / (Tiempo Productivo + Tiempo Disponible)	$\geq 85\%$
TASA DE GESTIÓN	Es el total de registros que se gestionan de una base asignada Nota: En comunicacionales aplica sobre la meta de registros efectivos solicitados	Registros Gestionados / Total de la Base	$= 100\%$
TASA DE COMPLECIÓN	Cientes tipificados como no contactado, los cuales deben tener al menos 3 intentos de marcación por registro. Nota: Aplica únicamente en marcación automática. No aplica en Campañas de Validación y Página Web	Número de intentos de contacto / Base de no contactados	$= 100\%$
EFFECTIVIDAD EN NEGOCIO	Calcula la efectividad de las campañas ejecutadas en función de las bases emitidas Nota: Efectivo: registro exitoso / efectivo En comunicacionales y otras campañas la medición aplica sobre la meta de registros efectivos solicitados Para reactiva la medición se realizará por cada línea de producto. No aplica en Campañas de validación y Página Web	Registros efectivos / Total de registros gestionados	Telefonía Fija $\geq 40\%$, Internet Fijo $\geq 40\%$, Televisión DTH $\geq 40\%$, Servicios Móviles $\geq 65\%$
PORCENTAJE DE QUEJAS	Calcula la cantidad de quejas que han presentado los clientes por cualquier medio de la gestión realizada	Σ (Quejas procedentes) / Total de quejas asignadas a la campaña	$\leq 5\%$

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 6 de 19

B) POLÍTICAS , NORMAS DE ATENCIÓN Y OPERACIÓN


TIPO	POLÍTICAS DE ATENCIÓN
POLÍTICAS INTERNAS DE OPERACIÓN	Utilizar debidamente las herramientas de trabajo, no se permitirá utilizar los aplicativos para realizar llamadas personales. No se permite transferir las credenciales personales a otro agente.
	El RAC no podrá permanecer en conexión auxiliar sin justificación, así como mal utilizar los estados de pausa.
	No se permite suspender la atención sin causa justificada a excepción de los casos establecidos en el procedimiento de Transacciones sin audio o cliente difícil, así como cerrar la llamada y/o dejar que esta se pierda. Debiendo respaldar como justificación mediante correo electrónico al jefe inmediato.
	Utilizar en todo momento una atención amable y cordial hacia el Usuario Final.
	Se prohíbe el ingreso de personal ajeno al área sin previa autorización de supervisión.
	No se permite la ingesta de alimentos (frutas, snack, caramelos, chicles, etc.) en la estación de trabajo, lo podrán realizar en las áreas destinadas para el efecto.
	Se prohíbe el uso de celulares o dispositivos adicionales dentro de la sala y durante la jornada laboral, con la excepción de casos emergentes autorizados por la supervisión.
	Verificar la operatividad de los aplicativos y transacciones del servicio antes de iniciar su jornada laboral.
	Reportar toda incidencia que afecte a los tiempos de logueo y deslogueo del RAC.
	Las quejas de monitoreo por mala atención de asesores del Contact Center, no podrán ser direccionadas a ninguna otra persona que no sea el supervisor.
POLÍTICAS DE MONITOREO Y CALIDAD	Si el OPERADOR comete un error crítico en la gestión no aprobará la evaluación cualitativa (monitoreo).
	El informe de caso es enviado a la bandeja de BPM del supervisor para que se ejecute la retroalimentación al asesor y dependiendo de la gravedad del caso y de la reincidencia del asesor se aplicará el reglamento interno
	Si el OPERADOR posee casos críticos se aplicarán sanciones de acuerdo a lo estipulado en las Políticas del Contact Center
	Se debe cumplir con todos los parámetros vigentes en la evaluación de la plantilla de monitoreo.
	Si el asesor incumple el procedimiento de retención y por este motivo se generan cargos para el cliente, el área de calidad generará un informe de caso con los errores generados para que sea retroalimentado por el supervisor y se reporte a DEO para que determine el tipo de sanción que aplicará al asesor. Si el asesor incurre en un error crítico,

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNISCANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 7 de 19


	<p>automáticamente se reportará a través de la herramienta BPM su falta, para que los casos de perjuicio económicos sean reportados a DEO.</p>
	<p>Si en el proceso de auditorías de retiros o suspensiones el asesor omite ejecutar el proceso en el sistema transaccional incluye el sistema Omniscanal, el encargado del equipo de control retroalimentará al ejecutivo para que realice de forma correcta el procedimiento y por el error será afectado en su nota de calidad.</p>
	<p>El OPERADOR podrá apelar dentro de un plazo de 48 horas calendario la evaluación que no pasó el monitoreo siempre y cuando la supervisión se encuentre de acuerdo y solicite recalificación.</p>

C) PROCEDIMIENTO GENERAL RETENCIÓN


Nº	ACTIVIDAD	PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
1	RECIBIR EL CASO	1. ADMINISTRACIÓN DE LA BANDEJA DE GESTIÓN 1.1. El RAC debe asegurarse de tener la demanda total de casos en la bandeja antes de iniciar la gestión, en caso de no tener ninguno o solo una parte de ellos, deberá mantenerse en “DISPONIBLE” dentro de la herramienta Omniscanal para obtener los mínimos necesarios, una vez los obtenga deberá cambiar su estado a “FUERA”.	Operador Contact Center	a) El Operador tiene la responsabilidad de administrar los casos en su bandeja y controlar de forma diaria la misma.
2	ANÁLISIS DEL CASO	2. ANÁLISIS ANTES DE LA LLAMADA: 2.1. El RAC verificará en Omniscanal lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> Que el cliente se encuentre al día en pagos o hasta con una factura generada. Que no exista peticiones de retiro previos sin cerrar. 2.2. Dependiendo del tipo de producto las opciones de análisis dentro de la herramienta son las siguientes: <ul style="list-style-type: none"> EN SERVICIOS FIJOS: <ul style="list-style-type: none"> VISITAS TECNICAS RECLAMOS DEL SERVICIO PETICIONES RECLAMOS DE FACTURACION QUEJAS EN SERVICIOS MOVILES: <ul style="list-style-type: none"> SOLICITUDES SUSPENSIONES Y RECONEXIONES 	Operador Contact Center	a) El Operador en Omniscanal podrá buscar con número de cédula, con número de servicio, por contrato DTH o por contrato Móvil. b) La malla que se deberá utilizar en el proceso de retención de la herramienta Omniscanal, deberá ser aquella que se encuentre cargada en la herramienta.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNISCANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 8 de 19

		<ul style="list-style-type: none"> • QUEJAS • RECLAMOS • RETIROS <p>2.3. El RAC verificará los causales, antes de realizar la gestión OUT:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ TIPO DE CAUSAL 107 RETENCION FRONT (Servicios Fijos) ○ TIPO DE CAUSAL 110 RETENCION CONTACT CENTER, REDES SOCIALES (Servicios Fijos) ○ TIPO DE CAUSAL 183 RETENCION CONTACT CENTER, REDES SOCIALES (Servicios móviles). <p>2.4. Posteriormente, el Operador asociará la observación de la intención de retiro contenida en la herramienta Omniscanal, con el beneficio que se le podría ofrecer. Este beneficio consta en la misma herramienta.</p>		
3	MARCACIÓN Y CONTACTABILIDAD	<p>3. PROCESO DE CONTACTABILIDAD</p> <p>3.1. El Operador digitará correctamente el número de contacto del cliente de acuerdo a los datos obtenidos en la herramienta Omniscanal; o a su vez, buscará en los transaccionales los números de contacto adicionales para lograr una contactabilidad efectiva.</p> <p>3.2. Para la búsqueda de contactos se puede revisar en la forma ROPA, MCRR, ATCDTH, FOES, SRQU y para SMA, se verificará en la forma CNCRM (contrato) o a su vez validar si el cliente tiene números de contacto en TF.</p> <p>3.3. Se realizarán mínimo tres intentos de marcación en tres días distintos por cada cliente. Cabe mencionar, que la marcación es Manual/Llamada saliente Outbound.</p> <p>3.4. Para los números con marcación tipificada como pendiente – volver a llamar o pendiente – no contesta, el operador debe realizar una nueva marcación tomando en cuenta los tiempos establecidos para cierre de la queja (el tiempo máximo es de 12 días calendario).</p>	Operador Contact Center	<p>a) Si dentro de los tiempos establecidos no se logró el contacto con el cliente: El RAC deberá tipificar como retiro no contactado, en caso de que el causal sea 107 y el servicio sea de TF (verificar que este no debe ser anipagador de ningún otro servicio y que no amerite entrega de equipos como Gpon y CDMA)</p> <p>b) En casos de DTH o IF contratados desde el 2017 el cliente debe entregar el equipo, tipificar como No contesta derivado a N1.</p> <p>c) Tipificar en observaciones de OMNISCANAL los números a los que se realizaron los intentos de contacto con sus respectivas fechas.</p> <p>d) En el caso de redes sociales se debe contestar, citando el caso por WhatsApp,</p>

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 9 de 19

				como Pendiente/Volver a llamar.
4	APERTURA	<p>4. SCRIPTS DE APERTURA A UTILIZAR SEGÚN EL CASO</p> <p>4.1. Script de apertura IN</p> <p><i>Buenos días/tardes/noches, gracias por comunicarse con la CNT E.P., (nombre y apellido del asesor) le saluda, ¿con quién tengo el gusto de hablar?</i></p> <p>4.2. Validación de datos IN</p> <p><i>Estimado(a) Sr/Sra./Srta. (Apellido) por favor ayúdeme confirmando que servicio es el que requiere atención, y el nombre completo y número de cédula del titular del servicio.</i></p> <p>4.3. En caso que no sea titular IN</p> <p><i>"Estimado(a) Sr/Sra./Srta. (Apellido) para poder atender necesitamos comunicarnos directamente con el titular, solicito cordialmente que el titular se comuniqué por este medio"</i></p> <p>4.4. Script de apertura OUT</p> <p><i>Buenos días/tardes/noches. Por favor me puede comunicar con el Sr/Sra./Srta. (Apellido). (contestación afirmativa) Mi nombre es XXX asesor de la CNT.</i></p> <p>4.5. En caso que el cliente necesite que lo vuelvan a llamar OUT</p> <p><i>"Estimado Sr/Sra./Srta. (Apellido), por favor ¿me podría indicar su disponibilidad de tiempo para devolverle la llamada? Gracias, que tenga un buen (día/tarde/noche)".</i></p> <p>4.6. En caso que no sea el titular OUT</p> <p><i>¿Con quién tengo el gusto de hablar? Sr. (B). (Apellido), por favor ¿me podría indicar a qué hora lo puedo contactar al Sr. (Titular del Servicio)? ...Gracias, que tenga un buen (día/tarde/noche)"</i></p> <p>4.7. En caso que llama/contesta un niño</p> <p><i>¿Por favor me podría comunicar con algún adulto?"</i></p>	Operador Contact Center	<p>a) Preguntar y confirmar los datos de la persona que generó la queja, es factible realizar la retención únicamente con el titular del servicio, a menos que el titular haya fallecido, este fuera del país y la persona que se comunique este con una carta de poder de ese servicio, esté privado de libertad, tenga una enfermedad catastrófica, haya sufrido un accidente, tenga una discapacidad y tenga problemas de comunicación, o sea una persona de la tercera edad. En el proceso de retención, en todos los casos se solicitará los nombres completos, número de cédula, y parentesco del cliente a quien representa, adicionalmente el representante deberá dar los nombres completos, número de cédula de quien representa y el servicio por el cual se presentó la solicitud. Si no pasa el filtro de la consultas de los datos del cliente titular, se solicita</p>

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNISCANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 10 de 19

				<p>que se vuelva a comunicar con todos los datos.</p> <p>b) El asesor registra en OMNISCANAL el número con el cual tuvo contacto con el cliente y en caso de haberse contactado con terceras personas, debe registrar sus nombres y apellidos.</p>
5	INDAGACIÓN	<p>5. SCRIPTS DE INDAGACION A UTILIZAR SEGÚN EL CASO</p> <p>5.1. Script motivo de la llamada IN.</p> <p><i>"Sr/Sra./Srta. (Apellido) una vez confirmados sus datos, ¿Nos gustaría que nos comente cuál es el motivo de su solicitud?"</i></p> <p>5.2. Script motivo de la llamada OUT.</p> <p><i>"Sr/Sra./Srta. (Apellido) me estoy comunicando porque hemos recibido una solicitud de su parte del servicio de (TF/TM/IF/DTH), ¿Nos gustaría que nos comente cuál es el motivo de la solicitud?"</i></p> <p>5.3. Permiso para dejar en espera al cliente</p> <p><i>"Sr. Sra. Srta. Permítame un momento en línea por favor".</i></p> <p>5.4. Agradecimiento por el tiempo de espera</p> <p><i>"Gracias por su espera"</i></p>	Operador Contact Center	<p>a) El motivo de retiro debe coincidir con el ingresado en la herramienta OMNISCANAL por el asesor de N1 Agencia</p> <p>b) En la etapa de indagación se mencionará la línea de producto y el número de servicio con su respectiva ubicación.</p> <p>c) El asesor debe retomar la llamada máximo cada 2 minutos.</p>
6	PRESENTACIÓN DEL BENEFICIO	<p>6. SCRIPT PARA PRESENTACIÓN DE BENEFICIO Y BENEFICIOS A APLICAR SEGÚN EL CASO</p> <p>6.1. Script inicial</p> <p><i>Sr., Sra., Srta., apellido a fin de seguir manteniendo una relación con usted, CNT le propone: (proponer beneficio de acuerdo a la malla de retención aprobada).</i></p> <p>6.2. Cliente acepta beneficio</p> <ul style="list-style-type: none"> El operador ingresará dependiendo del beneficio en los transaccionales (Open y/o Axis) y registrar en la herramienta OMNISCANAL. 	Operador Contact Center	<p>a) Siempre verificar si el cliente cumple los requisitos mínimos necesarios para otorgar cualquier tipo de beneficio.</p> <p>b) Es importante generar un proceso de retención basado en las objeciones antes de pasar a los beneficios.</p> <p>c) No se pueden otorgar beneficios económicos altos sin una previa</p>



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL

Responsable:
Campañas Específicas

Fecha de actualización:
JUNIO 2021

Versión:
1.0

Código:
A5.MP.04.02.01.

Página 11 de 19

6.3. Tipos de beneficios

- **Asesoría Comercial:** Brindar información detallada de productos y servicios contratados por el cliente, valores por cancelación anticipada, características, costos y asesoramiento.
- **Asesoría Técnica:** Brindar información detallada de las características de los servicios contratados por el cliente, que permitirán resolver el inconveniente técnico.
- **Traslados de Servicio:** puede ser de forma interna en el domicilio o externa cuando te trasladas de domicilio y aplica para los servicios fijos (IF, TF y DTH).
- **Visita Técnica:** Se genera cuando no se puede hacer ningún soporte de forma remota y se necesita los técnicos se acerquen para verificar el inconveniente técnico. Importante cuando se genere una VT a una línea telefónica que tenga servicio de internet, se generará con el número de servicio de internet. En DTH la VT se genera con el número virtual colocando referencias y el número de contacto.
- **Compensación por falta de servicio:** Se debe verificar las incidencias reportadas por el cliente para el ingreso de la compensación, se ingresará por los días que no tuvo servicio.
- **Descuento CBM:** Se oferta descuentos económicos de acuerdo a la matriz de beneficios.
- **Descuento plan adicional:** Beneficio aplica para valor de plan adicional de TV.
- **Descuento modem:** Beneficio que se aplica para descuento o cero costos en modem de internet fijo.
- **Descuento decodificador adicional:** Beneficio aplica para valor de decodificador adicional de TV.
- **Acreditación de saldo:** Beneficio que se aplica en Telefonía móvil para realizar llamadas o navegar en internet o diferentes aplicaciones.
- **Acreditación de megas:** Beneficio que se aplica en Telefonía móvil para navegar en internet o diferentes aplicaciones.
- **Apertura de grilla:** Beneficio que se aplica en DTH para apertura de más canales de TV.

- negociación de los beneficios económicos más bajos primero.
- d) La entrega de beneficios económicos al año no debe sobrepasar más de dos veces, con excepciones de ciertos beneficios económicos que únicamente se pueden otorgar una vez en el año calendario.
- e) Siempre que se empaquete un servicio o servicios se debe informar claramente según guía cuales son las condiciones de permanencia y pagos en los que deberían incurrir en caso de desempaquetar.
- f) El reclamo de facturación se puede realizar por medio de Contact Center o en CAC's, siempre para que este sea factible por medio de Contact Center, se requiere un informe de calidad que avale la petición.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL

Responsable:
Campañas Específicas


Fecha de actualización:
JUNIO 2021

Versión:
1.0

Código:
A5.MP.04.02.01.

Página 12 de 19

- **Descuento en servicios convergentes:** Se puede negociar con los clientes beneficios en otros servicios activos a nombre del mismo titular.
- **Reclamos de Facturación:** Se utiliza el Ingreso de reclamos de facturación en casos que se evidencie que existe un error en la facturación mensual del cliente.
- **Aumento de Plan/ Baja de Plan:** proceso que se realiza cuando se aumenta o disminuye el plan actual.
- **Móvil: Aumento de Plan/ Baja de Plan:** Se realiza el proceso, cuando en el cliente desea un cambio de plan.
- **Venta Cruzada:** Ofertar a cliente nuevos productos y servicios.
- **Actualización de Velocidad:** Es aumentar o ajustar la velocidad del plan vigente del cliente sin afectación en la facturación.
- **Migración:** Aplica en casos que el cliente migra de tecnología
- **Portabilidad:** Aplica en casos que el cliente solicite la portabilidad de sus servicios.
- **Re categorización sin costo:** Re categorización sin costo ejemplo de Social; Popular a Residencial aplica beneficio cuando se realiza la venta de un servicio adicional sea Internet y/o TV para realizar empaquetamiento.
- **Actualización de oferta comercial:** Aplica cuando el cliente requiere la oferta actual del mismo tipo de plan.
- **Internet Only:** Aplica para clientes que desean retirar su servicio de TF y mantener solo internet fijo cobre.
- **Cesión de derechos:** Se realiza el proceso, cuando en el cliente desea cambio de titularidad de sus servicios.
- **Suspensión temporal sin costo/con costo:** Proceso que se debe realizar cuando se oferte una suspensión temporal del servicio. Se debe informar al cliente con claridad la cantidad de meses y a partir de qué mes parte el beneficio.
- **Empaquetado:** es cuando el cliente recibe un descuento por tener más de un tipo de servicio con la CNT: TF+IF // TF+IF+DTH // IF+DTH // TF+DTH.
- **Suspensión temporal + descuento en la renta de DECOS:** Suspensión temporal en decodificadores adicionales.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNISCANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 13 de 19

7	MANEJO DE OBJECIONES	<p>7. MANEJO DE OBJECIONES POR PARTE DEL ASESOR</p> <p>7.1. Basarse en la malla de objeciones y generar en el cliente una necesidad para mantener el servicio.</p> <p>7.2. Deberá mencionar al cliente la importancia de mantener el servicio, resaltando las ventajas de los servicios con los que cuenta de CNT. E.P.</p>	Operador Contact Center	
8	CONFIRMACIÓN DEL BENEFICIO	<p>8. SCRIPTS DECONFIRMACIÓN DE BENEFICIO A UTILIZAR SEGÚN EL CASO</p> <p>8.1. Script de confirmación de beneficio:</p> <p><i>“Sr./Sra./Srta. XXX (titular del servicio), para concluir esta llamada, le confirmamos que el beneficio XXX ha sido registrado en su servicio XXX, Recuerde realizar sus pagos puntuales para que su beneficio se mantenga activo”.</i></p> <p>8.2. En el caso de generar una VT, Traslado, Migración con cambio de equipo.</p> <p><i>“Sr./Sra./Srta. XXX, para concluir esta llamada, permítame indicarle, que el área técnica se comunicará con usted antes, para atender su solicitud”.</i></p> <p><i>Ver guía de uso de la herramienta.</i></p> <p>8.3. CANCELACIÓN DEL SERVICIO</p> <p>8.4. Transacciones efectivas o no efectivas: El RAC deberá realizar el proceso correspondiente en los transaccionales OPEN, SMARTFLEX, AXIS y OMNISCANAL dependiendo de dos escenarios principalmente:</p> <p>8.4.1. Servicios que fueron escalados a OMNISCANAL por medio de la creación de una queja 107 (creada por los CAC,s), o 110 o 183 (creada por las REDES SOCIALES o SAC), deberán ser atendidas y cerradas por los RAC’s dentro de OMNISCANAL y se deben asegurar que estén cerradas en los demás transaccionales también (Axxis, Open y Smartflex).</p> <p>8.4.2. Clientes que fueron transferidos por medio del equipo de SAC directamente al equipo de IN de C.E, los RAC,s deberán atender a los clientes en línea, crear una queja 110 o 183 en OMNISCANAL y cerrar la misma en OMNISCANAL y los demás transaccionales.</p>	Operador Contact Center	<p>a) Los beneficios disponibles son TODOS aquellos contemplados dentro de la herramienta OMNISCANAL que estarán basados en la malla vigente.</p> <p>b) Explicar al cliente el tipo de beneficio otorgado, vigencia, condiciones, fecha en la que se aplicará el beneficio.</p> <p>c) En el caso de peticiones anuladas por motivos técnicos, el equipo de seguimiento y cierre se comunicará con el cliente para informar el motivo de la no atención del caso.</p> <p>d) Informar la factura a cancelar y el tiempo en que debe hacerlo para que el beneficio ofertado se aplique.</p> <p>e) En el caso de redes sociales además de la gestión realizada en transaccionales se debe contestar por WhatsApp citando el caso como Retenido/Asesoría, o</p>



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL

Responsable:
Campañas Específicas

Fecha de actualización:
JUNIO 2021

Versión:
1.0

Código:
A5.MP.04.02.01.

Página 14 de 19

8.5. Internet Fijo: el servicio de internet se debe cancelar con el número de servicio en AXIS. Cuando se retira en Axis un servicio de internet por contrato, se debe cerrar en Open de forma manual, retirar el virtual si es anipagador del internet, validando en FOES que no sea anipagador de otro servicio.

8.6. Telefonía Fija: el servicio de cancelación de línea fija, validando que no requiera entregar equipos y que el servicio de TF no sea anipagador de otro servicio, caso contrario se debe crear un virtual para que el servicio atado a la TF siga facturando.

8.7. Servicios Fijos: Si la retención no es efectiva en los casos de servicios GPON, CDMA, DTH y servicios de internet contratados desde el año 2017, el operador direccionará al cliente a CAC para que proceda con la devolución de equipos y retiro de los servicios.

8.8. Servicio Móviles: Los servicios móviles no se retiran, se cambian a prepago, dando de baja a los componentes del plan en el sistema smartflex, sin embargo, se debe tomar en cuenta las políticas para el cambio de planes con equipos financiados.

Retenido/Beneficio Económico, dependiendo si el beneficio otorgado es sin beneficio económico o con beneficio económico respectivamente.

f) Los CAC,s (Centro de Atención al Cliente) únicamente derivan quejas 107 de servicios fijos, mientras que SAC (Soporte de Atención al Cliente) o Redes Sociales como los asesores del IN de C.E. (Campañas Específicas) deben crear quejas 110 para servicios fijos y 183 para servicios móviles.

g) En servicios móviles equipos financiados, una vez cambiado el equipo a valores a presente, no se puede volver a refinanciar el mismo.


h) No se podrá ejecutar el cambio al servicio ni dar de baja los componentes, hasta que el equipo no sea pagado en su totalidad.

i) Se indicará la fecha máxima de pago antes que se genere la siguiente factura, y el convenio de pago del equipo debe acordarse como máximo 48 horas antes de que se cumpla el mes de consumo del servicio.


9. SCRIPTS DE CIERRE O DESPEDIDA A UTILIZAR SEGÚN EL CASO

9.1. Indicar Script de Encuesta:

a) El script de encuesta, será utilizado en todos

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 15 de 19


9	CIERRE O DESPEDIDA	<p><i>"Estimado Sr. (tratar por el apellido), por procesos de Control de Calidad solicitamos muy comedidamente nos ayude con una encuesta que nos permitirá mejorar nuestro servicio, en este momento le transfiero. Gracias".</i></p> <p>9.2. Script cliente retenido que no desea ser encuestado <i>"Estimado Sr./Sra./Srta., Ha sido un gusto atenderle, que tenga un excelente día/tarde/noche."</i></p> <p>9.3. Script cancelación de servicio: <i>"Estimado Sr./Sra./Srta. (Apellido) Para concluir esta llamada, le informo que se procedió con el retiro de su servicio número XXX (indicar todos los valores pendientes por cancelar)".</i></p> <p>9.4. Retiro en proceso: <i>"Estimado Sr./Sra./Srta. (Apellido) Por favor para poder realizar el retiro del servicio es necesario que se acerque a entregar los equipos instalados (decodificador, cables, control remoto, demás componentes) a la agencia (Nombrar la agencia más cercana según comunicado). Recuerde que su servicio seguirá facturando hasta que entregue los mismos".</i></p> <p>9.5. Despedida: <i>"Estimado Sr./Sra./Srta. (Apellido), para la CNT ha sido un placer tenerlo como cliente, esperamos en un futuro volver a servirle, que tenga un excelente día / tarde /noche".</i></p>	Operador Contact Center	<p>los casos gestionados como retenidos dentro de la campaña y como script de finalización en la interacción con el cliente. Aplica en la primera negociación realizada con el cliente ya que el seguimiento y cierre de casos escalados será gestionado por el equipo resolutorio.</p> <p>b) En el script de cancelación de servicio no aplica la transferencia a encuesta ya que es un caso no exitoso.</p> <p>c) Es obligatorio informar sobre los valores de cancelación y fechas de pago.</p> <p>d) Tanto para retiro en proceso, como para retiro definitivo, el asesor mencionará al cliente la ubicación o dirección del servicio que se desea retirar.</p> <p>e) En el caso de redes sociales además de la gestión realizada en transaccionales se debe contestar por WhatsApp citando el caso como Retiro/Contactado, o Retiro en Proceso/Entregara equipos en agencia, dependiendo si el caso es retiro directo o es entrega</p>
---	-------------------------------	---	-------------------------------	---

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNISCANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 16 de 19


				de quipos respectivamente.
10	EJECUTAR GESTIONES POSTCONTACTO	10. REALIZAR ESCALAMIENTO 10.1. Los únicos casos que serán direccionados al CAC, serán aquellos que requieran entregar equipos: DTH, CDMA o IF GPON y servicios de internet contratados desde el 2017 en adelante. 10.2. REGISTRO DE INTERACCIONES 10.2.1. Ver guía de usuario Omniscanal	Operador Contact Center	a) Remitirse al comunicado de las agencias que están autorizadas para la recepción de los equipos.

D) INSTRUCCIONES - MANEJO DE OBJECIONES

Nº	ACTIVIDAD	PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
1	TELEFONÍA MÓVIL	NO NECESITO	De acuerdo al tipo de objeción presentada el operador debe emplear uno de los siguientes scripts según el caso: 1. "Usted puede obtener un ahorro significativo en la facturación de su línea celular; ya que, usted puede realizar llamadas a otras operadoras y a CNT con tarifas especiales". 2. "¿Está Usted de acuerdo conmigo en que hoy por hoy la comunicación móvil es una ventaja que nos permite estar en contacto en cualquier lugar, dentro o fuera del país?"
		ESTA MUY CARO	1. "Es un buen punto, ¿Cuánto Ud. Podría pagar por un plan de telefonía móvil?" 2. ¿Cuántas recargas realiza mensualmente? 3. "Sr. (Sra., Srta., título profesional más apellido) entiendo perfectamente su preocupación, otros clientes tuvieron exactamente la misma inquietud cuando hablamos por primera vez. Pero le diré que ellos descubrieron que ahorran más teniendo un saldo disponible todos los meses que cuando hacían repetidamente recargas de saldo cada vez que se quedan sin saldo, adicional son mayores los beneficios en tiempo aire y megas ya que cuentan con las tarifas más baja del mercado aprovechando así al 100% su consumo mensual en telefonía móvil.
		YA TENGO EL SERVICIO CON OTRA OPERADORA	1. "Sr. XXXX, que beneficios le ofrece la otra operadora? Recuerde que en la actualidad las tarifas que maneja Claro y Movistar son mucho más altas que las nuestras y con menos beneficios y tecnología ¿Está de acuerdo conmigo que ahora optamos por el camino del ganar- ganar, es decir pagar menos para recibir más "
		YO TENGO EL MISMO NÚMERO DESDE HACE AÑOS Y NO	1. "Sr. XXXX, entiendo su preocupación. Sin embargo, con CNT usted tiene la facilidad de conservar su número actual y obtener los beneficios que nuestra empresa ofrece.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 17 de 19


2		QUIERO PERDERLO	
		NO DESEO REALIZAR TANTOS TRAMITES	1. "No es necesario realizar tantos trámites; permítame explicarle: para su comodidad puedo tramitar su solicitud con esta llamada telefónica y así no tendrá la necesidad de acercarse a nuestras oficinas.
		PERO ME HAN DICHO QUE LA SEÑAL DE CNT ES MALA	1. "Entiendo su preocupación, permítame le explico: CNT pensando en Uds. ha hecho una importante inversión para extender su cobertura; así poder brindar un excelente servicio."
		CUÁNTO TIEMPO TENGO QUE TENER EL SERVICIO?	1. "No tiene un tiempo de contrato cuando Ud. Adquiere solo el servicio celular. Si Ud. Desea financiar un equipo celular el tiempo será de 18 a 24 meses"
		CLIENTE INDECISO	1. "Comprendo,..... entiendo su posición permítame comentarle que CNT móvil ha ampliado la cobertura en su zona permitiendo llegar a sus hogares, con la mejor relación precio - calidad, estará de acuerdo en que es una buena oportunidad?..... Y Ud. Tiene la facilidad de cancelar con débito automático, evitando así las largas filas y pérdida de tiempo. Qué le parece?"
		DÉJEME PENSARLO	1. "Entiendo perfectamente". "Señor XXXX de qué depende su decisión? 2. "Entiendo, cuánto tiempo necesita para pensarlo? Será uno o dos días?"
	INTERNET MOVIL	NO NECESITO	1. "Usted puede optimizar los consumos que realizan actualmente cada mes en su servicio de internet móvil como por Ej.: Ud. Puede ingresar al internet en cualquier lugar y con una velocidad muy buena". 2. "¿Está Usted de acuerdo conmigo en que hoy por hoy la tecnología móvil es una ventaja que nos permite estar en contacto con mayor facilidad en cualquier lugar ya sea dentro o fuera del país?"
		YA TENGO INTERNET MOVIL CON OTRA OPERADORA	1. "Entiendo perfectamente. Sin embargo Usted estará de acuerdo conmigo en qué la experiencia de comunicación no es la misma que navegar a la velocidad de LTE (4G) que solo CNT le ofrece. Le ha sucedido Sr. XXXX que al estar en lugar lejano, se queda sin servicio y no tiene forma de comunicarse? ¿Cómo se ha sentido cuando le ha pasado eso? Con los planes de internet móvil LTE Ud. Solo navegaría a 3.75G si perder la señal completamente. Qué le parece Sr. (Sra., Srta., título profesional más apellido)?"
		ESTA MUY CARO	1. Está muy caro "Es un buen punto, ¿por qué le parece que cuesta más de lo que Usted esperaba pagar?" 2. Es que cuesta mucho "Sr. (Sra., Srta., título profesional más apellido) entiendo perfectamente su preocupación, otros clientes tuvieron exactamente la misma inquietud cuando hablamos por primera vez. Pero le diré lo que ellos descubrieron y como ahora disfrutan de los beneficios de comunicarse a la mayor velocidad del mercado aprovechando así al 100% su consumo mensual internet móvil.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 18 de 19

3		CLIENTE INDECISO	1. “Comprendo,..... entiendo su posición permítame comentarle que CNT móvil ha ampliado la cobertura en su zona permitiendo llegar a sus hogares, con la mejor relación precio - calidad, estará de acuerdo en que es una buena oportunidad?..... Y Ud. Tiene la facilidad de cancelar con débito automático, evitando así las largas filas y pérdida de tiempo. Qué le parece?
		PERO ME HAN DICHO QUE LA SEÑAL DE CNT ES MALA	1. “Entiendo su preocupación, permítame le explico: CNT pensando en Uds. ha implementado más bases de cobertura con el fin de que Uds. siempre tengan un excelente servicio.”
	RETIRO DEL SERVICIO	NO NECESITO	1. Estimado Sr.(a) XXXXX por favor me podría indicar si tal vez usted contrató otro servicio que sustituya al que actualmente posee con CNT? Por qué? 2. Estimado Sr.(a) XXXXX usted va a salir de viaje? Por cuánto tiempo? Le pregunto esto, porque me gustaría informarle que puede solicitar la suspensión del servicio (aplicar matriz de beneficios)
		NO TENGO DINERO	1. “Entiendo perfectamente su preocupación Sr.(a) XXXXX; estamos atravesando por una situación difícil en el país; sin embargo, para evitar que en el futuro usted no pueda acceder a nuestros servicios, qué le parece si realizamos una suspensión temporal? o le podríamos ofrecer un servicio más económico. (aplicar matriz de beneficios).

E) INSTRUCCIONES - RESTRICCIONES PARA CONTRATACIÓN

Nº	CASO	PROCEDIMIENTO
1	Restricción por Buró crediticio externo	EL OPERADOR DEBE INFORMAR AL CLIENTE QUE NO PUEDE ACCEDER AL PRODUCTO Y/O SERVICIO POR LA CALIFICACIÓN CREDITICIA “Sr. (Sra., Srta., título profesional más apellido), en este momento estamos validando en el sistema su record crediticio lamentablemente, no podré ayudarlo con su solicitud porque tiene una restricción según la información en el buró de crédito, motivo por el cual usted no va a poder acceder a nuestros productos y/o servicios móviles de CNT EP. Es recomendable que realice la contratación otra persona que no mantenga inconvenientes en buró crediticio (restricción alta), que resida en su domicilio y sea titular de una cuenta bancaria o tarjeta de crédito”.
2	Restricción por Buró crediticio interno	EL OPERADOR DEBE INFORMAR AL CLIENTE QUE NO PUEDE ACCEDER AL PRODUCTO Y/O SERVICIO POR LA CALIFICACIÓN CREDITICIA “Sr. (Sra., Srta., título profesional más apellido), en este momento estamos verificando su información crediticia en nuestro sistema, donde nos indica que usted mantiene un valor pendiente con CNT- EP, motivo por el cual usted no va a poder acceder a nuestros productos y/o servicios móviles hasta que no se acerque a realizar el pago de \$, este trámite lo puede realizar en cualquiera de nuestras oficinas. O Es recomendable que realice la contratación otra persona que no mantenga valores pendientes con la empresa CNT-EP, que resida en su domicilio y sea titular de una cuenta bancaria o tarjeta de crédito”.
3	Restricción de atención por Contact Center al ser	EL OPERADOR DEBE INDICAR AL CLIENTE QUE CUANDO ES EXTRANJERO DEBE ACERCARSE DIRECTAMENTE A UN CIS “Sr. (Sra., Srta., título profesional más apellido), su requerimiento lo puede realizar directamente en un CIS, siempre y cuando tenga una cuenta bancaria o tarjeta de crédito emitida por bancos Nacionales”.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS				
	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE CONTACT CENTER CNT EP				
	GESTIÓN DE RETENCIÓN REACTIVA A TRAVÉS DE HERRAMIENTA OMNICANAL				
	Responsable: Campañas Específicas	Fecha de actualización: JUNIO 2021	Versión: 1.0	Código: A5.MP.04.02.01.	Página 19 de 19

	Ciudadano Extranjero	
4	Restricción por Falta de documentación	EL OPERADOR DEBE INDICAR AL CLIENTE QUE DOCUMENTACIÓN LE HACE FALTA Y A QUÉ DIRECCIÓN DEBE ENVIARLA <i>"Sr. (Sra., Srta., título profesional más apellido), usted puede enviar los documentos de respaldo a mi correo: xxx"</i>
5	Restricción por Convenios de pago	EL OPERADOR DEBE INDICAR AL CLIENTE QUE NO PUEDE DIFERIR UN PRODUCTO PORQUE MANTIENE UN CONVENIO DE PAGO Y EL CONSUMO NETO NO LE ALCANZA <i>"Sr. (Sra., Srta., título profesional más apellido), al momento no puede realizar un diferido del producto telefonía móvil, ya que mantiene un convenio de pago con CNT –EP por la adquisición de otro servicio y/o producto vigente móvil el consumo neto no nos alcanza para solicitar un nuevo producto o servicio."</i>
6	Restricción por No disponibilidad en Stock de equipos	EL OPERADOR DEBE INFORMAR AL CLIENTE LA DISPONIBILIDAD DE EQUIPOS EN STOCK <i>"Sr., Sra., Srta., título profesional más apellido), le informo que el equipo que usted solicita no mantenemos en stock dentro de nuestra bodega, permítame indicarle otros equipos con características similares para que pueda elegir la mejor opción".</i> <i>Ver numeral 17</i>

F) INSTRUCCIONES – SCRIPTS DE LLAMADA SIN AUDIO, CANAL ABIERTO, CLIENTE DIFÍCIL

Nº	ACTIVIDAD	PROCEDIMIENTO	OBSERVACIONES
1	SCRIPT DE LLAMADA SIN AUDIO DE RETORNO O CANAL ABIERTO	Brindar el script establecido para esta situación: a. <i>"Estimado cliente, debido a que tenemos problemas de comunicación, por favor nos volveremos a contactar con Ud., que tenga buen día/tardes/noche"</i>	Indicar el Script y proceder a desconectar la transacción, después de 5 seg. de detectar el incidente esto al inicio y final de la llamada.
2	SCRIPT DE TRANSACCIÓN CUANDO EL USUARIO FINAL ES DIFÍCIL. (AGRESIVO, PREPOTENTE, GROSERO, ALTANERO, EN ESTADO ETÍLICO)	Brindar el script establecido para esta situación: a. <i>"Estimado cliente, en estas condiciones no puedo proseguir con la llamada, por lo que procedo a cerrarla, que tenga buen día/ tarde/noche"</i>	Indicar el Script de forma serena y proceder a desconectar la transacción.