

PLEC DE CONDICIONS TÈCNIQUES PER A LA REALITZACIÓ D'UN SERVICE BLUEPRINT DE L'ATENCIÓ AL CLIENT EN TMB.

Àrea de Clients i Clientes

Febrer 2024

Araceli Llamas Álvarez
Tècnic. veu del client i projectes CEX



Transports
Metropolitans
de Barcelona

Índex

1. Introducció.....	2
2. Objecte de la licitació	3
3. Serveis a licitar	3
3.1. Disseny Service Blueprint	4
3.2. Descripció del servei.....	4
3.3. Condicions de prestació del servei	4
3.4. Execució del Projecte.....	5

1.Introducció

A la fi d'adequar la prestació del servei d'Atenció al Client de TMB al 121/000104 Projecte de Llei pel qual es regulen els nivells mínims de qualitat i de l'avaluació dels serveis d'atenció a la clientela a les empreses que prestin determinats serveis de caràcter bàsic d'interès general i de les grans empreses.

I de confirmar la informació derivada dels Customer Journey Maps (CJM) de Bus i Metro i de les enquestes per a valorar l'experiència dels clients que es realitzen bimensualment a TMB, on s'ha detectat que el servei d'atenció que TMB ofereix als seus clients tant a nivell presencial (en estacions, bus i Punts TMB) como a nivell digital i telefònic, és un punt de dolor i suposa un elevat esforç per part dels clients.

TMB vol contractar una empresa externa que proporcioni l'assistència tècnica per a la elaboració d'un Service Blueprint i proposta d'iniciatives que derivaran d'aquest i que ajudaran a millorar el servei d'Atenció al Client de TMB.

Un Service Blueprint és una eina estratègica que ajuda a dissenyar un servei per a una empresa. A través d'aquesta eina es defineixen detalladament activitats del Front i BackStage del servei, tenint en compte particularitats dels arquetips, per facilitar la implantació i gestió de l'experiència del client en el servei. En aquesta descripció detallada de les parts visibles i no visibles de la prestació del servei, dels processos, la comunicació, les persones, s'ha d'incloure la participació dels treballadors que ofereixen aquest servei.

La implementació d'un Servei Blueprint del procés del Servei d'Atenció al Client, ens permetrà veure, per una banda, l'experiència que viu el client a cadascuna de les interaccions (part visible) i, de l'altra, l'operativa que ha de fer TMB al darrere (part invisible).

Aquesta eina ens permetrà conceptualitzar de manera visual el procés d'atenció al client i identificar en quins aspectes del servei s'haurà d'actuar per aconseguir que els clients tinguin una experiència memorable en aquest àmbit. També ens permetrà optimitzar el procés, reduint esforços i generant impacte positiu, des del principi en l'experiència del client i els empleats de TMB. Així com, Identificar palanques de gestió del canvi i convertir als empleats en un element clau d'èxit del Servei d'Atenció al Client de TMB.

A través d'aquesta eina es defineixen detalladament activitats del Front i BackStage del servei, tenint en compte particularitats dels arquetips, per facilitar la implantació i gestió de l'experiència del client en el nou servei.

- **FrontStage:** Les activitats de Front, parteixen del Customer Journey del client, és la part visible de la interacció amb els clients. És a dir, són totes aquelles activitats visibles que realitzen els empleats d'atenció al client per interactuar amb el client.
- **BackStage:** Les activitats de Back són les implicacions operatives que afecten de forma indirecta l'experiència del client, més enllà de la pròpia tecnologia, com: comunicació, processos, persones, protocols d'atenció o suport, KPIs. És a dir, són totes aquelles

activitats que realitzen els empleats per a la prestació de servei i que el client no visualitza

D'acord amb aquestes dues àrees esmentades, els elements que s'analitzen a un Service Blueprint són els següents:

- **Evidència física:** evidències físiques que envolten la prestació de suport (mobiliari, comunicacions, fullets, web, aroma, etc.)
- **Processos de suport:** eines necessàries no visibles per a la prestació del suport.
- **Accions del client:** tot allò que fa el client (Sol·licitud cita prèvia, consulta a través del web, QRS, trucades telefòniques, assistència als Punts TMB, etc.)
- **Accions visibles del treballador:** punts de contacte entre el personal d'atenció al client i el client.
- **Accions invisibles del treballador:** accions que realitza el personal d'atenció al client en el BackStage i que no són visibles pel client.
- **Indicador d'emoció:** La satisfacció / insatisfacció en cada interacció a l'atenció al client que va rep el client.

2. Objecte de la licitació

L'objecte de la present licitació és la **realització d'un Service Blueprint de l'atenció al client en TMB** que ens permetrà:

- Identificar les oportunitats per millorar l'experiència dels nostres clients.
- Conèixer quins elements dels servei son inefficients o millorables.
- Aconseguir que totes les persones de TMB implicades en l'atenció al client, (personal dels Punts, Agents d'atenció a Metro, Conductors de Bus, personal de Canals Digitals, personal de QRS, personal de RRHH, personal de Finances, etc.), obtinguin la mateixa visió sobre el context i us del servei.

3. Serveis a licitar

Les empreses licitants hauran de presentar una proposta per elaborar un Service Blueprint que haurà de tenir en compte els arquetips definits als Customer Journey Map (CJM) identificant variables d'ús vinculades al Servei d'Atenció al Client.

El diagnòstic de l'experiència dels clients de TMB s'ha focalitzat en l'experiència que viuen 6 arquetips concrets, que són una mostra representativa dels clients de TMB. Aquests arquetips son:

- Estudiants, jubilats, heavy users, viatgers amb fills, persones amb diversitat funcional i visitants.

El serveis a contractar es divideix en les següents fases:

3.1. Disseny Service Blueprint

Per desenvolupar aquesta fase serà necessari realitzar, entre d'altres, els següents processos i anàlisis:

- Anàlisi de documentació disponible sobre el Servei d'Atenció al Client
- Benchmark de millors pràctiques nacionals i internacionals dels Serveis d'Atenció al Client d'empreses de diferents sectors.
- Anàlisi qualitativa amb clients dels diferents arquetips a través de diferents mitjans (entrevistes, focus groups, enquestes, etc.).
- Anàlisi dels processos, tecnologia, persones, i KPIS que formen part de l'actual model d'Atenció al Client.
- Reunions amb professionals clau a TMB per identificar algunes hipòtesis a validar amb clients.
- Anàlisi qualitativa amb personal dels diferents canals d'Atenció al Client de TMB a través de diferents mitjans (entrevistes, focus groups, enquestes, etc.).
- Disseny del Service BluePrint
- Proposta d'iniciatives a posar en marxa.
- Avaluació de les iniciatives detectades per ponderar i prioritzar les més viables.

3.2. Descripció del servei

L'empresa adjudicatària haurà d'incloure a la seva proposta, el desenvolupament, descripció i metodologia detallada per abordar, cadascuna de les fases prèviament detallades:

- Desenvolupament, descripció i metodologia detallada en els diferents punts recollits al punt 3.1 d'aquest document
- Proposta de calendari dels diferents punts del projecte.

3.3. Condicions de prestació del servei

Totes les tasques del projecte seran degudament documentades i es realitzaran informes

de resultats de cadascuna d'elles.

3.4. Execució del Projecte

L'execució del projecte es realitzarà en 25 setmanes a partir de la data de publicació de l'adjudicació.