

¿Cómo consigue el Post Office® atender a 24 millones de clientes a la semana?

“Es preciso cambiar la mentalidad para mirar a más largo plazo y pensar más en innovar y ofrecer al cliente una experiencia impecable.”

Ric Francis - Director de Operaciones del Post Office®



INFORMACIÓN CLAVE

Organización

Post Office®

Servicios Prestados

Diseño, implantación y gestión continua de un sistema innovador y fiable de puntos de atención al cliente, conectados en red, para las sucursales del Post Office®.

Cifras de interés

- Funciona en más de 14.300 oficinas
- Realiza más de 3.000 millones de operaciones anuales
- Presta servicio a 24 millones de ciudadanos clientes en las oficinas del Post Office® a la semana

Beneficios

- **Mayor eficacia:** Se pueden tramitar hasta 3.500 operaciones/segundo por un valor superior a 90.000 millones de libras anuales, lo que le convierte en la mayor tramitadora de dinero del Reino Unido
- **Mejora de la experiencia de los usuarios:** Ofrece un servicio más rápido y eficaz gracias a la reducción del papeleo y la simplificación de las operaciones
- **Nuevas fuentes de ingresos:** Puede ofrecer nuevos productos y servicios, lo que le ha permitido convertirse en la mayor suministradora de divisas del Reino Unido, la segunda mayor proveedora de recargas electrónicas de teléfonos móviles, y vender más de un millón de pólizas de seguros de viaje al año
- **Mayor flexibilidad operativa:** La infraestructura puede ser adaptada rápida y anticipadamente a las cambiantes necesidades de los clientes.

El reto del cliente

¿Cómo será su empresa dentro de diez años? La respuesta inmediata es que será distinta a como es hoy en día. Ese es el motivo por el cual los programas informáticos ser dinámicos para responder a las necesidades vigentes. En caso contrario, para cuando sean implantados, podrían estar resolviendo problemas que ya no tienen importancia y prestando servicios que ya no son necesarios.

Analicemos el caso del Post Office®, perteneciente al Grupo Royal Mail, la mayor cadena de servicios comerciales y financieros del Reino Unido, un emporio mayor que todos los bancos y entidades hipotecarias del Reino Unido juntos. La colaboración de Fujitsu con el Post Office®, que se remonta a 1993, engloba un acuerdo por 10 años y un importe de 1.400 millones de libras esterlinas para gestionar la experiencia del usuario en el interior de sus 14.300 oficinas. Concebido en 1999, se trata del mayor proyecto informático civil de esa índole que se lleva a cabo en Europa y que entraña la instalación en la red de oficinas de un sistema totalmente nuevo de puntos de atención al ciudadano conectados en red.

En 2006, cuando el programa llevaba recorridas dos terceras partes de su trayectoria, concluía el monopolio postal del Royal Mail tras 350 años de historia. El punto final del monopolio era la punta del iceberg de la decisión del gobierno de cambiar la manera de abonar las prestaciones sociales. En lugar de acudir a la correspondiente delegación del Post Office® a cobrar, los ciudadanos recibirían el dinero directamente en su cuenta a través de una transferencia bancaria electrónica. De la noche a la mañana, el Post Office® se quedó sin dos de sus principales fuentes de ingresos, enfrentándose al riesgo que representaba el descenso de la afluencia de público a sus sucursales. Para contrarrestar las nuevas presiones comerciales, el Post Office® tenía que reducir costes, reestructurar su oferta y volver a atraer a los clientes a sus oficinas.

La solución de Fujitsu

La respuesta fue la iniciativa “Forward: five2eleven” (el futuro: de cinco a once), cuyo objetivo era devolver a la empresa su rentabilidad para el año 2011. Una de las claves del éxito del programa “Forward: five2eleven” es la capacidad de Fujitsu de continuar ejecutando los objetivos inmediatos, al tiempo que atrae a los clientes a través de ideas y servicios innovadores en un entorno multicanal que va desde las oficinas físicas hasta Internet y otras posibles vías de comunicación.

La implantación de “Forward: five2eleven” trajo consigo nuevas formas de pensar, tal como explica Ric Francis, Director de Operaciones de Post Office®: *“Hemos tenido que cambiar de mentalidad para mirar a más largo plazo y pensar más en innovar y en ofrecer al usuario una experiencia impecable, con independencia de la vía por la que el cliente se relacione con nosotros.”*

El resultado de todo ello es que Fujitsu ha trabajado en estrecha colaboración con el Post Office® para crear una innovadora experiencia para los clientes de las oficinas, que abarca desde puntos de atención al cliente multifunción con mostradores de pantallas táctiles, hasta novedosos kioscos de autoservicio que permiten a los clientes beneficiarse de múltiples canales de comunicación y mayores opciones de pago. Por ejemplo, para atender las necesidades de las pequeñas comunidades rurales, Fujitsu presta soporte a una red de furgonetas del Post Office® con todo el equipamiento necesario y singulares mostradores móviles y terminales con ruedas que garantizan que los usuarios puedan seguir formando parte de su entorno social. Además, una conexión vía satélite garantiza que incluso los ciudadanos de los lugares más alejados puedan recibir los mismos prestaciones.

Esta avanzada infraestructura ha permitido al Post Office® llevar su actividad comercial más allá de los servicios postales tradicionales. Su red bancaria automatizada permite a los clientes realizar operaciones bancarias de una manera muy similar a la de las sucursales bancarias o los cajeros automáticos. Gracias al teclado de marcado de números PIN instalado en cada mostrador, todo el servicio se presta sin ningún papeleo para los cerca de veintidós millones de clientes, que no necesitan resguardos de ingreso ni cheques. El resultado es que el servicio de oficinas automatizadas del Post Office® conforma ya la mayor red bancaria del Reino Unido, de tal manera que por cada libra esterlina que se encuentra en circulación, quince peniques pasan por una oficina del Post Office®.

Otro de los grandes avances introducidos es la incorporación de un Servicio Electrónico de Punto de Venta (EPOSS, Electronic Point of Sale Service), que permite al Post Office® vender una nueva y completa gama de productos sencillos además de los productos tradicionales, como son los sellos y los giros postales. Además, permite a los usuarios elegir entre pagar en efectivo, con cheque, con tarjeta de débito o con una mezcla de estos métodos de pago. También se han introducido mejoras en la actividad comercial principal del Post Office®. Los nuevos puestos o kioscos de autoservicio brindan a los ciudadanos la flexibilidad de enviar cartas y paquetes sin tener que guardar cola ante el mostrador.

Por otro lado, Fujitsu ha creado un complejo servicio de entrega gestionada, bautizado con el nombre de Smartpost, que simplifica el tratamiento del correo. Además de poder personalizar e imprimir diversas etiquetas de franqueo, acuses de recibo e informes, las oficinas del Post Office® pueden registrar y hacer un seguimiento de los detalles de cada envío, incluido su valor, peso y destino. Smartpost también permite establecer un enlace directo a las aplicaciones externas como el Postal Address File, una completa base de datos de direcciones de Royal Mail que contiene más de veintisiete millones de direcciones de correo.

Gracias al éxito de la colaboración continuada entre ambas empresas, Fujitsu ha recibido recientemente el galardón al “Vendedor del Año de Post Office® Limited”, imponiéndose tras una lucha muy reñida para obtener el título de “Vendedor Global del Año del Grupo Royal”. Para Ric Francis, “*El nuestro es un negocio muy complejo y variado, lo que implica que a una empresa no le resulta fácil llegar y entender todos los problemas. La experiencia es importante, lo que explica que valoremos nuestra dilatada relación con Fujitsu.*”

Beneficios del cliente

Las innovadoras soluciones para las oficinas físicas facilitadas por Fujitsu han permitido al Post Office® beneficiarse de:

- **Una mayor eficiencia:** Gracias a la automatización de su entorno operativo y al uso de la tecnología de pantallas táctiles, el Post Office® puede tramitar ahora hasta 3.500 operaciones por segundo, lo que le ha permitido convertirse en la mayor tramitadora de dinero del Reino Unido, y procesar más de 3.000 millones de operaciones al año, por un valor total superior a 90.000 millones de libras.
- **Mejora de la experiencia del usuario:** Gracias a la prestación de un servicio más rápido y eficaz a los más de 24 millones de clientes de las oficinas, reducción del papeleo y simplificación de las transacciones. Todos los años, más de 240 millones de facturas domésticas se pagan en oficinas del Post Office®.
- **Nuevas fuentes de ingresos:** Ahora el Post Office® puede ofrecer nuevos productos y servicios para atender las diversas y siempre crecientes necesidades de sus clientes. Por ello, se ha convertido en la mayor suministradora de divisas del Reino Unido, la segunda mayor proveedora de recargas electrónicas de teléfonos móviles, y vende más de un millón de pólizas de seguros de viajes al año.

- **Mayor flexibilidad operativa:** Con una infraestructura que puede adaptarse de manera rápida y anticipada a las necesidades cambiantes de los clientes.

“Las TI nos están ayudando a mejorar la eficiencia eliminando procesos redundantes y ayudándonos a hacer las cosas más deprisa y con una mayor eficacia en costes. También está creando un negocio más sólido y ofreciendo una visión estratégica, creando así nuevas oportunidades y ayudándonos a explotar las posibilidades de Internet como canal de ventas,” ha afirmado Ric Francis.

Nuestro planteamiento

Más de 3,5 millones de líneas de código de programación se utilizaron para crear la compleja funcionalidad que conforma el corazón de los sistemas de los puntos de atención al cliente del Post Office®. Con todo, a pesar de la magnitud del reto *Forward: five2eleven*, Ric Francis confía plenamente en la relación con Fujitsu. Para él, “*Fujitsu conoce nuestro negocio, a nuestros empleados y cómo gestionar un cambio de esa magnitud y complejidad. Por ese motivo, prorrogamos el contrato, para poder seguir trabajando juntos con el fin de crear una infraestructura moderna y fiable que capacite al personal de nuestras oficinas para ofrecer un servicio mejor a los ciudadanos. Nosotros entendemos nuestra relación actual más como una colaboración empresarial que como una relación con un proveedor de sistemas.*”

Al igual que ocurre con cualquier gran proyecto tecnológico, las relaciones personales son una de las claves del éxito, tal como explica Ric Francis: “*Los equipos trabajan bien juntos; existe un conocimiento compartido de lo que estamos haciendo, y eso ocurre a todos los niveles, no sólo en el ámbito de la alta dirección.*”

Ese conocimiento mutuo tiene su reflejo en las respectivas funciones de las empresas y, en especial, en el hecho de que Fujitsu no sólo trata con los responsables técnicos del Post Office®, sino que trabaja en estrecha colaboración con todos los directivos para garantizar que se atiendan las necesidades de negocio que impulsan el proyecto. A cambio, el Post Office® tiene acceso a la experiencia y los conocimientos de Fujitsu como compañía global.

Por ejemplo, Ric Francis ha visitado recientemente los Laboratorios de Fujitsu en Kawasaki (Japón). Su comentario al respecto fue: “*Ver los avances y la innovación procedentes de Japón nos ayuda a conocer las tendencias que se avecinan de forma inminente y nos abre la mente a nuevas posibilidades. Yo personalmente he podido observar cómo las nuevas tecnologías y enfoques van a poder ayudarnos en nuestra actividad en el futuro. En gran parte consiste en ser capaz de adoptar ideas de otros sectores y aplicarlas al nuestro. La presencia mundial de Fujitsu me proporciona el acceso a esa forma de pensar. Todavía nos queda un largo camino que recorrer, pero los avances realizados hasta la fecha han sido buenos.*”

Nuestra experiencia

Fujitsu lleva más de 30 años prestando a empresas mundiales un elevado nivel de servicio, y en este tiempo ha adquirido abundante experiencia y conocimientos en su función de ayudar a los clientes a servirse de la tecnología para crear nuevas oportunidades de generación de ingresos, reducir los costes operativos y acrecentar la satisfacción de sus clientes.

PREGUNTE A FUJITSU

Contáctenos en el +34 901 100 900 o
info@fujitsu.es o visite.es.fujitsu.com