

Alsa gana el premio al Mejor Customer Journey por su estrategia de movilidad segura



Filtros de aire en un autobús de Alsa - ALSA

MADRID, 25 Jun. (EUROPA PRESS) -

Alsa ha recibido el premio al Mejor Customer Journey, otorgado por la Asociación de Experiencia de Cliente DEC, en reconocimiento a la adaptación de sus viajes durante el último año en el contexto de la pandemia, con su programa Alsa Movilidad Segura.

El jurado ha señalado que, Alsa, como compañía de movilidad, "es un ejemplo de capacidad de adaptación a las circunstancias tan difíciles que nos ha tocado vivir durante la pandemia, sobre todo para un sector como el de transporte de viajeros". El fallo ha valorado además la comprensión que la compañía ha mostrado respecto al cliente, con más de 100 iniciativas implantadas y su capacidad para ofrecer formación a más de 7.000 empleados en circunstancias realmente excepcionales.

Alsa ha tenido que adaptar sus viajes casi cada vez que la normativa cambiaba, teniendo como prioridad la seguridad de sus clientes y empleados, según ha informado la empresa en un comunicado.

El premio ha sido recogido por el director del área de estudios, licitaciones y experiencia de clientes de Alsa, Alberto Cillero, quien ha puesto en valor el trabajo realizado por la compañía para adaptar los estándares del servicio al nuevo paradigma de la movilidad resultante de la pandemia.

El programa 'Alsa Movilidad Segura' fue diseñado desde el área de Experiencia de Clientes, en las primeras semanas de pandemia, anticipando la respuesta de la compañía a los clientes en el contexto del Covid19. Fue el primero en obtener el Certificado de Aenor frente al Covid-19 y está certificado por el Instituto de Calidad Turística.

En 2020, Alsa obtuvo el sello BCX a la mejor compañía de transportes de España. Este programa parte de una nueva metodología colaborativa de trabajo con el objetivo de diseñar experiencias de viaje seguras para clientes y empleados.

La responsable del programa Alsa Movilidad Segura, Paula Bouzada, ha señalado que la nueva metodología se basa en la transformación continua del viaje o pasillo de nuestros clientes, "permitiendo adaptarnos y reaccionar rápidamente a una realidad cambiante generada por el Covid-19, que sigue vigente en 2021".

Para el director general de Alsa España, Víctor López, "es un orgullo recibir este galardón, porque refuerza los pasos dados en un contexto de gran complejidad para nuestro sector y nos anima en nuestro empeño por invertir en seguridad, con independencia de la reducción de viajeros y operaciones que hemos vivido en el último año".

A pesar de la tímida activación de la movilidad, la empresa confía en ser portador de noticias de recuperación global, y muy especialmente de la confianza de clientes, con un incremento de los índices de movilidad durante el verano, ha explicado López.

Este año, en la VIII edición de los premios DEC, el jurado, conformado por 15 profesionales de prestigio en la Experiencia de Cliente, ha premiado cuatro categorías: Mejor Estrategia en Experiencia de Cliente, Mejor Customer Journey, Mejor Iniciativa de Empleados y Mejor Proyecto de Innovación. También han otorgado tres premios especiales: Directivo del Año en CX (experiencia de cliente), Mejor Marca en Experiencia de Cliente y Mejor Labor Periodística sobre CX (experiencia de cliente).

Por otra parte, los Premios DEC 2021 se presentaron con el formato televisivo del Talent, simulando concursos en los que se presentan candidatos para dar a conocer sus habilidades. La gala ha sido en formato mixto 'online' y presencial.