

# BPO

## Grupo GSS

### Servicios 118AB:

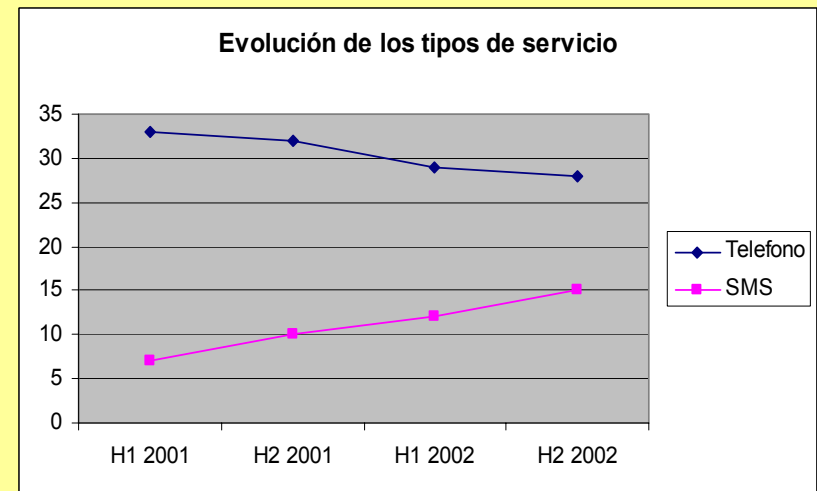
# Externalización del servicio 118AB

# Índice

- Un Mercado Innovador: Noruega
- Un Mercado Competitivo: Reino Unido
- Nuestra Visión del Mercado en España
- Compromiso de BPO
- Conclusiones

# Un Mercado Innovador: Noruega

- Liberalización reciente, con una cuota de mercado por Telenor del 70%.
- En 2003 existían 6 operadores de servicios por teléfono y 30 de servicio por SMS.
- A finales de 2002 las consultas por SMS suponían un 35% del total.
- Este tipo de accesos permiten la combinación de distintas aplicaciones y servicios más sofisticados.
- Dado el éxito en España del SMS, puede existir un gran potencial de crecimiento en este sentido.



Fuente: Norwegian Post and Telecommunications Authority

## Un Mercado Competitivo: Reino Unido

- Segmentación por calidad de servicio: varios proveedores disponen de más de un número para ofrecer distintos niveles de servicio.
- Los costes de una llamada para obtener un número son más bajos que en España: en torno a 40 c€.
- En el 64% de las peticiones, se comunica el número al usuario a través de un sistema automático.
- Más del 40% de los usuarios utiliza servicios adicionales, especialmente la terminación de llamadas y el envío del número por SMS.
- Si esta experiencia se traslada a España, puede darse una disminución de precios basada en la utilización de sistemas automáticos de respuesta.

Fuente: Ofcom and ICSTIS research

## Nuestra Visión del Mercado en España

- Existen dos tipos de “players” en el mercado:
  - Aquellos para los que los servicios de directorio suponen su negocio principal:
    - Invierten grandes sumas en publicidad.
    - Tienen cuotas de mercado importantes.
  - Aquellos para los que estos servicios son un complemento a su actividad:
    - No disponen de grandes presupuestos de publicidad.
    - Tienen capacidad de comunicación con algún segmento del mercado.

## Compromiso de BPO

Responder a la evolución del mercado:

- Estar atentos a las tendencias en otros países.
- Incorporar constantemente nuevas tecnologías.
- Innovar las propuestas de servicios a los usuarios.

Responder a las necesidades de los clientes:

- Servicio de Marca Blanca.
- Oferta de calidad.
- Propuestas de mejora.
- Flexibilidad, sin mínimos garantizados.
- Capacidad de respuesta: puesta en marcha, cambios.
- Sin costes fijos.
- Sin costes de puesta en marcha.

## Conclusiones

- El mercado evoluciona constantemente. Si atendemos a la experiencia en otros países cabe la posibilidad de:
  - Crecimiento del mercado de servicios a través de SMS.
  - Disminución de costes y mayor uso de sistemas automáticos.
- Existen “players” en el mercado con dificultad de entrada debido a que estos servicios son un complemento a sus actividades y, por lo tanto, sus volúmenes de llamadas son modestos.
- Consciente de todo esto, BPO ofrece un servicio de marca blanca capaz de adaptarse a las circunstancias de los clientes, lo que les permite el acceso al mercado sin renunciar a calidad y variedad en los servicios.