

**NUEVO SITIO WEB:
“LO QUE NOS UNE, NOS CONECTA”**



Twitt: Aguas Cordobesas renueva su compromiso con la comunidad a través de un nuevo sitio web más simple y accesible. #LOQUENOSUNENOS CONECTA

Nombre de la compañía o institución: Aguas Cordobesas

Área de Relaciones Institucionales de Aguas Cordobesas

Responsables del Plan:

Enrique Sargiotto- Gerente General

Equipo: *Lic. Cristina Barrientos (Jefe RRII) - Lic. Jéscica Nogueira (RRII)- Lic. Lucia Lorenzatti (Com. Internas)- Vanina Figueroa (Sistemas)*

1- INTRODUCCIÓN

1.1- Quiénes Somos

Aguas Cordobesas es la empresa concesionaria del servicio de agua potable para la ciudad de Córdoba. Esto significa que es el Estado, por intermedio del Ministerio de Ambiente, Agua y Servicios Públicos, quien mantiene para sí la titularidad pública del servicio. El contrato de concesión fue otorgado por la Provincia en 1997 por 30 años.

Con más de 1.500.000 habitantes servidos y más de 170.000.000 metros cúbicos de agua distribuida por año, se ha convertido en una de las principales empresas argentinas de servicio.

Comprometida con el desarrollo de la vida en forma sustentable, su VISIÓN ES SER REFERENTE EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CIUDAD MEJOR. Para lograrlo, opera bajo un Modelo de Gestión Sustentable.

Fue la primera empresa de la provincia en lograr la certificación de las tres normas internacionales que componen el “Sistema de Gestión Integrado”:

- Norma ISO 14.001 de Gestión Medioambiental
- Norma ISO 9001 de Gestión de Calidad
- Norma OHSAS 18.001 de Salud y Seguridad Ocupacional.

Sumó también la acreditación a la Norma ISO 17025 de Ensayos Analíticos en el Laboratorio Central. En 2014 adherimos al Pacto Global de las Naciones Unidas y a la Norma ISO 26000 de RSE y reporta su Gestión Social, Económica y Ambiental a través del GRI. (www.aguascordobesas.com.ar).

1.2- El Contexto

En el mundo actual, la evolución y el cambio son una constante que se acelera cada vez más como consecuencia de las permanentes innovaciones tecnológicas y de las telecomunicaciones. Asimismo, estas transformaciones nos fueron modelando nuevos hábitos de relacionamiento, consumo y acceso a la información que exigen a las organizaciones estar actualizados para poder llegar a todos sus públicos.

Aguas Cordobesas fue abriendo los canales de comunicación digitales más elegidos por sus públicos, tales como Facebook, Twitter, You Tube y LinkedIn, y fue profesionalizando su comunicación en estas comunidades, la página web había tenido su último rediseño en el año 2012 y sus actualizaciones posteriores estuvieron vinculadas principalmente al contenido de sus secciones.

Por este motivo, con la aparición de las redes sociales y la centralidad del teléfono celular en las comunicaciones cotidianas, era necesario contar con un sitio que brinde una respuesta a los nuevos hábitos de comunicación: que sea responsive, accesible desde cualquier dispositivo y que permita realizar gestiones y contar con información de interés en forma sencilla e inmediata.

En este contexto, en 2017, Aguas Cordobesas cumplió 20 años de la concesión del servicio en la ciudad Córdoba y se constituyó como la oportunidad para rediseñar el sitio y renovar su compromiso con la comunidad, fortaleciendo el vínculo con cada uno de sus públicos.

1.3- El porqué del plan

En el marco la celebración de los 20 años, se llevó a cabo un Plan Integral de Comunicación, cuyo objetivo principal fue “Renovar y fortalecer la imagen de Aguas Cordobesas como una empresa activa, comprometida con el presente y el futuro de su comunidad, la calidad del servicio que brinda y sus clientes”.

Por este motivo, uno de los pilares para lograrlo fue mejorar la experiencia de los públicos en el sitio web, un espacio de encuentro cada vez más elegido, donde los usuarios buscan informarse y realizar gestiones de manera ágil, dinámica y accesible desde cualquier dispositivo. Las personas están hiperconectadas, todo el tiempo, en todo lugar y por diversos motivos, por lo que se debía generar un espacio que respondiera a la dinámica de las conversaciones que se establecen en la actualidad entre las marcas y los usuarios.

Aguas Cordobesas es una empresa en acción, en constante movimiento y que mira hacia el futuro. Por este motivo el sitio debía reflejar este modo de ser y hacer de la empresa, como así también su compromiso con la construcción de

una ciudad mejor, que es lo que la UNE con los cordobeses de hoy y los de las generaciones futuras.

Los Objetivos del Proyecto:

Objetivo general:

- Renovar y fortalecer la imagen digital de Aguas Cordobesas como una empresa activa, comprometida con la prestación de un servicio de calidad y con el presente y futuro de la comunidad.

Objetivos Cualitativos:

- Mejorar la experiencia del usuario web, logrando un equilibrio entre la navegación sencilla e intuitiva con un diseño moderno, atractivo y relevante de acuerdo a sus intereses.
- Simplificar la gestión de todas las páginas y contenidos del sitio web por parte de Aguas Cordobesas, que permita la actualización de contenido y mejoras de los procesos de manera amigable.
- Incrementar la accesibilidad del sitio para que todo usuario pueda resolver sus inquietudes desde cualquier dispositivo y en cualquier momento.
- Potenciar la web como canal de comunicación integrándolo a las redes sociales y a las telecomunicaciones.
- Ampliar las funcionalidades del sitio para acompañar las demandas del contexto, de manera sencilla y bajo estándares de seguridad de las transacciones online.
- Trabajar la renovación del sitio web de manera integral, involucrando a todas las áreas de la empresa.

Objetivos Cuantitativos:

- Alcanzar un 85% de Imagen Positiva para Abril de 2019.
- Contribuir al posicionamiento de la empresa, incrementando -en el plazo de 2 años- 10 puntos porcentuales la percepción que tienen los clientes sobre los siguientes aspectos: confiabilidad, compromiso con los clientes, la comunidad, con el cuidado del agua y que escucha y atiende a los clientes.
- Escalar 5 puntos el nivel de Conformidad con la Empresa para abril de 2019.
- Posicionar el sitio web como canal de atención al cliente y gestión de pagos, incrementando la afluencia digital y descomprimiendo la afluencia en atención personalizada, cajas y telefónica.
- Mejorar los indicadores de la página web anterior respecto a: cantidad de visitas mensuales un 20%; incrementar el tiempo de sesión y reducir un 10% la tasa de rebote, como así también las consultas y gestiones comerciales más requeridas (Espacio Clientes, imprimir factura, consulta estado de cuenta, consulta de deuda y pago on line) en el primer año de su implementación.
- Superar el promedio de 4.990 adhesiones anuales de Factura Digital -lograda desde su implementación en el año 2015 hasta 2017- en un 50% durante el primer año.
- Obtener un 5% más de altas de usuarios en Espacio Clientes durante el primer año.

1.4- Públicos del Plan:

Público Objetivo:

Ser sustentable implica construir vínculos claros y recíprocos con cada público, de esta manera, se focalizó en secciones específicas para:

- Clientes
- Usuarios del Servicio
- Comunidad Educativa (Docentes y estudiantes)
- Medios de comunicación
- Proveedores

Y en segunda instancia para:

- Accionistas
- Gobierno
- Comunidad en general: 1.577.401 habitantes de la ciudad de Córdoba

1.5- El proyecto y la puesta en marcha

El nuevo sitio web debía ser una plataforma que abarcara a todos los públicos de la empresa por lo que se definió

desarrollarla involucrando a todas las áreas claves de la empresa que se encuentran vinculados con los públicos de interés. Por este motivo, el proyecto fue coordinado por las áreas de Sistemas, Comercial y Relaciones Institucionales, y se convocaron a las demás para la ejecución del plan que implicó las siguientes fases:

- **Diagnóstico:** se llevó a cabo un **relevamiento de las funcionalidades** del sitio web, como así también de las necesidades de los diversos sectores de la empresa e intereses de los públicos.
Por otro lado, respecto al acceso a los datos de los Sistemas transaccionales de Aguas Cordobesas (Silanus, SISA, Base de datos proveedores) se definió continuar utilizando Restful Web Services para poder conservar las mismas funcionalidades que existían en el sitio anterior.
- **Matriz de contenido integral:** A partir del diagnóstico, se procedió a un proceso de Jerarquización de contenido en base a:
 - o Los intereses de los usuarios, teniendo en cuenta las estadísticas arrojadas por la página y por las encuestas semestrales de satisfacción donde se les consulta qué información desean recibir.
 - o Los atributos de la empresa que queremos comunicar en el sitio
- Se diseñó y desarrollo de un **Content Management System (CMS)** para la gestión de todas las páginas y contenidos, facilitando la actualización y medición del sitio de manera más amigable para los colaboradores de Aguas Cordobesas permitiendo así tomar decisiones y ejecutarlas de manera más simple. Asimismo se **implementaron las soluciones tecnológicas** que permitieron la integración con los sistemas conservando la seguridad necesaria para las gestiones comerciales, potenciando las funcionalidades que ya tenía y migrando al formato responsive.
- **Definición del diseño del sitio** basado, por un lado, en la experiencia de cada uno de los públicos, de manera tal que encontrara información relevante de manera clara y ágil y , por el otro, en la nueva imagen institucional que se lanzó en el marco de 20º aniversario.
Por este motivo, se resolvió generar 2 Micrositios: ESPACIO CLIENTES y ESPACIO EDUCACIÓN
- **Prueba:** se llevó a cabo un entorno de prueba para montar el contenido del nuevo Sitio con la participación de las diversas áreas participantes.
- **Implementación:** se puso en productivo el sitio, dejando offline el sitio anterior. Dada la complejidad del Sitio por su integración con los sistemas de gestión de la empresa, ésta fue planificada y comunicada para evitar inconvenientes.
- **Interacción permanente** Contar con una herramienta que permita brindar respuesta a las diversas demandas de la empresa es clave para continuar mejorando el sitio y acercarnos cada vez más a nuestros públicos respondiendo a sus necesidades e intereses.

EL NUEVO SITIO, NUEVOS PUNTOS QUE NOS CONECTAN

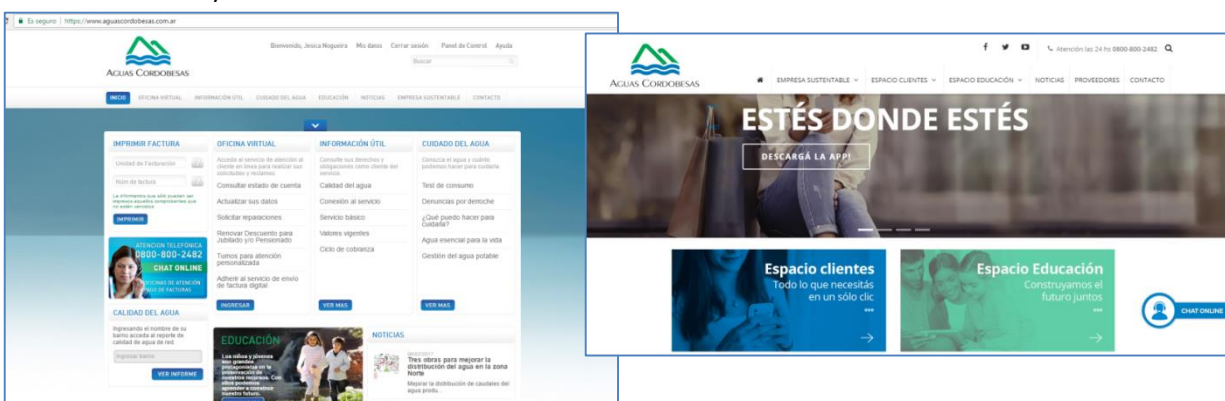
El desafío del equipo estuvo en mejorar la experiencia de los usuarios por lo que segmentación y la jerarquización fueron claves para que encuentren lo que necesitan ágilmente dado que en el portal anterior había demasiada información. Asimismo, todas las acciones de mejora se implementaron integrándolos a los procesos existentes para potenciar la omnicanalidad. Por este motivo se definió lo siguiente:

ARQUITECTURA WEB:

Diseño más intuitivo y con accesos más rápidos a cada sección a través de:

- La implementación de un **BIG MENÚ** que acompaña al usuario en toda su navegación y que clasifica las diversas secciones con los accesos directos a los principales puntos de interés.
- Slides en la parte superior de la Home: Se eligió una cabecera dinámica en la parte superior donde la empresa presenta sus campañas más importantes.
- El desarrollo de **ESPACIO CLIENTES** y **ESPACIO EDUCACIÓN**: 2 Micrositios orientados a públicos con intereses específicos y representan el compromiso de Aguas Cordobesas con sus clientes y con la educación.

Sitio web anterior y el nuevo Sitio



MÁS ACCESIBLE:

El formato responsive permite que la navegación se amigable desde cualquier dispositivo, para que los usuarios puedan encontrarnos y realizar sus gestiones, estén donde estén.

GESTIONES MÁS SIMPLES:

Se desarrolló ESPACIO CLIENTES para reunir todos los temas vinculados a gestiones comerciales y cualquier información que pueda ser relevante para ellos. Asimismo se eliminó el registro como condición necesaria para los trámites que no lo requieren, se simplificaron gran parte de los procesos, entre ellos: la impresión de facturas, la consulta de estado de cuenta/deuda, la adhesión a la Factura Digital, Pago de Deuda, entre otros.

Se estructuró la página de acuerdo a los requerimientos más frecuentes de los clientes con íconos bien desatacados en el margen superior, y se colocaron botones de acción con indicaciones para orientar al usuario. Además, el Espacio Clientes incluye Información útil y las principales noticias comerciales como contenido dinámico.

MÁS AMIGABLE:

Conservando una estética limpia, se buscó mayor impacto visual a través de imágenes y videos que simplifican la "lectura" rápida del sitio, al tiempo que humanizan la empresa. Por otro lado, cambió el tono con el que la empresa se dirigía a los usuarios en el sitio web, se dejó de interpelarlo como "usted" para mostrarse más cercana.

También se incluyó la evolución de la identidad de la marca que, a través de un sistema iconográfico basado isotipo de Aguas Cordobesas, aportó modernidad y frescura al diseño.

UNA EMPRESA EN ACCIÓN

Se reforzó la sección institucional que resume lo que la empresa es y su accionar con el objetivo de mostrar con datos su compromiso y que se encuentra trabajando permanente. Por este motivo, nació EMPRESA SUSTENTABLE, una sección que incluye información sobre [La Empresa](#); su [Compromiso con los Públicos](#) explicando su Modelo de Gestión Sustentable, los reportes GRI publicados y las Certificaciones, normas internacionales y adhesiones, [Plan de Obras](#) (una nuevo espacio que se actualiza en forma mensual con el estado de las obras en ejecución) y [Trabajá con Nosotros](#), dando la posibilidad de postularse los puestos vacantes a los interesados o dejar su cv.

COMPROMETIDA CON LA EDUCACIÓN

Nació ESPACIO EDUCACIÓN, un micrositio que permite expresar el compromiso de la empresa, mostrar lo que hace e invitar a la participación. Se posicionaron los programas educativos, dándoles mayor jerarquía y visibilidad en la web a través de un espacio renovado para a cada uno, con testimonios, imágenes y videos, como así también con la posibilidad de que las instituciones educativas soliciten los soliciten. Asimismo, incluye la sección [CUIDEMOS EL AGUA](#) con material educativo para docentes y alumnos, como así también toda la información para contribuir a la toma de conciencia sobre la importancia del cuidado del recurso.

LAS NOTICIAS SE RENUEVAN

Por un lado, éstas continúan siendo parte de la Home, dando la posibilidad de elegir las más relevantes (antes solo figuraban las últimas) y, por el otro, se creó una [sección específica](#) para ellas, donde están segmentadas por ejes temáticos y donde la prensa puede acceder a su micrositio: la [Sala de Prensa Digital](#)

REDES SOCIALES INTEGRADAS:

Se sumó el link a las redes sociales en forma permanente, como así también la posibilidad de llamar al 0800 2482 directamente desde la web. Por otro lado, se integraron a la sección noticias donde se pueden visualizar las publicaciones de Facebook y Twitter en tiempo real y se potenció la visibilidad de las noticias al sumar la posibilidad de compartirlas a través de las redes o por Whatsapp

COMPROMETIDOS CON UN SERVICIO DE CALIDAD

La calidad del agua es lo más importante para los clientes y se trabaja día a día para brindar el producto más controlado del mercado. Por este motivo, se destacó en la HOME el buscador de Reportes de calidad por barrio, como así también se publican los informes de calidad de manera mensual y trimestral en forma detallada.

UN ASISTENTE A DISPOSICIÓN

El chat on line acompaña al usuario durante toda la navegación en caso que necesite atención personalizada, respecto a la navegación o cualquier inquietud.

NUEVO PORTAL PARA PROVEEDORES

Se implementó una sección exclusiva para que accedan directamente a su portal con su usuario y contraseña.

PUESTA EN MARCHA

- ✓ Se publicó en UNE, la intranet con la que todos los colaboradores se mantienen al tanto de las novedades y se comunicó en CANALES, el anuario institucional.
- ✓ Para MANDOS, se aprovechó la reunión de fin de año para presentar el proyecto.
- ✓ Se publicó un Pop Up en el mismo sitio para que cualquier usuario que ingrese sepa que la empresa había renovado el sitio para mejorar su experiencia.
- ✓ Se publicó otro Pop Up, para dar a conocer ESPACIO CLIENTES el nuevo sitio para que los usuarios puedan realizar consultas o gestiones sobre su cuenta.
- ✓ Se comunicó en dorsos de factura que se distribuyen a todos los clientes y se publicó en las redes sociales.
- ✓ Publicación en lavo.com.ar
- ✓ Se informó a los proveedores sobre el portal desarrollado de manera exclusiva para ellos.
- ✓ Se llevaron a cabo capacitaciones internas a los colaboradores a quienes se les asignaron un usuario para editar las secciones correspondientes.

ITERACIÓN PERMANENTE

La puesta en marcha fue el inicio de una nueva forma de trabajo en el sitio, más dinámica y participativa, donde todas las áreas contribuyen para optimizar procesos y sumar funcionalidades. Se convirtió en una herramienta más útil más para tomar decisiones, al permitir conocer con mayor precisión las necesidades de los clientes . Por este motivo, fue que luego se sumaron las siguientes mejoras:

- **Unificación de BBDD** de los usuarios web con los del aplicativo móvil, permitiendo así avanzar Integración de los sistemas y en el desarrollo de la omnicanalidad.
- **Nueva funcionalidad “Gestionar deuda”:** en septiembre de 2018 se sumó la posibilidad de que los clientes pudieran generar un documento pagadero con la deuda actualizada y puedan abonarlas sin necesidad de asistir a alguna oficina comercial de Aguas Cordobesas, como debía hacerlo anteriormente
- **Inclusión del Pago ON LINE:** en 2019 el sitio web se constituyó también como nuevo canal de pago tanto para facturas vencidas como no vencidas, incrementando así las posibilidades de los clientes para abonar sus facturas y regularizar su deuda de manera más simple, rápida y esté donde esté. Para esta nueva funcionalidad se desarrolló una campaña específica para darlo a conocer.
- **Integración de sistema de reclutamiento externo** a la sección “Trabajá con nosotros”, simplificando las publicaciones de las búsquedas laborales para el equipo de RRHH y las postulaciones para los interesados.
- La inclusión de una **nueva sección de Tutoriales** que simplifica la gestión de atención al cliente en las redes sociales, consultas web y el chat on line.
- La puesta en marcha de la **nueva Sala de Prensa Digital**, un espacio exclusivo para los periodistas, la cual se lanzó con motivo del Día del Periodista el 7 de junio de 2019.

RESULTADOS E IMPACTO DEL PLAN

- ✓ Se logró posicionar como canal de atención al cliente y gestión de pagos, incrementando la afluencia digital un 194% en el primer año del sitio. Asimismo, se observó un incremento exponencial del chat on line que creció un 178%. Estos datos, se corresponden con la obtención de los objetivos de disminución de la afluencia en atención personalizada, cajas y telefónica, tal como lo demuestra el siguiente cuadro:

AFLUENCIA	PERSONALIZADA			CAJAS			TELEFÓNICA			DIGITAL
	HP	CPC	TOTAL	HP	CPC	TOTAL	LLAMADAS	COBROS	TOTAL	
<i>Promedio año 2017</i>	5.727	1.870	7.597	10.467	19.559	30.026	17.821	3.144	20.965	28.558
<i>Promedio año 2018</i>	6.174	1.951	8.296	8.540	16.104	24.644	17.817	2.736	20.553	55.641

- ✓ Para 2018 se logró superar los indicadores esperados respecto a la cantidad de visitas mensuales en un 24%; mejoró la usabilidad dado a que se observó un incremento del tiempo de sesión y una disminución de un 12% de la tasa de rebote.
- ✓ El nuevo micrositio Espacio Clientes creció un 9%; y con su rediseño, la impresión de facturas se elevó un 217% y la consulta del estado de cuenta, un 5% en el primer año de su implementación.
- ✓ Si bien la mayoría de las gestiones no requieren del registro como usuario en la página, este creció un 8% durante el primer año del sitio.

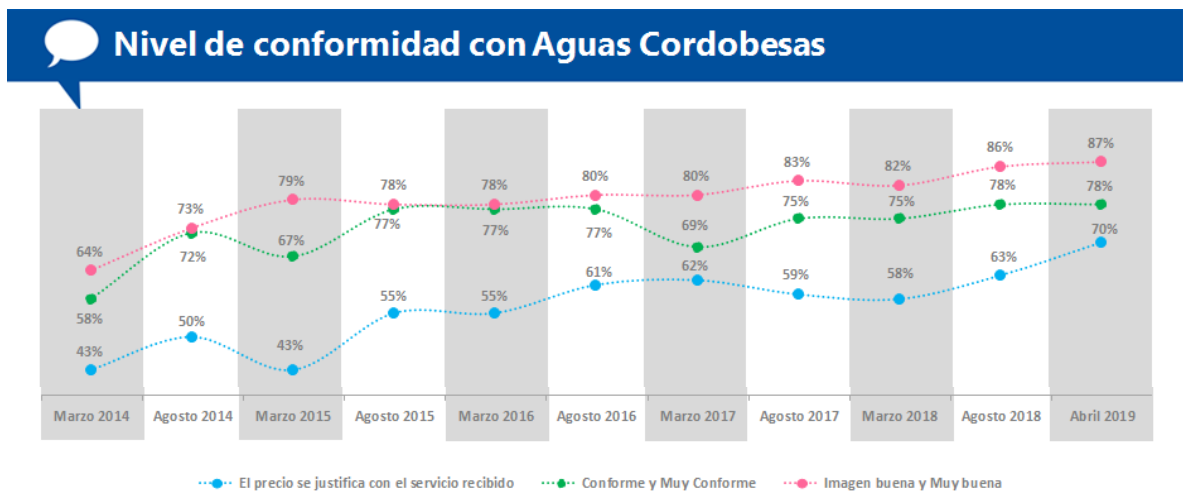
- ✓ Otros indicadores son la tendencia creciente que registraron las funcionalidades implementadas posteriormente: la consulta de deuda y pago on line.

Espacio Clientes	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19
Imprimir facturas	53987	50740	50713	49144	51075
Gestionar Deuda	35987	43729	53795	57646	66679
pagoOnline	599	5493	6792	6908	8446

La optimización del proceso de adhesión al servicio de factura digital, sumado a su jerarquización en el sitio, impactaron notablemente en el volumen anual de conversiones: de un promedio anual de 4.990 adhesiones que se venían registrando desde 2015, se obtuvieron durante 2018, 9.720 altas, es decir, un 94% más.

Redefinir el sitio web conlleva actualizar los vínculos con los públicos, contribuyendo así a fortalecer la buena imagen que continúa creciendo y ratifica su alto nivel de aceptación entre los cordobeses.

En este sentido, en el primer año de implementación del sitio, la imagen positiva de la empresa creció 2 puntos porcentuales y, en la última medición, realizada en abril de 2019, se obtuvo un 87% de imagen positiva, 4 puntos porcentuales más que en la medición de marzo de 2018 y nuevo pico de la serie evolutiva desde el año 2015. Esto se corresponde con el lugar que tiene en el contexto de las empresas de servicios públicos, donde se posiciona como la que mayor grado de conformidad tiene entre los vecinos de la ciudad: de 2017 a 2018, esta paso de un 69% a un 75 % y, en la última medición, subió otros 3 puntos (de 75% a 78%) .



En este sentido también creció el posicionamiento de la empresa respecto a la percepción que tienen los clientes sobre los siguientes aspectos de la empresa como confiable, comprometida con los clientes, la comunidad, con el cuidado del agua y que escucha y atiende a los clientes.

Posición sobre distintos aspectos de AACC: nivel de acuerdo

	Marzo 2014	Agosto 2014	Marzo 2015	Agosto 2015	Marzo 2016	Agosto 2016	Marzo 2017	Agosto 2017	Marzo 2018	Agosto 2018	Abril 2019	Promedio del último quinquenio*
Comprometida con el cliente	49%	54%	55%	58%	62%	63%	58%	63%	69%	75%	72%	61%
Confiable	48%	51%	46%	58%	53%	65%	54%	56%	67%	68%	71%	57%
Comprometida con el cuidado del agua	40%	50%	52%	50%	56%	59%	58%	64%	70%	70%	73%	58%
Comprometida con la comunidad	44%	48%	57%	51%	51%	57%	51%	55%	62%	64%	65%	55%
Que escucha y atiende a sus clientes	40%	50%	52%	50%	56%	61%	49%	58%	63%	65%	64%	54%

Aguas Cordobesas trabaja diariamente para producir y distribuir un producto de calidad, como así también para construir una ciudad mejor. Afianzar los vínculos con todos sus públicos pensando en los cordobeses de hoy y en las próximas generaciones es el compromiso asumido por la empresa, el cual se refleja en todas sus acciones y en una sólida imagen positiva que se fortalece año tras año.