

PAN AMERICAN ENERGY

PROYECTO: EXPERIENCIAS WOW PARA ESTACIONES DE SERVICIO AXION energy

OBJETIVO:

Desarrollar experiencias WOW disruptivas, innovadoras pero implementables en el corto plazo para diferenciarse en la Atención a los Clientes de Estaciones de Servicio.

CONTEXTO y DATOS:

PROPÓSITO --- > Evolucionar constantemente hacia lo que necesitan las personas que también evolucionan porque están en constante crecimiento.

MISIÓN --- > Ser la principal empresa integrada privada de energía de la región. Refinamos, distribuimos y comercializamos combustibles con tecnología de vanguardia y la máxima calidad.

VISIÓN / IMAGEN FUTURA --- > Ser la principal empresa integrada privada de energía de la región con la **mejor experiencia de compra** ...

“Queremos ENCANTAR a nuestros clientes para que vuelvan y nos recomienden”

... generando un cambio de mentalidad y comportamiento de todos nuestros colaboradores en contacto (directo e indirecto) con el cliente, haciéndolos protagonistas, dueños y embajadores de una **experiencia diferencial**.

VALORES --- >

NUESTRO DESAFÍO

SER UNA COMPAÑÍA DE ENERGÍA GLOBAL LÍDER,
« ADMIRADA Y RESPETADA POR:

- > La **Pasión**, el **Compromiso** y la **Calidad** de su **Gente**.
- > Su **Compromiso** con la **Seguridad**, las **Comunidades** y el **Medio Ambiente**.
- > Su **Crecimiento** y **Resultados**.
- > Su **Ética**, **Integridad** y **Cuidado** de las **Personas**.
- > Su **Innovación**, **Agilidad** e **Iniciativa**.
- > La **Confianza** que despierta en **Clientes**, **Gobiernos** y **Socios**.

AXION energy

Pan American **ENERGY**

NUESTRO FORMA DE

»SER«

SOMOS/**PROTAGONISTAS**

Escribimos nuestra historia con lo mejor de nosotros para lograr los ambiciosos objetivos que nos proponemos.

SOMOS/**EXPERTOS**

Buscamos la excelencia y la innovación en todos los ámbitos y nos desarrollamos para superarnos día a día.

SOMOS/**DECIDIDOS**

Desarrollamos nuestros límites, evaluando oportunidades y riesgos y avanzamos con paso firme.

SOMOS/**ÁGILES**

Nos anticipamos a los diversos entornos y actuamos con rapidez, asegurando el cumplimiento de los resultados.

SOMOS/**EQUIPO**

Valoramos a las personas y trabajamos articuladamente porque juntos llegamos más lejos.

SOMOS/**APASIONADOS**

El coraje y el valor acompañan cada uno de nuestros desafíos.



NUESTRO FORMA DE

»LIDERAR«

» **MARCAMOS EL RUMBO** <<

Entendemos el negocio y decidimos con visión estratégica.

» **TENDEMOS PUENTES** <<

Promovemos el trabajo articulado y la colaboración, valorando la diversidad.



» **LIBERAMOS EL POTENCIAL** <<

Inspiramos y empoderamos a nuestros equipos para lograr desarrollar al máximo su talento.

» **FOMENTAMOS LA MEJORA CONTINUA Y LA INNOVACIÓN** <<

Buscamos anticiparnos y tomamos los cambios como oportunidades de superación.



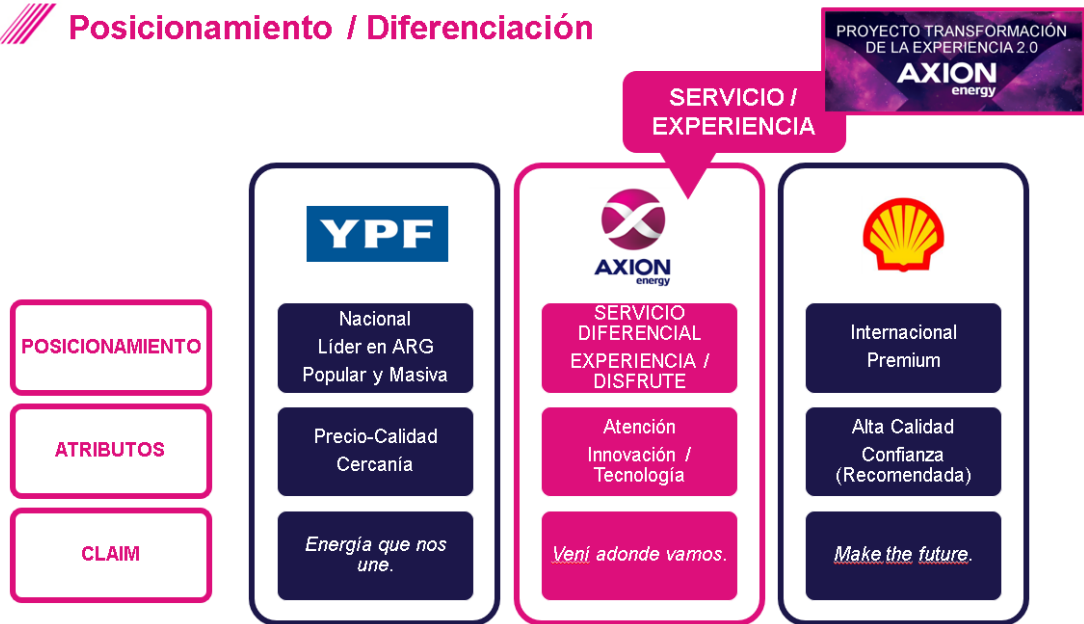
AXION energy es la marca de la Red de Estaciones de Servicio de PAN AMERICAN ENERGY.

DRIVERS DE DIFERENCIACIÓN --- > Innovación / Excelencia en la Ejecución / Cultura centrada en el Cliente

PILARES --- >

- TRANSFORMACIÓN
- PREMIUMIZACIÓN
- CULTURA CENTRADA EN EL CLIENTE
- ESTANDARIZACIÓN

Posicionamiento / Diferenciación



Actualmente PAN AMERICAN ENERGY es el resultado de una década de integraciones y fusiones de distintas empresas con un **mix de diferentes culturas** que provienen de Esso, luego AXION energy y ahora ya integrados en PAN AMERICAN ENERGY.

La Red de Estaciones de Servicio de AXION está formada por **605 estaciones**, de las cuales **55 son propias** (llamadas “Cors”) y **550 son de terceros** tipo franquicias (llamadas “Operadores”).

Luego de haber trabajado profundamente en la estandarización de la Red AXION a nivel imagen, calidad, seguridad y en la base de la atención al cliente, el ejercicio requiere plantear la **TRANSFORMACIÓN DE SERVICIO 2.0 de la Red de Estaciones AXION** y esto para la totalidad de las estaciones (propias y de terceros), posicionando a la **marca AXION** como **referente y diferenciadora de la experiencia** al cliente dentro de la categoría Estaciones de Servicio.

El objetivo del Proyecto **TRANSFORMACIÓN DE SERVICIO 2.0 de la Red de Estaciones AXION** es **desarrollar el Modelo de Atención de las Estaciones AXION** teniendo en cuenta los siguientes entregables.

1. **Diseño y Estandarización de las Guías de Experiencia.**
2. **Sensibilización y compromiso** de las partes interesadas (stakeholders) internos y externos (abarca Dueños y Directivos de las Estaciones AXION).
3. **KPI’s, medición y seguimiento** sobre cómo se medirá el impacto de las acciones a implementar, tanto en el personal de las estaciones como en los clientes.
4. **Herramienta de gestión / recursos** para lograr la **escalabilidad y continuidad** a largo plazo.
5. **Plan de Sostenibilidad**, acciones para mantener viva la nueva cultura de atención al cliente, de acá en adelante, para hacerla sustentable como ventaja competitiva centrada en el servicio al cliente.
6. **Fidelización del Cliente con la marca AXION** como resultado del cambio de experiencia cultural, con foco en servicio diferencial, que la experiencia desde la llegada a toda Estación AXION sea valorada por el cliente.

Algunos comentarios adicionales:

- La dirección (management) de las estaciones de terceros “Operadores” es heterogéneo. Algunas estaciones funcionan como PYMES y otras además son estructuras familiares donde conviven varias generaciones en el medio de un desafío coyuntural de transformación digital.
- Existen estaciones Rutas, Urbanas y Gasoleras (con principal foco en el Agro). La propuesta podrá realizarse como un todo común a la red o separada teniendo en cuenta esta segmentación.
- La rotación del personal de las estaciones propias “Cors” es de alrededor de un 30 % acumulado anual.
- La comunidad de vendedores de playa y de tienda de las estaciones, que llega a un total de 9.000 personas para el total de la Red AXION (1.200 para Cors y 7.500 para Operadores), converge en el AXION campus.
- El AXION campus es una plataforma virtual de capacitación donde se pueden encontrar todos los cursos disponibles que desarrolla la empresa, así como las novedades y acciones

de marketing, sectores de seguridad y recursos humanos entre otros. Asimismo, los usuarios pueden dejar sus comentarios.

- Contamos con un equipo de entrenadores que visitan a las estaciones (propias y de terceros) bimestralmente para coachear a los vendedores en los comportamientos que se requieren.
- El gran desafío está en la ejecución de las iniciativas y la falta de liderazgo.