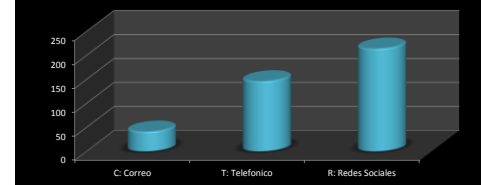
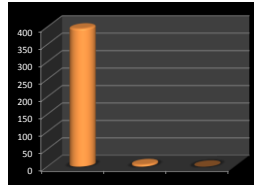
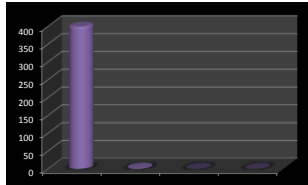


CONSOLIDADO TIPO DE SOLICITUDES  
AÑO 2018

TIPIFICACION DE NOVEDAD		TIPO DE CLIENTE		MEDIO DE CONTACTO	
Solicitudes (S)	399	Apostador (A)	395	C: Correo	41
Quejas (Q)	2	Distribuidor (D)	6	T: Telefonico	146
Felicitaciones (F)	0	Lotero (L)	0	R: Redes Sociales	214
Reclamos ®	0	Interno (I)	0		
		Proveedor (P)	0		
<b>TOTAL</b>	<b>401</b>		<b>401</b>		<b>401</b>



TIPIFICACION DE NOVEDAD		TIPO DE CLIENTE		MEDIO DE CONTACTO	
SOLICITUDES (S)	100%	APOSTADOR (A)	99%	C: Correo	10%
QUEJAS (Q)	0%	DISTRIBUIDOR (D)	1%	T: Telefonico	36%
FELICITACIONES (F)	0%	LOTERO (L)	0%	R: Redes Sociales	53%
RECLAMOS ®	0%	INTERNO (I)	0%		
		PROVEEDOR	0%		

Analisis

Dada la medición en lo que va corrido del 1 Semestre del año 2018 se puede evidenciar que:  
El tipo de requerimiento que se presenta de manera permanente es con relación a las consultas sobre resultados de los sorteos semanales, pago de premios y caducidad de los mismos. Durante este presente periodo se presentaron 2 quejas las cuales fueron contestadas vía correo Electrónico.

Importante tener en cuenta que todas las llamadas son recibidas a través de Servicio al Cliente pero debido a lo dispendioso y la prontitud con la que deben darse las respuestas, no todas se encuentran consignadas en esta relación, ya que muchas de estas son atendidas de manera directa por el área competente. El presente informe representa una muestra de algunas de las llamadas recibidas por la línea de servicio al cliente, con relación a las consultas de resultados ya que es el tipo de consulta de mayor volumen.

Observamos que nuestro cliente comprador es quien consulta con mayor frecuencia, teniendo en cuenta que el 99% de las solicitudes han sido efectuadas por nuestro cliente apostador, el 1% equivale a consultas de nuestros distribuidores y el 0% de nuestro cliente interno. Actualmente el medio de contacto en nuestra empresa con mayor tráfico, son nuestras redes sociales ya que contamos con 20.163 Seguidores "Facebook, Instagram, Twitter, Youtube" con un 53% de utilización y el restante 36% se realiza vía teléfono y 10% correo electrónico.