

Jazztel consigue el 15% de los nuevos abonados gracias a sus propios clientes

La 'teleco' supera a Telefónica, Orange y Vodafone en captación en un año

Es barato, constituye un arma perfecta para fidelizar a los clientes y una más poderosa aún para captar abonados nuevos. Hace un año que Jazztel decidió convertir a sus usuarios en comerciales para que fueran ellos los que convencieran a sus conocidos. En doce meses, la teleco ha logrado 57.000 altas brutas de ADSL de esta forma, el 15% del total.

INÉS ABRIL Madrid

Hay anuncios que funcionan realmente bien, promociones que convencen y campañas de éxito rotundo, pero Jazztel está convencida de que una de las armas más fructíferas para convencer a un cliente es que un conocido le diga que tiene el producto en cuestión y que está contento con él. Por eso, hace un año dio un paso más en la típica estrategia que tienen muchas operadoras de rebajar la factura o dar un descuento a los abonados que traigan clientes. Puesto que los usuarios iban a actuar de comerciales, ¿por qué no pagarles por ello? Jazztel decidió hacerlo y abonar hasta 100 euros por captación, en una proporción que empezaba en 60 euros para el primer amigo convencido, 80 para el segundo y 100 en adelante, sin límite de posibles captados. A su vez, los convencidos cobrarían 30 euros.

Un año después, el resultado son 57.000 nuevos clientes que han llega-

do a la compañía por esta vía, lo que supone un 15% de las altas brutas en el mismo periodo, según afirman fuentes de la empresa.

Y eso en un momento en que Jazztel está en un punto alto de captación. Entre septiembre de 2009 y el mismo mes de este año, la compañía ha logrado casi 275.000 nuevos clientes netos, con lo que se convierte en la operadora española de banda ancha con mejor evolución. La que está más cerca es Telefónica, que en el mismo periodo se ha hecho con 205.271 nuevos abonados, según los datos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT). Orange, según sus propias cifras, ha perdido 1.000 usuarios en los últimos doce meses. Todas las operadoras de cable sumadas se hicieron con 85.694 abonados. Vodafone, mientras, todavía no ha presentado sus resultados a septiembre -lo hará mañana-, pero hasta junio llevaba 150.737 altas de ADSL y los números totales del mercado hacen imposible que ella sola captara más de 120.000 en el último trimestre, ya que todas las compañías juntas lograron 138.400.

Seis millones en pagos

A cambio de movilizar a sus clientes para que convencieran a sus conocidos, Jazztel ha pagado seis millones de euros en descuentos en las facturas. En total, han sido 300.000 los pagos mensuales que se han reducido de una manera u otra por participar en el programa. Algunos lo han hecho hasta el punto de no pagar nada a Jazztel por



José Miguel García, consejero delegado de Jazztel. JUAN LÁZARO

¿El mejor comercial de la empresa? Una mujer octogenaria

Cualquiera pensaría que el cliente más activo en convencer a sus conocidos de pasarse a un ADSL de Jazztel tendría un perfil distinto, que fuera un llamado nativo digital, metido todo el día en su ordenador y rodeado de amigos con los mismos hábitos. Pero no ha sido así.

El mejor comercial de Jazztel ha resultado ser una mujer octogenaria, que logró convencer a 17 personas para que se pasaran a la banda ancha de Jazztel.

Sólo por ese logro, esta cliente consiguió 1.640 euros, pero su factura acreedora con Jazztel terminó siendo

mucho más alta. La operadora tiene establecido un sorteo mensual de 25.000 euros para los clientes que atraigan a otros, que tendrán más papeletas cuanto más consigan captar. Esta abona tenía 243 papeletas para el sorteo de agosto. Y lo ganó, por supuesto.

La operadora decidió en 2009 pagar a sus usuarios por hacer de comerciales

su conexión de banda ancha, ya que de 90.000 facturas se han cursado a un cero en la línea de cuenta a abonar por el cliente.

Además de los pagos, los usuarios han recibido 300.000 euros de Jazztel y los sorteos en los que han participado por traer nuevos abonados.