

Empresas

ING, Toyota y Paradores, empresas mejor valoradas por los clientes en España

SUSCRIPCIÓN AL BOLETÍN



V Informe de Experiencia de Cliente en España

Domingo 27 de diciembre de 2020, 11:56h

Me gusta 23 Compartir Seguir 447 Share PinIt Twitter

Precio, calidad y experiencia omnicanal, los factores clave a la hora de recomendar marcas o servicios.



El V Informe de Estado de Madurez de la Experiencia de Cliente (CX) en España, elaborado por la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) y la consultora estratégica Bain&Company, desvela qué empresas y marcas son las más valoradas por los clientes, teniendo en cuenta la opinión de 20.000 encuestados y directores de CX de 150 empresas de 15 sectores diferentes. Medallia, plataforma de gestión de experiencias, ha participado como colaborador.

Para conocerlo se han basado en la medición del NPS (Net Promoter Score), el indicador de referencia mundial que evalúa la Experiencia de Cliente, se sitúa en España en torno al 5%, esto significa que hay un 5% más de promotores- aquellos que recomiendan una marca, frente a los detractores (quienes realizan recomendaciones negativas). Las marcas que logran los NPS más altos de su sector afianzan su reputación y consiguen de forma natural inspirar confianza como marca, y así fidelizar a sus clientes.

El informe arroja que las empresas más implicadas con el desarrollo de iniciativas de CX reciben más y mejores recomendaciones de sus clientes. Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de DEC, ha apuntado que "las inversiones en innovación en Experiencia de Cliente se hacen imprescindibles para escuchar y analizar mejor al cliente, y también entregar una experiencia más humana desde la tecnología".

En el ranking de empresas, ING, Toyota y Paradores han obtenido las mejores puntuaciones, por lo que, según este estudio, serían las tres marcas más recomendadas por sus clientes superando las expectativas del producto/servicio y con una vinculación emocional por encima de la media.

Por sectores, los más valorados son la automoción, el hotelero y la electrónica, mientras que Telefonía, Banca y Energía obtienen los peores resultados.

Los factores que más valoran los consumidores a la hora de recomendar una marca son el precio, la calidad del producto y la sencillez de la experiencia omnicanal, a través de sus distintos formatos, físico, telefónico, web o App. Un dato relevante teniendo en cuenta que es el primer estudio de Experiencia de Cliente que analiza la relación de los clientes con las marcas durante la pandemia, cuando se ha incrementado significativamente el consumo digital.

Según ha explicado Santiago Casanova, socio del área de Servicios Financieros en Bain & Company, "para liderar hay que entregar atributos objetivos (producto/servicio) y también poner énfasis en factores emocionales. En este sentido ha comentado que el estudio arroja que, aunque la mayor parte de las empresas poseen una buena reputación e inspiran confianza, no han sido capaces de crear un vínculo emocional con los clientes, a excepción de los sectores de Automoción y Formación".

Por segmentos de población, son los Millennials (26-35 años) los clientes que mejor valoran y perciben la Experiencia de Cliente, ligeramente por encima de la media, algo que, según los expertos puede deberse a las políticas específicas desarrolladas para ellos en los últimos años. Los más críticos, por el contrario, serían los menores de 25 años, la Generación Z, los únicos con un NPS negativo (-2%), siete puntos inferior a la media nacional.

A juicio de André Carvalho, socio del área de Bienes de Consumo en Bain & Company, "una de las conclusiones más importantes de este estudio, y demostrado por los datos, es el impacto de la omnicanalidad en la valoración de la experiencia de cliente – hemos visto que no basta solamente trabajar los canales digitales de forma excelente, hay que hacerlo de forma integrada con la experiencia en otros canales".

Las encuestas realizadas a los Directivos de Experiencia de Cliente concluyen que, si bien se han producido avances importantes en los últimos años, aún hay mucho camino por andar en cuanto a la implicación de los empleados y la mejora continua a partir de la escucha de los clientes.

ULTIMA HORA

4 claves para comprar de forma segura y evitar ciberriesgos en estas fechas

27 Dec 2020 12:11

ING, Toyota y Paradores, empresas mejor valoradas por los clientes en España

27 Dec 2020 11:56

Javier Vega participará en Original by Motul, la categoría más extrema del Dakar

27 Dec 2020 11:48

¿Es buen momento para invertir en vivienda?

27 Dec 2020 11:21

PlayStation™ Store con descuentos en grandes títulos para PS4™ y por primera vez en PS5™

27 Dec 2020 11:12



Contrata tu seguro de viaje con el especialista

ERV ahora es ERGO Seguros de viaje

ERGO