

Revista digital Informe COVID-19 y estrategias TI Webinars Vídeos

El sector hotelero, el automovilístico y el electrónico: los que mejor experiencia de usuario generan

Customer Experience 29 DIC 2020



El V Informe de Estado de Madurez de la Experiencia de Cliente en España ha desvelado que las empresas más implicadas con el desarrollo de iniciativas de experiencia de usuario reciben más y mejores recomendaciones de sus clientes. Los sectores hotelero, automovilístico y electrónico generan una mejor experiencia de usuario, según este documento.

COMPARTIR

Compartir

Twittear

Compartir

En los últimos años, la experiencia de usuario se ha convertido en un concepto de marketing clave en el entorno digital. Pero a pesar de ello, sigue generando muchas dudas, ya que es un concepto muy amplio y que normalmente se confunde con otros relacionados, como la usabilidad.

La experiencia de usuario, también llamada customer experience se refiere al conjunto de factores y elementos relacionados con el proceso de interacción de un usuario respecto a un producto o servicio. Este concepto se aplica a la interacción con páginas web y aplicaciones móviles.

[La experiencia de usuario no afecta a nivel universal](#), ya que los clientes reaccionan de maneras diversas en diferentes situaciones y además, en el caso de los contenidos digitales, se consumen desde diferentes dispositivos. Y un diseño que funciona a la perfección en un caso concreto puede tener el efecto opuesto sobre otro usuario. Los expertos aseguran que la experiencia de usuario puede estimular ciertos comportamientos o reacciones, pero nunca podremos predecir exactamente lo que harán los usuarios.

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, según El V Informe de Estado de Madurez de la Experiencia de Cliente en España.

Es 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.

El informe, elaborado por la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) y la consultora estratégica Bain&Company, ha tenido 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. "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", señala Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de DEC.

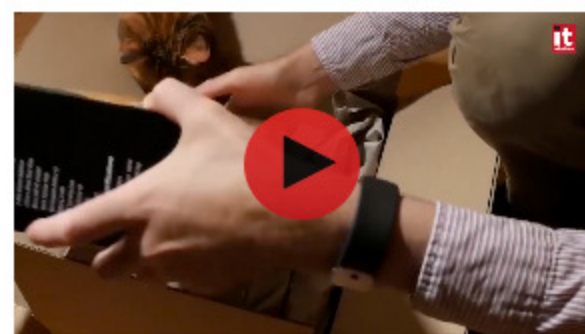
Por sectores, los más valorados son la automoción, el hotelero y la electrónica, mientras que Telefonía, Banca y Energía obtienen los peores resultados. En el ranking de empresas, el informe señala que ING, Toyota y Paradores han obtenido las mejores puntuaciones, por lo que, según este estudio, serían las tres marcas más recomendadas por sus clientes superando las expectativas del producto/servicio y con una vinculación emocional por encima de la media.

Recomendados:

Monitorizando la experiencia de usuario en soluciones SaaS y serverless con Dynatrace [Webinar](#)

Global 5G: El auge de una tecnología transformadora [Leer](#)

Sección patrocinada por



5 tendencias que marcarán el futuro del eCommerce

Visual commerce, eCommerce por suscripción, personalización, inteligencia artificial o estrategias de ingresos adicionales son algunas de las tendencias que marcarán el futuro del eCommerce. Las innovaciones en la experiencia del cliente, los modelos de negocio disruptivos y la tecnología transformarán el comercio online en los próximos...



Tendencias para mejorar la experiencia de usuario en 2020

UX (Experiencia de Usuario) es un elemento clave a la hora de diseñar las Apps. Un buen diseño mejora el rendimiento del producto, incrementa la competitividad de las empresas, impulsa el crecimiento del negocio y optimiza la experiencia del cliente a través de la innovación, la creación y el desarrollo de soluciones.



Acelerar la entrega de contenido para mejorar la fidelidad de los usuarios

Los espectadores tienen grandes expectativas en sus canales de comunicación y no toleran las experiencias poco atractivas. No cumplir los deseos de los consumidores suele frustrarlos y provocar que sean menos propensos a seguir visualizando un canal o plataforma determinada. Incluso puede hacer que dejen de usar el servicio indefinidamente. La red de entrega de contenido de Fastly mejora la experiencia de usuario independientemente de la ubicación o del dispositivo desde donde se conecte.



Compras online rápidas y personalizadas

En un mundo tan competitivo como el comercio electrónico, los clientes esperan un acceso rápido y experiencias atractivas tanto en las tiendas online como en las aplicaciones móviles. Los compradores de hoy en día tienen poca paciencia y se van de las páginas web lentas, las experiencias inconsistentes o los contenidos anticuados. Los clientes esperan las mismas interacciones de alta calidad incluso durante las rebajas o el Black Friday. La plataforma de Fastly entrega el contenido sin tiempos de espera y permite personalizar la experiencia de los compradores.



Contenido sin esperas en los medios de comunicación digitales

Los clientes esperan que la información de un medio de comunicación digital esté adaptada y sea entregada en cualquier lugar y ubicación. Las redes de distribución de contenidos pueden ayudar a hacer frente a estos desafíos al servir el contenido digital de las empresas más rápidamente. También permiten personalizar y optimizar las experiencias de los usuarios. Las deficiencias inherentes de las CDN tradicionales hacían que los editores sacrificaran la publicación y la visibilidad en tiempo real, pero con Fastly es posible entregar contenido sin tiempos de espera y con la máxima calidad.