

Realizado para:

Con el patrocinio  
de:



# II CUSTOMER OBSERVATORIUM

.....  
DICIEMBRE 2017

## LA **INFLUENCIA** DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS RESULTADOS DE LA EMPRESA

**85%** considera la calidad de la atención al cliente influye en la decisión de compra o recompra

**87%** cambiaría de proveedor si recibe una atención al cliente decepcionante

**72,7%** está dispuesto a gastar más y a ser más fiel a la empresa en caso de recibir buena experiencia en atención al cliente

**89,4%** afirma que la atención al cliente influye en la imagen de la empresa

**73,9%** considera que una empresa innovadora en la gestión de relaciones con clientes se beneficia de una mejor imagen



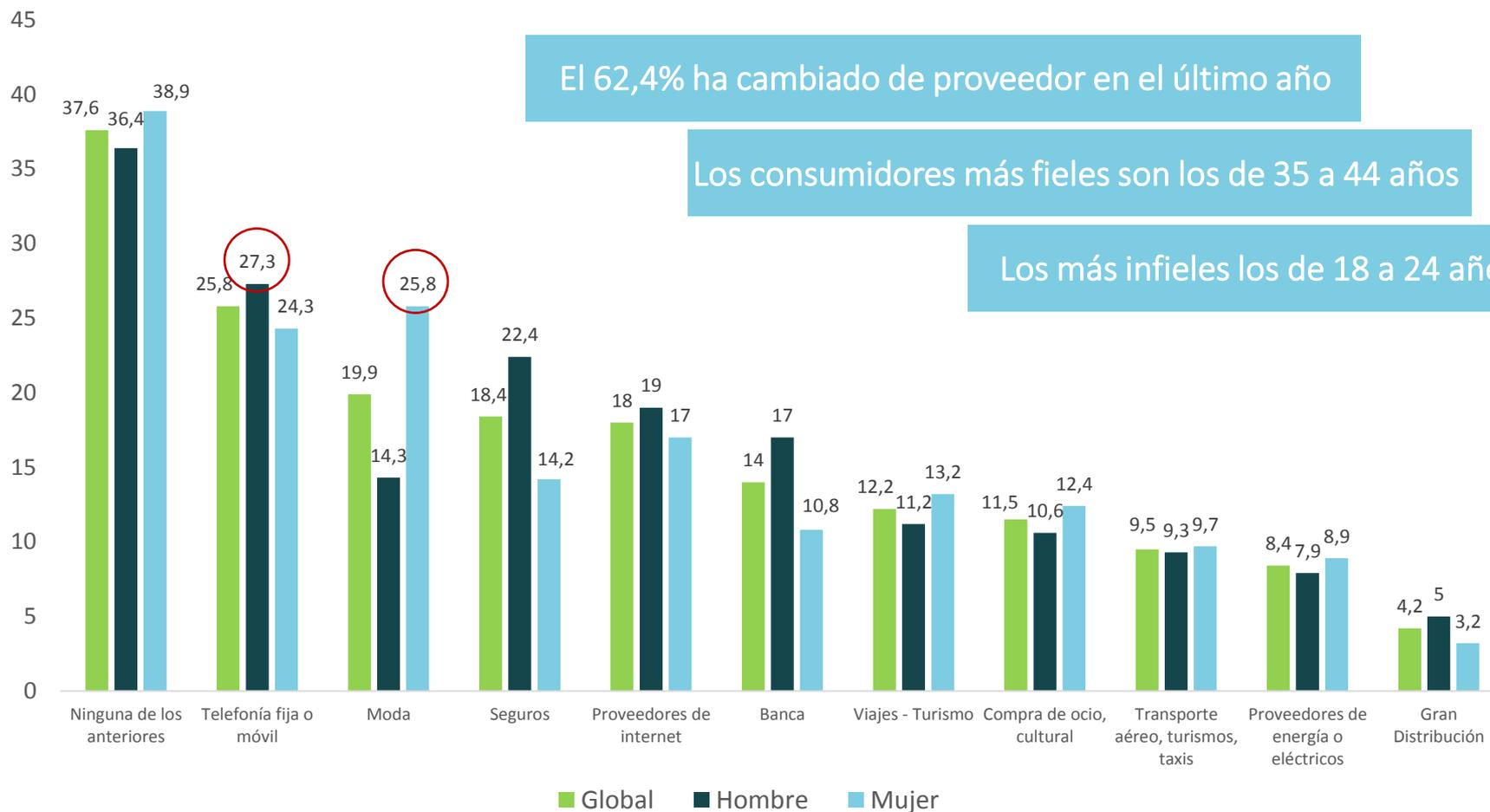
# LA FIDELIDAD DE LOS CLIENTES

## EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES, HA CAMBIADO DE PROVEEDOR O HA DIVIDIDO SU CONTRATO CON VARIAS MARCAS/EMPRESAS EN LOS SIGUIENTES SECTORES

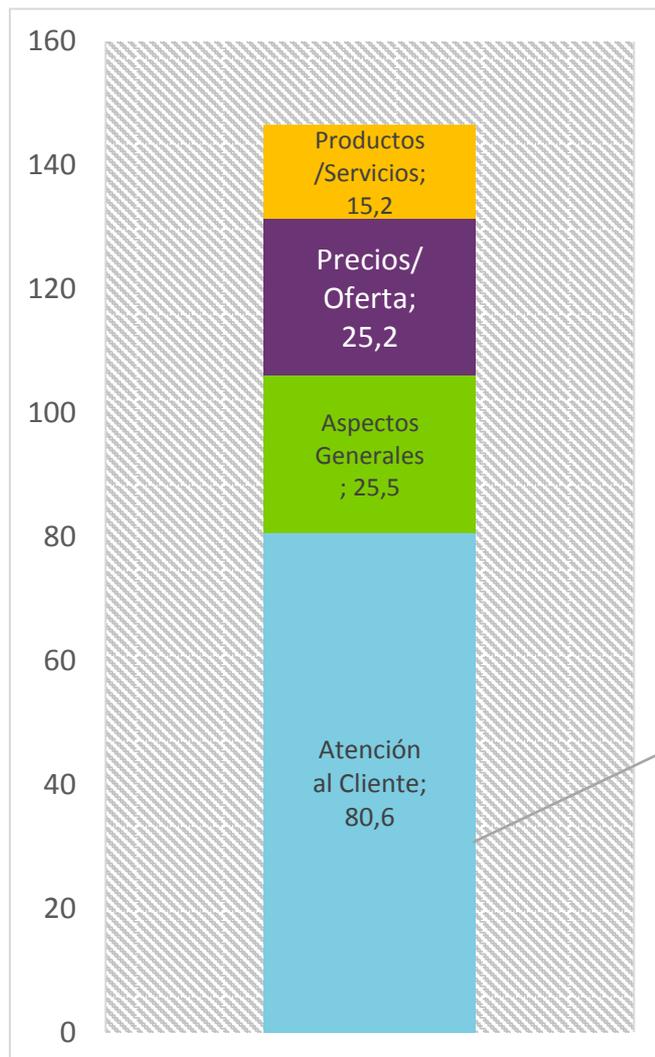
El 62,4% ha cambiado de proveedor en el último año

Los consumidores más fieles son los de 35 a 44 años

Los más infieles los de 18 a 24 años

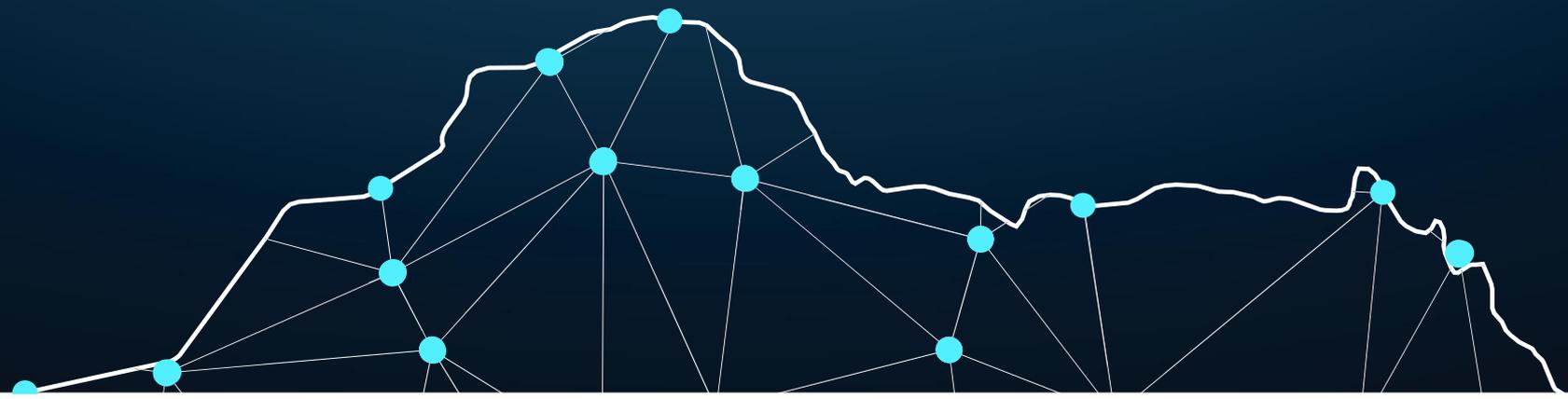


## QUÉ ASPECTOS DEBERÍAN MEJORAR LAS COMPAÑÍAS





# CANALES DE CONTACTO



EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES HAN CONTACTADO CON UN SAC A TRAVÉS DE UNO DE LOS SIGUIENTES **CANALES**



**TELÉFONO**

**66,6%**

73,6% en personas  
de 45 a 54 años



**MAIL**

**34,9%**

39,1% en personas  
de 18 a 24 años



**WEB**

**26,6%**

37,3% en personas  
de 18 a 24 años



**CHAT O  
MENSAJERÍA**

**16,4%**

20,1% en personas  
de 35 a 44 años



**PRESENCIAL**

**14%**

20,9% en personas  
de 18 a 24 años



**APP**

**8,7%**



**REDES  
SOCIALES**

**8,3%**



**CLICK TO CALL**

**3,1%**



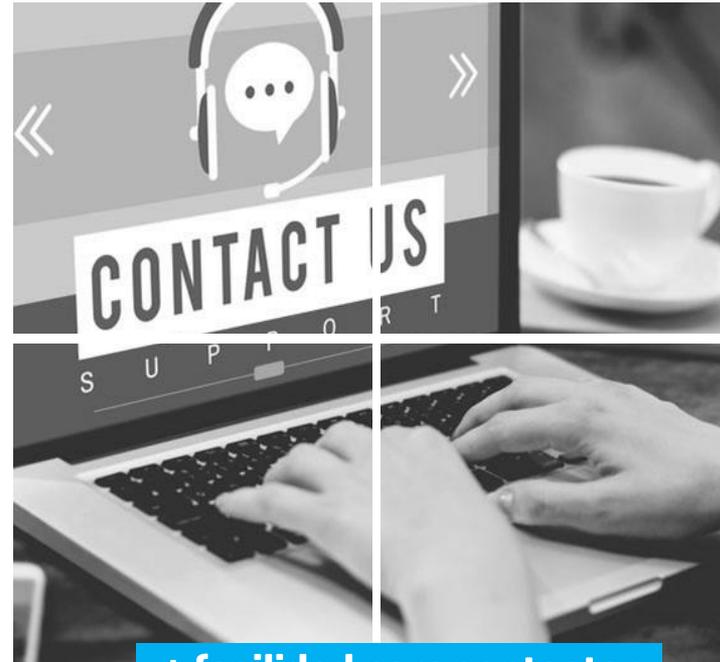
**CORREO  
POSTAL**

**1,6%**

## FACILIDAD PARA CONTACTAR A TRAVÉS DE CADA CANAL



- facilidad para contactar



+ facilidad para contactar



**TELÉFONO**



**CORREO  
POSTAL**



**PRESENCIAL**



**WEB**



**MAIL**



**REDES  
SOCIALES**



**APP**



**CHAT O  
MENSAJERÍA**



**CLICK TO  
CALL**





# EL FUTURO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE



## TIEMPO DE ESPERA ACEPTABLE HASTA QUE SOMOS ATENDIDOS POR UN ASESOR



El 60,7% considera aceptable ser atendido al teléfono en menos de 1 minuto



El 50,3% considera aceptable ser atendido por mail en menos de 12 horas



El 53% considera aceptable ser atendido en redes sociales en menos de 1 hora



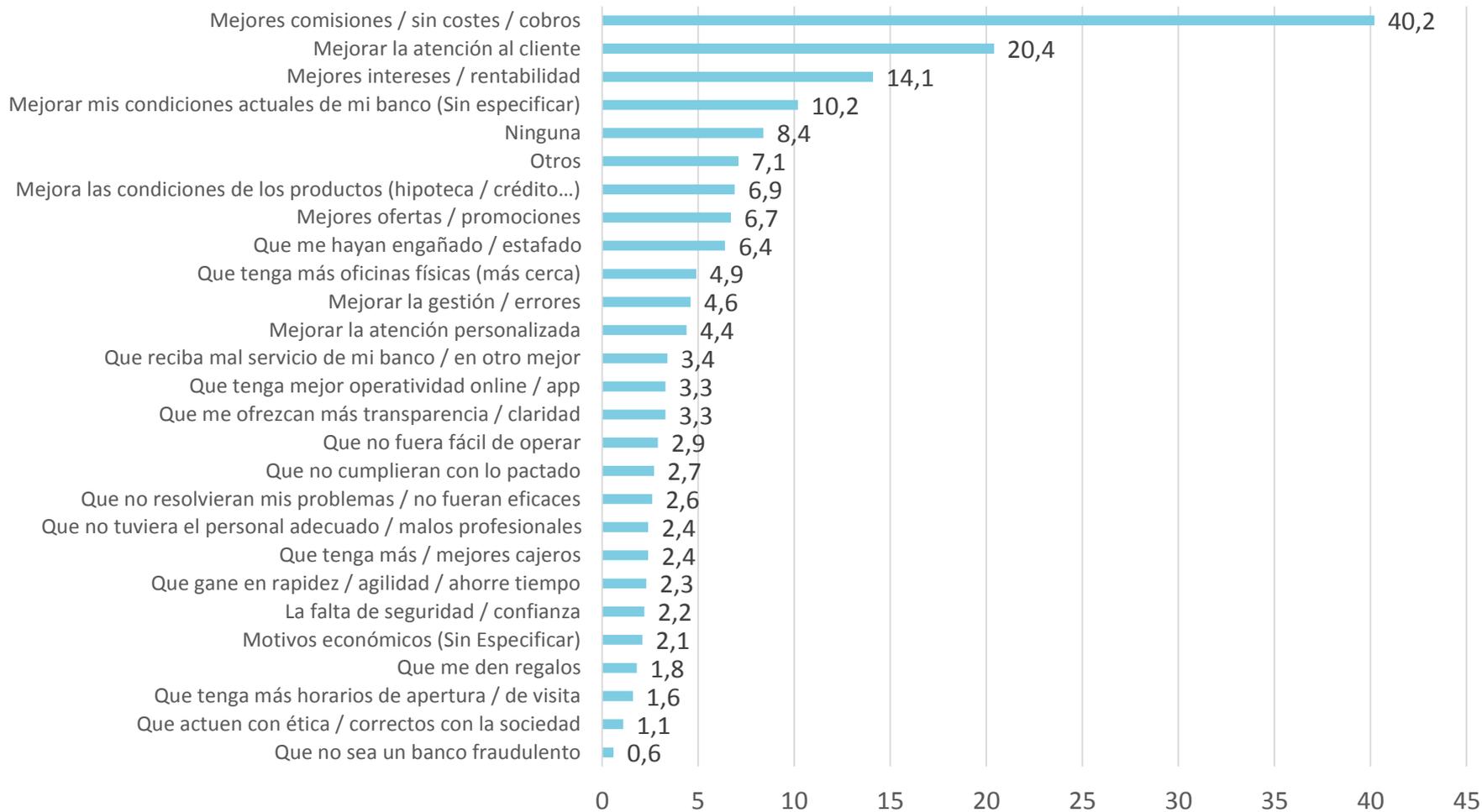
El 52,3% considera aceptable ser atendido a través de chat en menos de 5 minutos



# SECTOR BANCARIO

En una escala de 1 a 10, la probabilidad de cambiar de banco en 2018 es de 2,55

## ¿QUÉ MOTIVOS HARÍAN QUE CAMBIASE DE BANCO?



¿QUÉ **MEJORARÍAS** DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE TU **BANCO**?

**13,5%**



Los tiempos de espera / colas en oficina o al teléfono

**9%**



La rapidez

**8,1%**



Personalización

**5,5%**



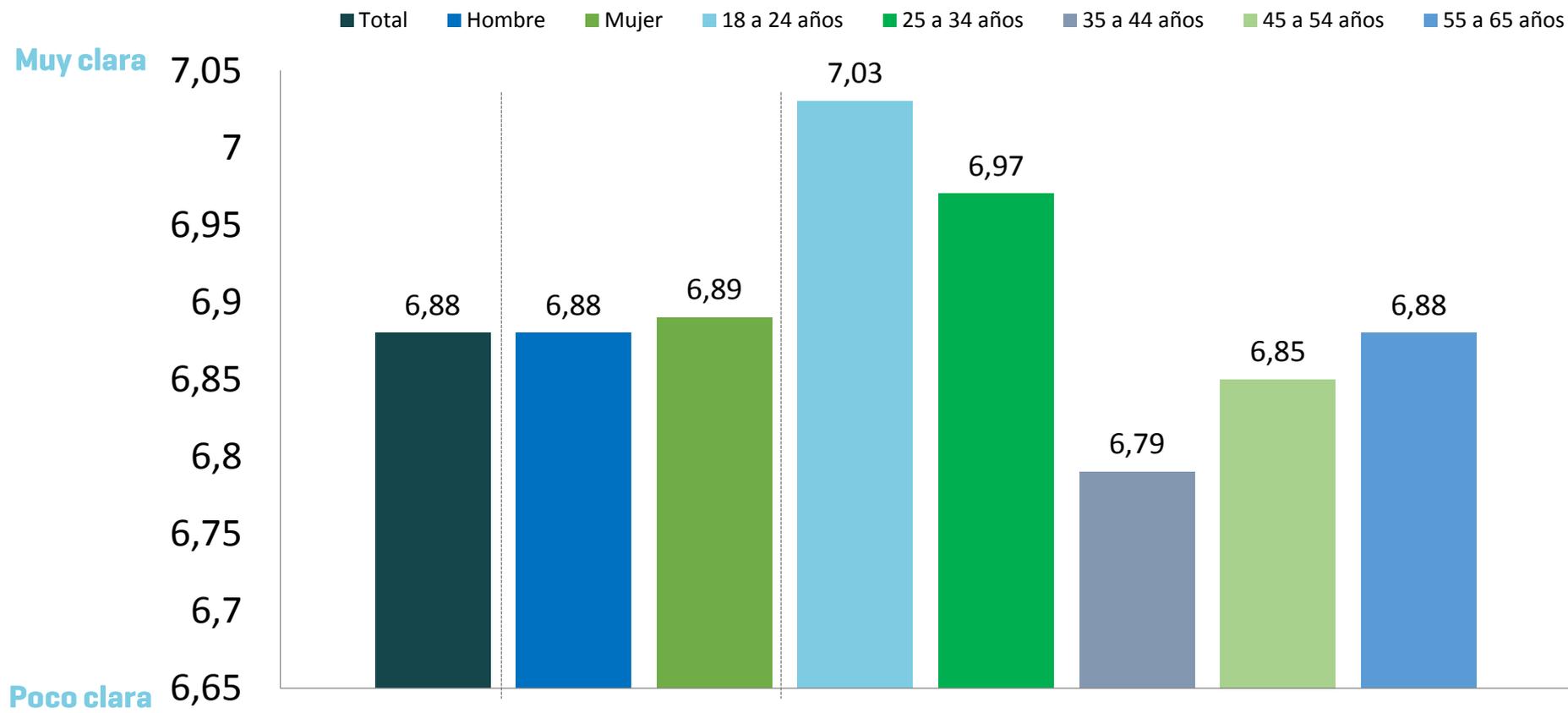
Disponer de más asesores

**4,9%**

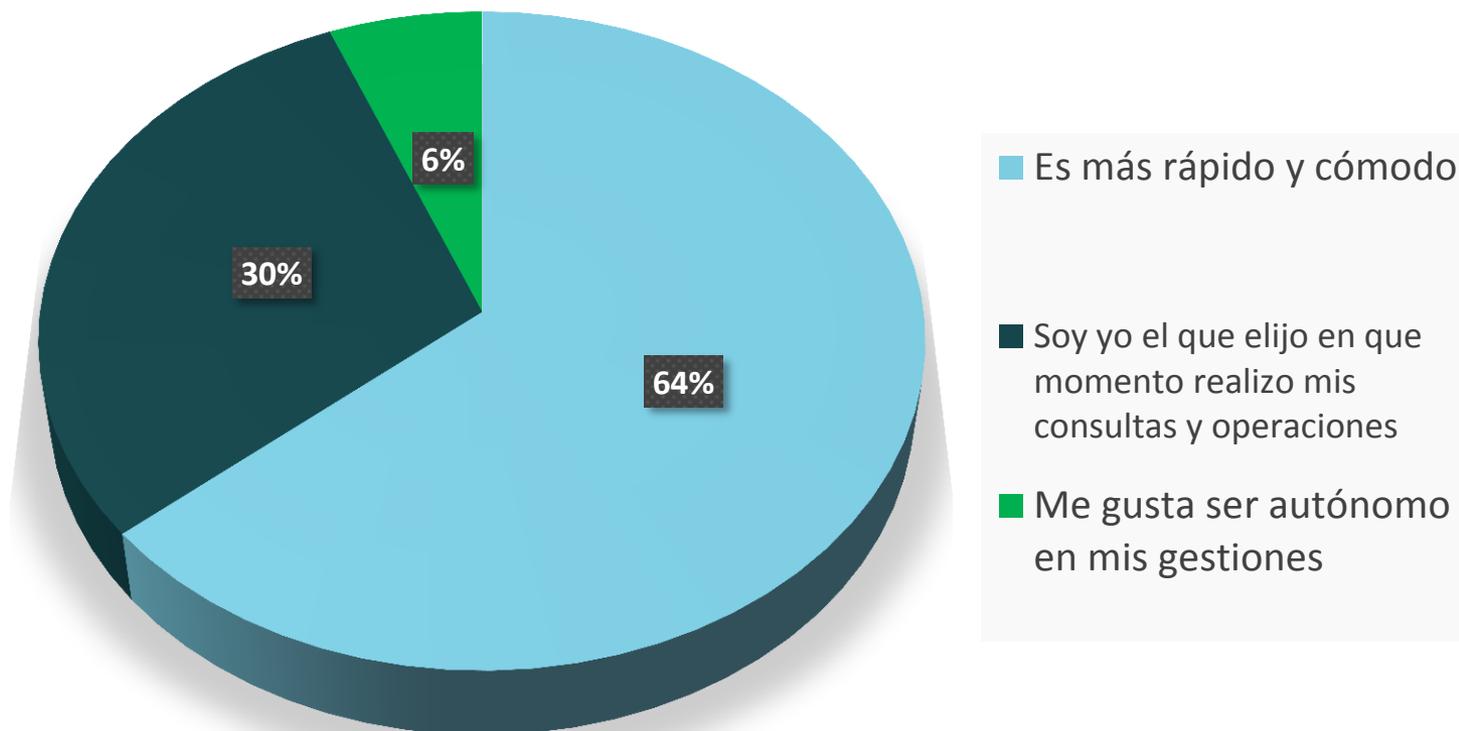


Amabilidad / Empatía

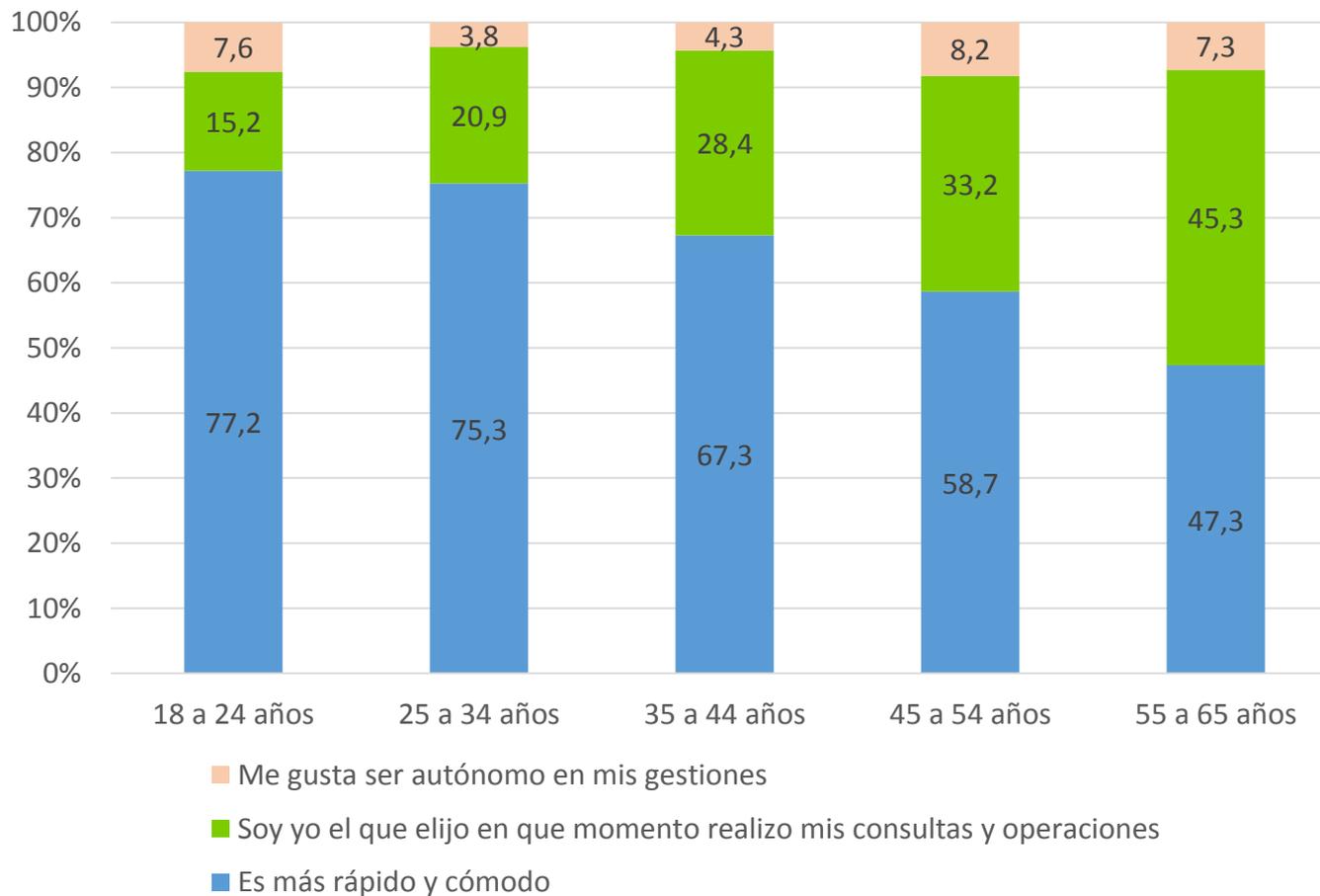
LA INFORMACIÓN FACILITADA POR SU BANCO ES **CLARA Y ÚTIL**



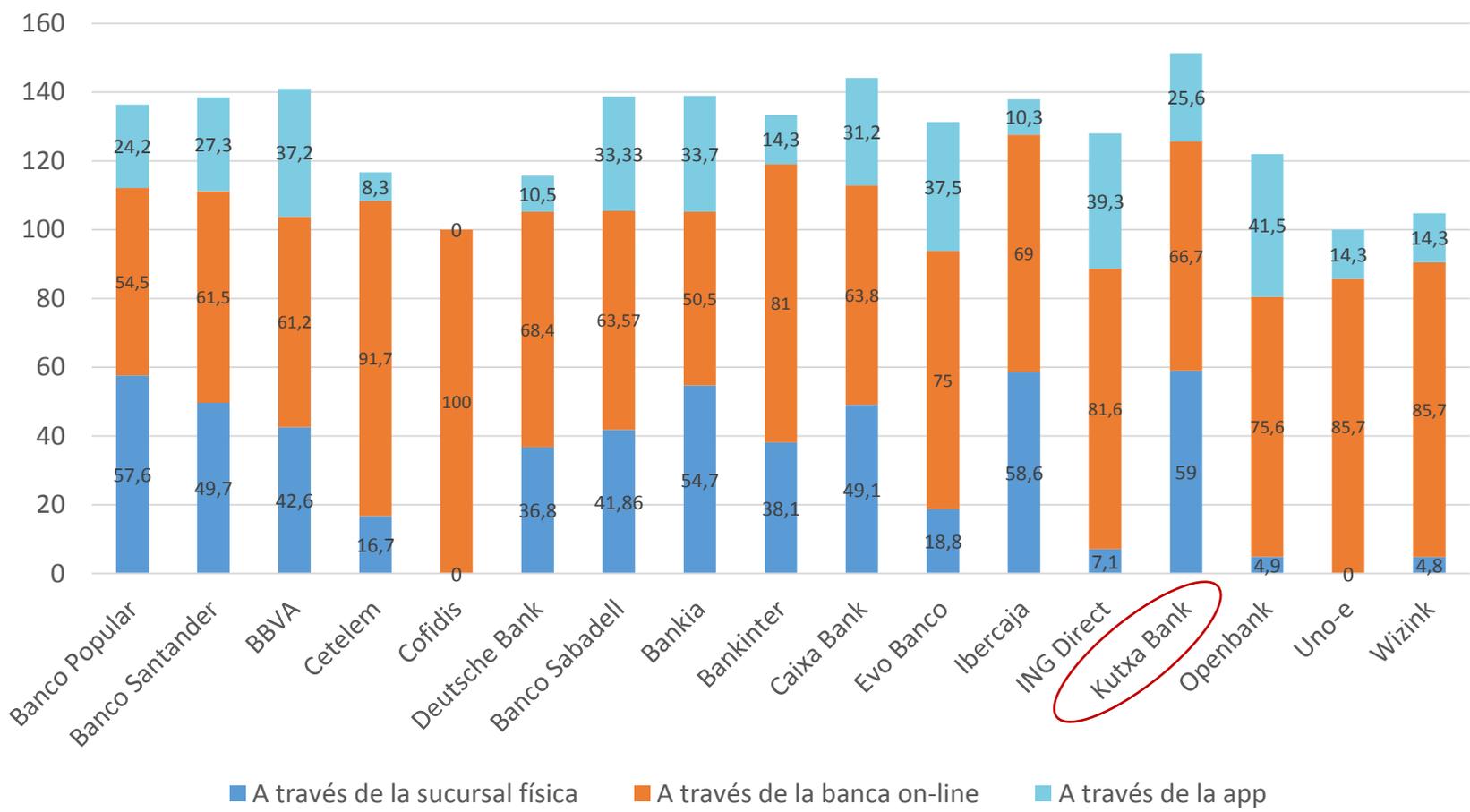
¿POR QUÉ **MOTIVOS** USAN LA **BANCA ONLINE** Y/ LA **APP** DEL BANCO?



## ¿POR QUÉ **MOTIVOS** USAN LA **BANCA ONLINE** Y/ LA **APP** DEL BANCO?



## ¿POR QUÉ CANAL OPERA HABITUALMENTE?

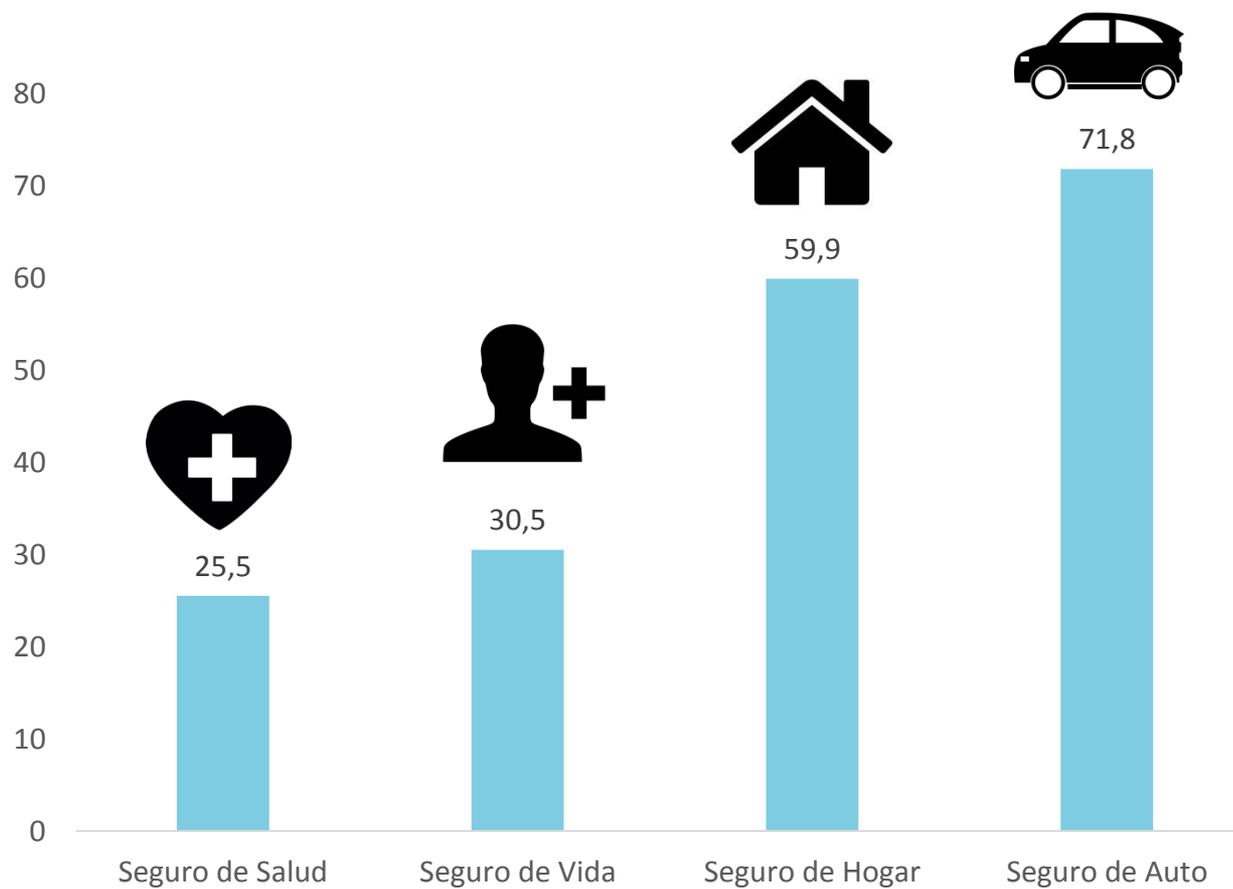




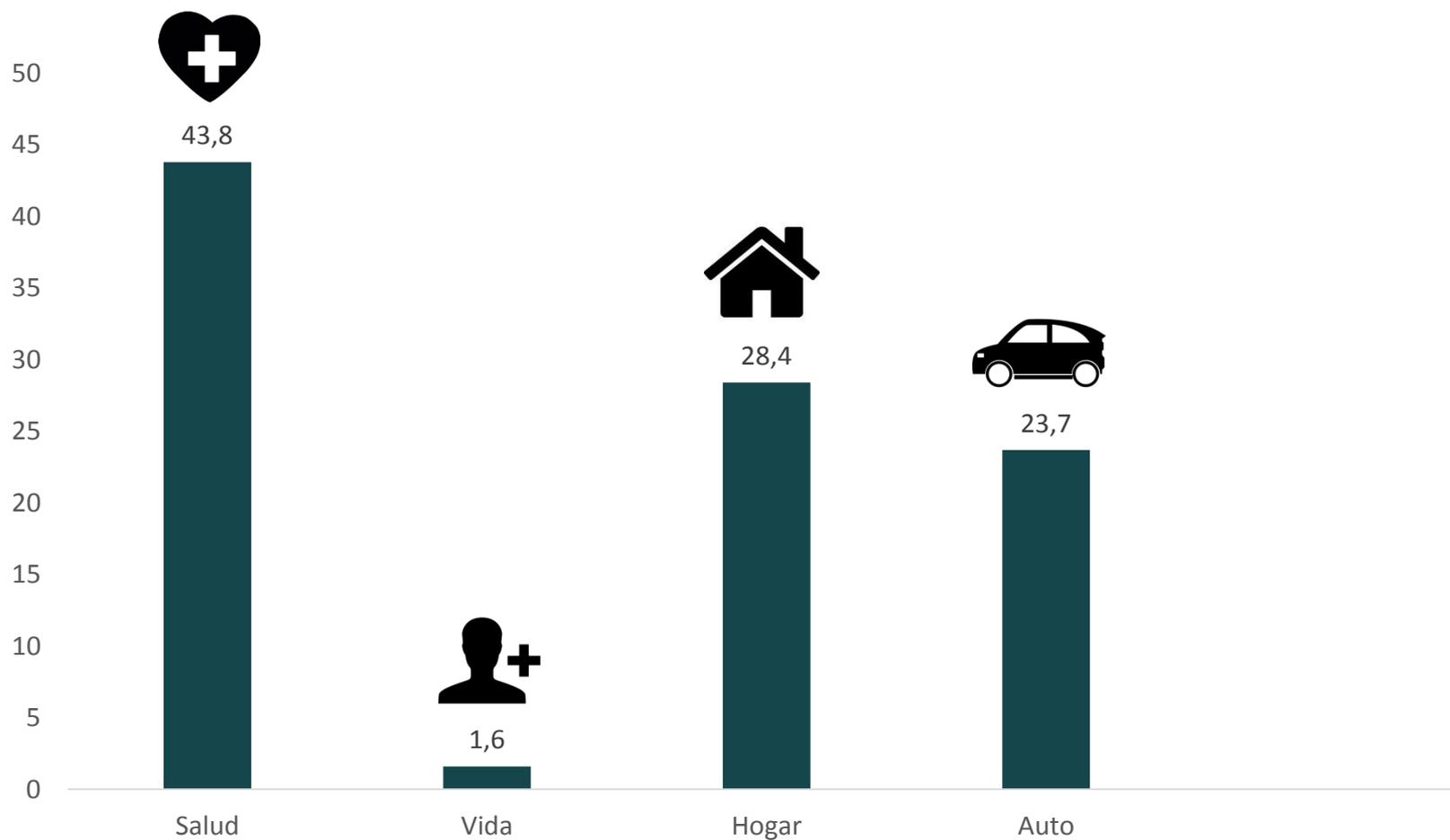
# SECTOR SEGUROS



## ¿DISPONE DE ALGÚN TIPO DE SEGURO?

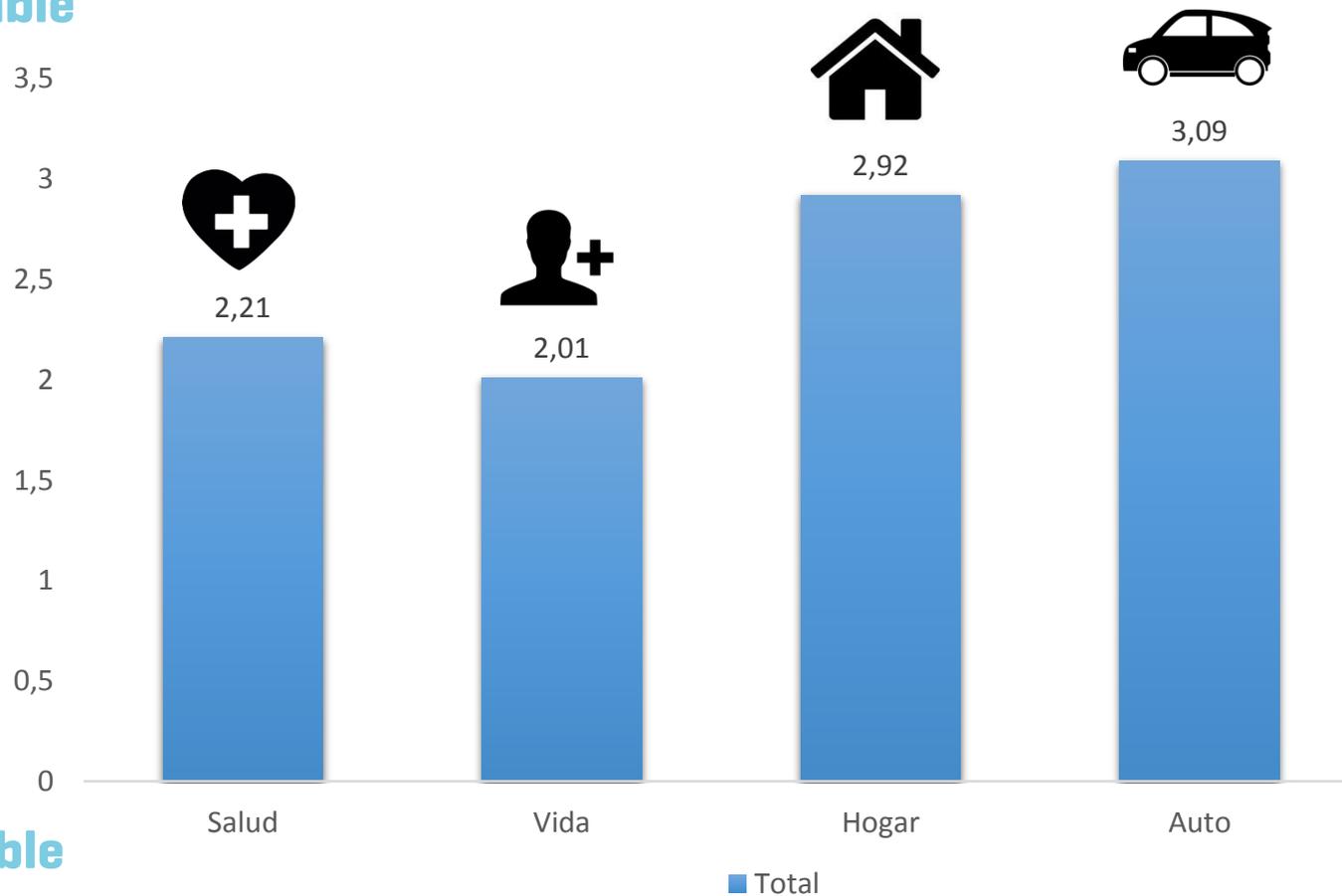


¿HA DADO ALGÚN **PARTE** EN EL ÚLTIMO AÑO?



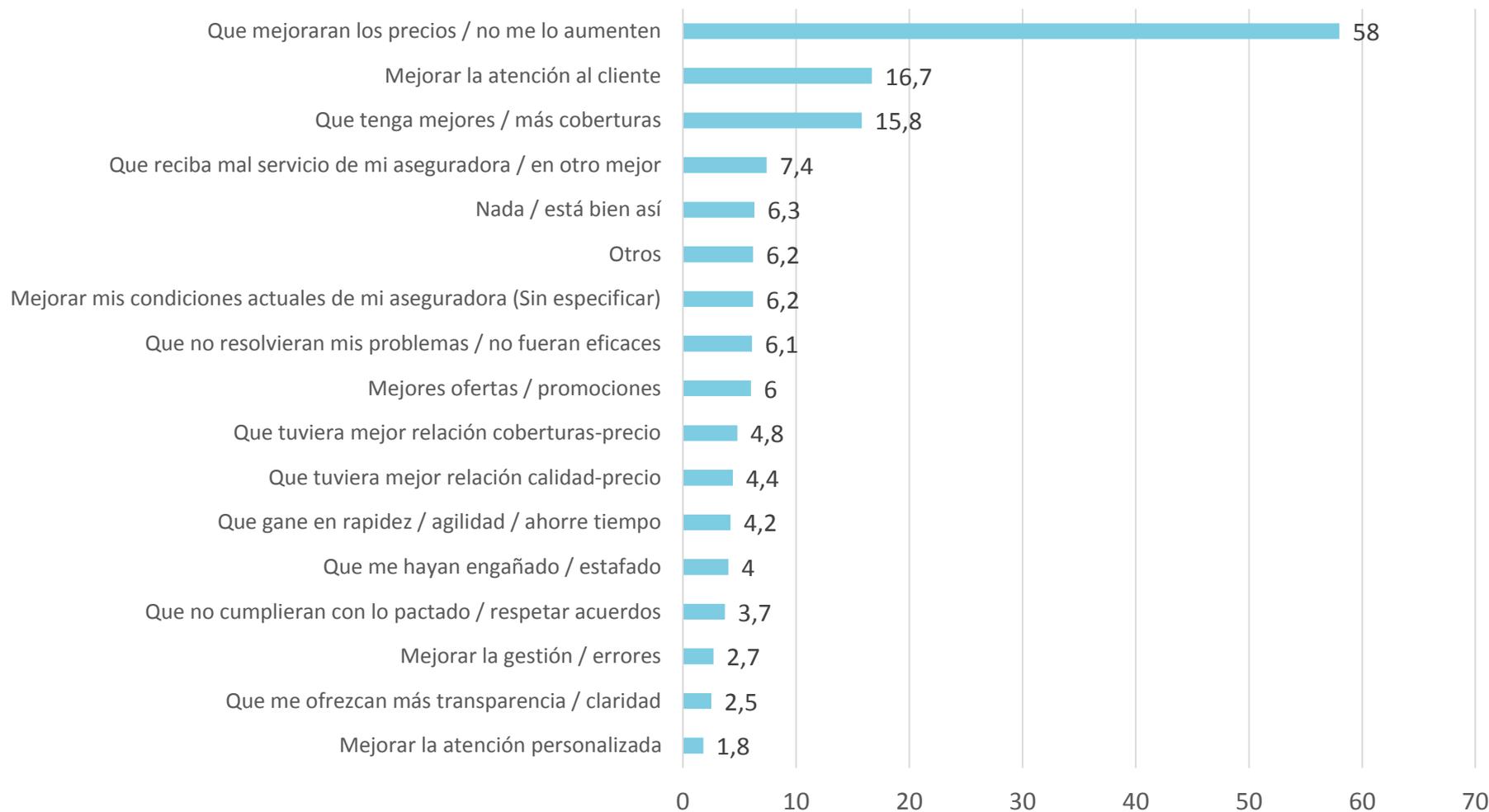
## PROBABILIDAD DE CAMBIAR DE SEGURO

+ Probable



- Probable

## ¿POR QUÉ **MOTIVOS CAMBIARÍA** DE COMPAÑÍA DE **SEGUROS**?



## ¿QUÉ MEJORARÍA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE SU SEGURO?



### SEGURO DEL HOGAR

**13,4%** Mejor relación calidad / precio

**7,6%** Rapidez

**6,6%** Mejores prestaciones

**6,3%** Recibir más información



### SEGURO DE AUTO

**17,1%** Mejor relación calidad / precio

**6,6%** Rapidez

**5,1%** Recibir más información

**4,4%** Eliminar los teléfonos de pago



### SEGURO DE SALUD

**15,1%** Mejor relación calidad / precio

**11,2%** Mejores prestaciones

**5%** Rapidez

**3,1%** Eliminar los teléfonos de pago



### SEGURO DE VIDA

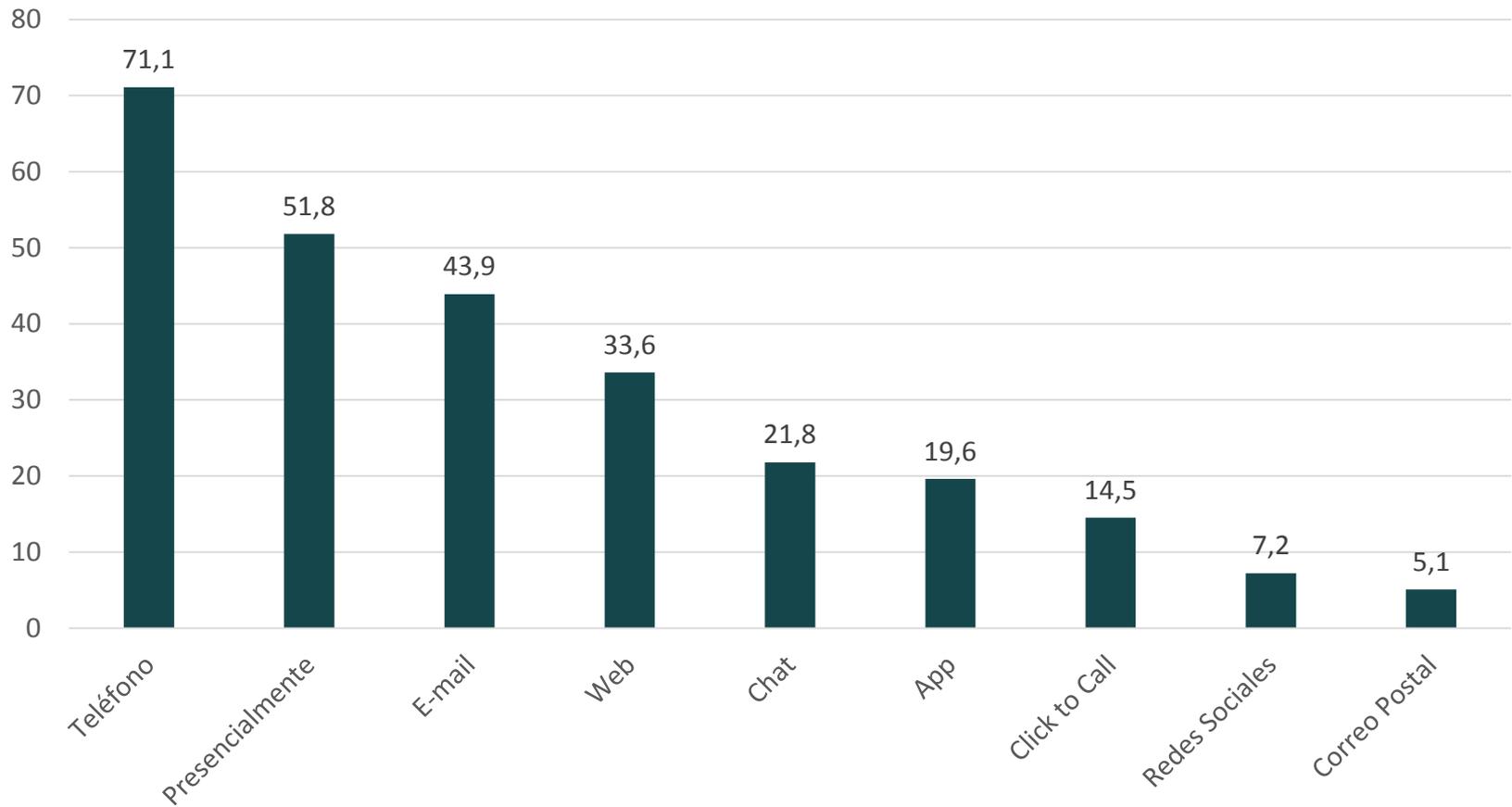
**13%** Mejor relación calidad / precio

**4,9%** Mejores prestaciones

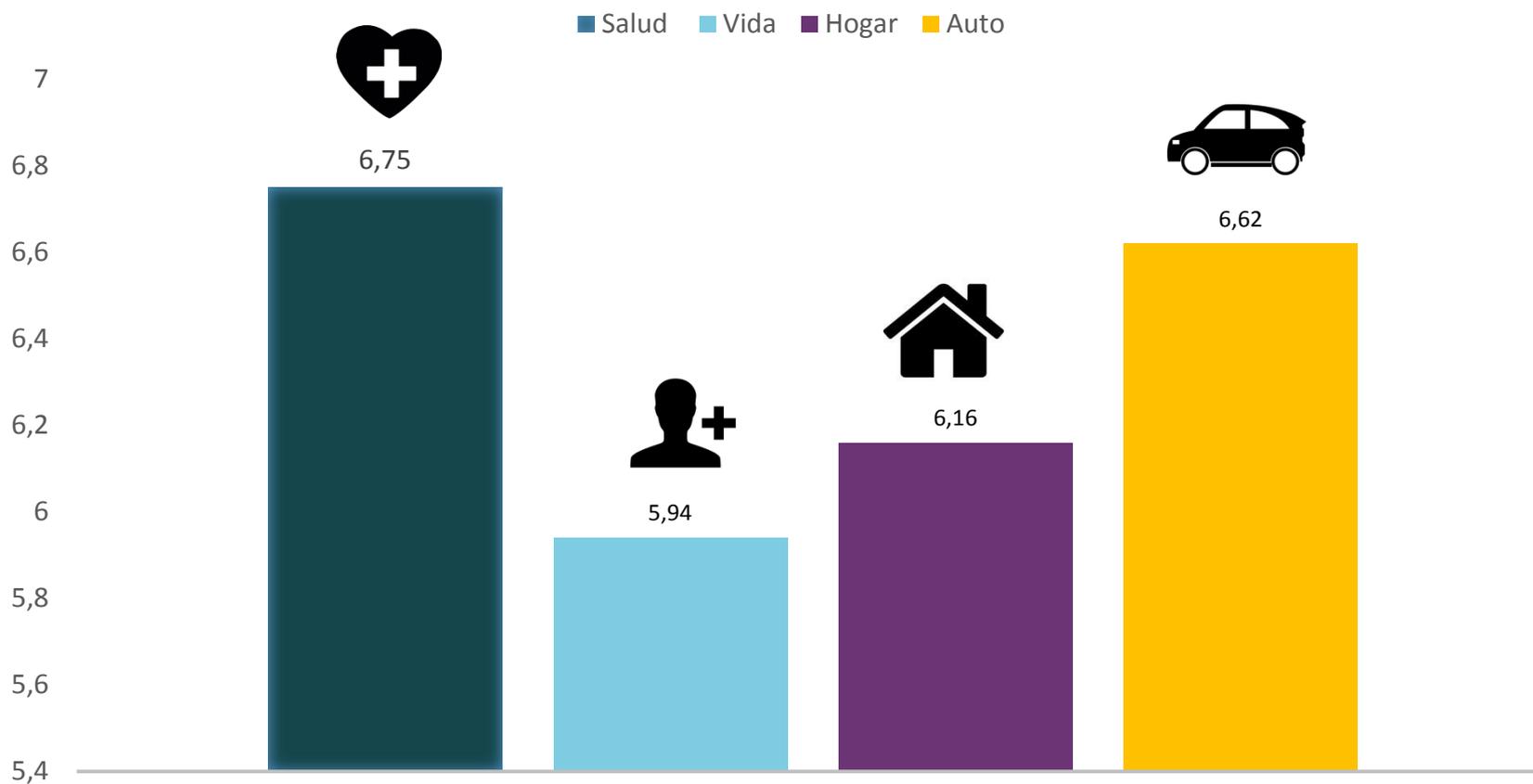
**4,9%** Recibir más información

**2,3%** Personalización

## ¿QUÉ **CANAL** PREFERE PARA COMUNICARSE CON SU COMPAÑÍA DE SEGUROS?



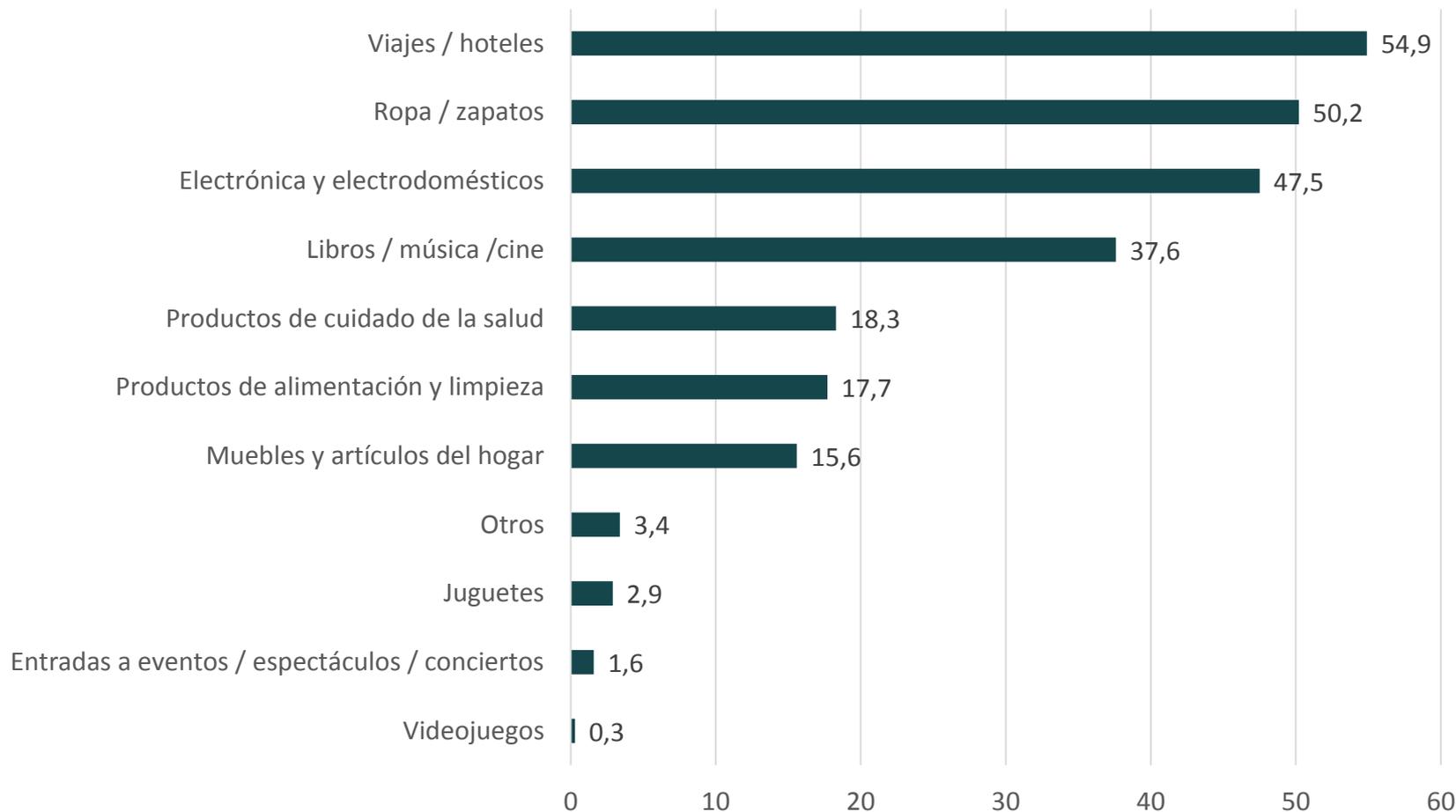
## LA **INFORMACIÓN** FACILITADA POR SU SEGURO ES SUFICIENTEMENTE **CLARA Y ÚTIL**



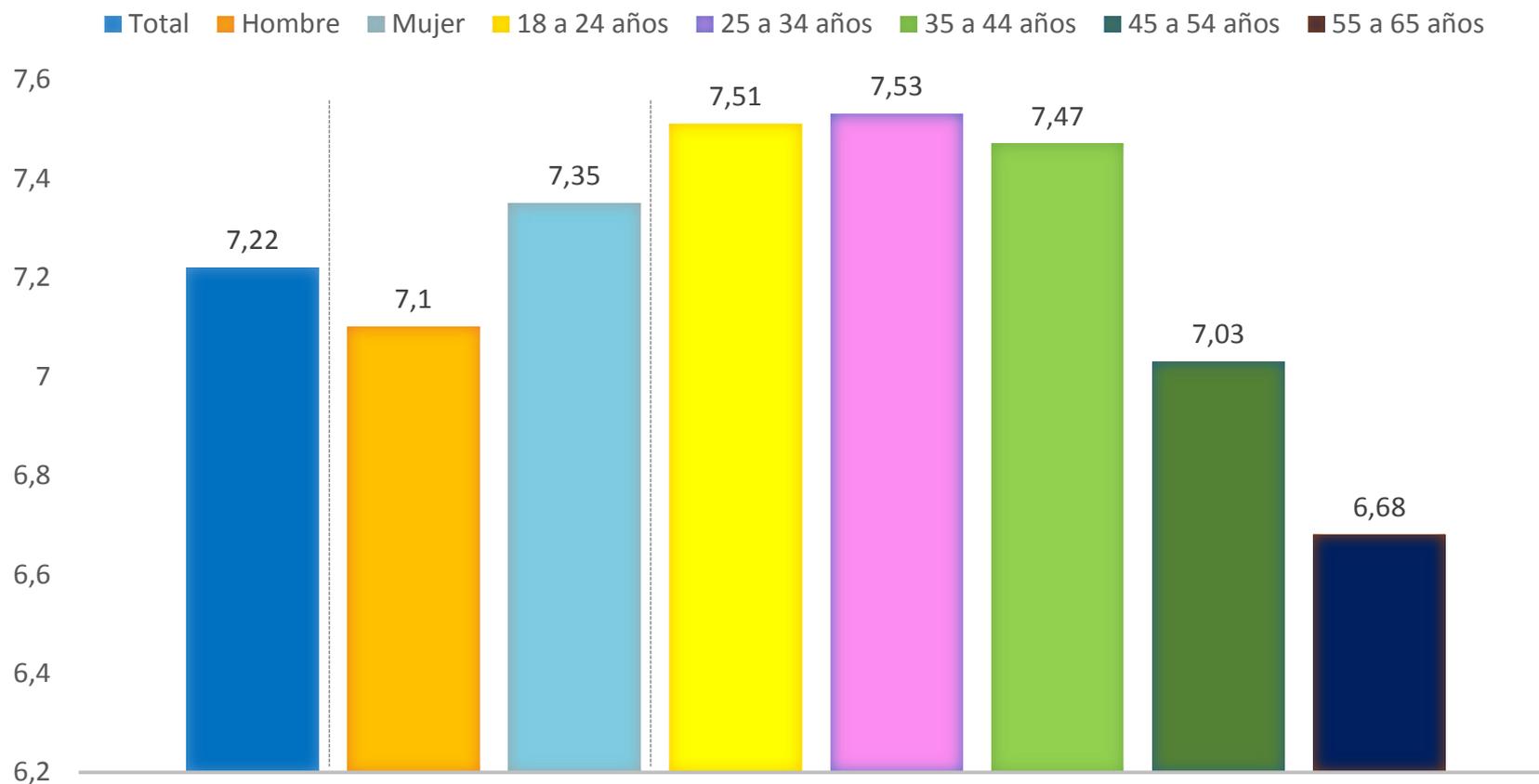


# SECTOR E-COMMERCE

## QUÉ TIPO DE PRODUCTO HA COMPRADO ONLINE DURANTE EL ÚLTIMO AÑO

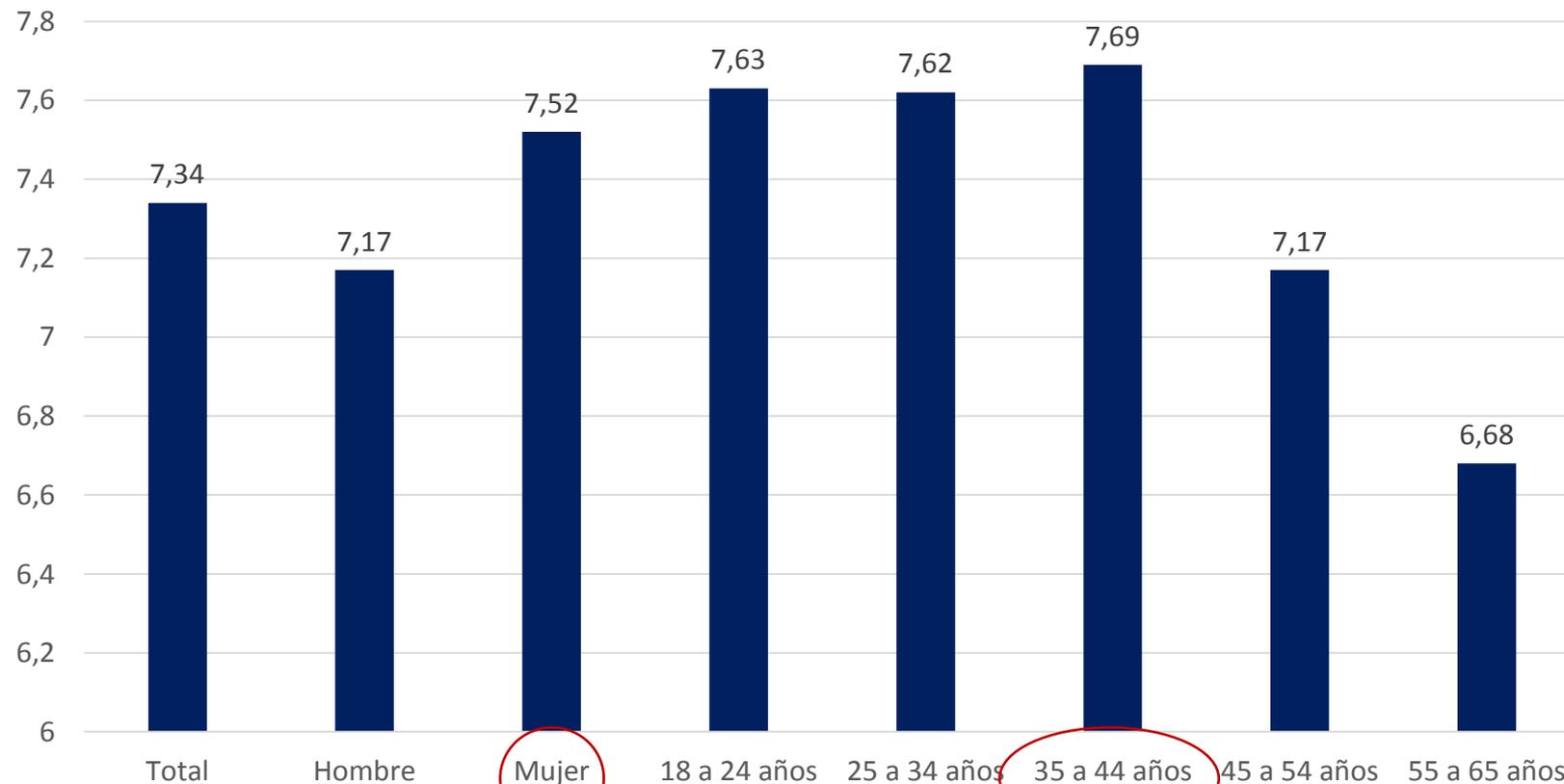


## GRADO DE **SATISFACCIÓN** CON LAS **TIENDAS ONLINE**



CON QUÉ PROBABILIDAD **RECOMENDARÍA** A UN FAMILIAR O AMIGO  
ALGUNA DE **LAS TIENDAS ONLINE** EN LAS QUE HA COMPRADO

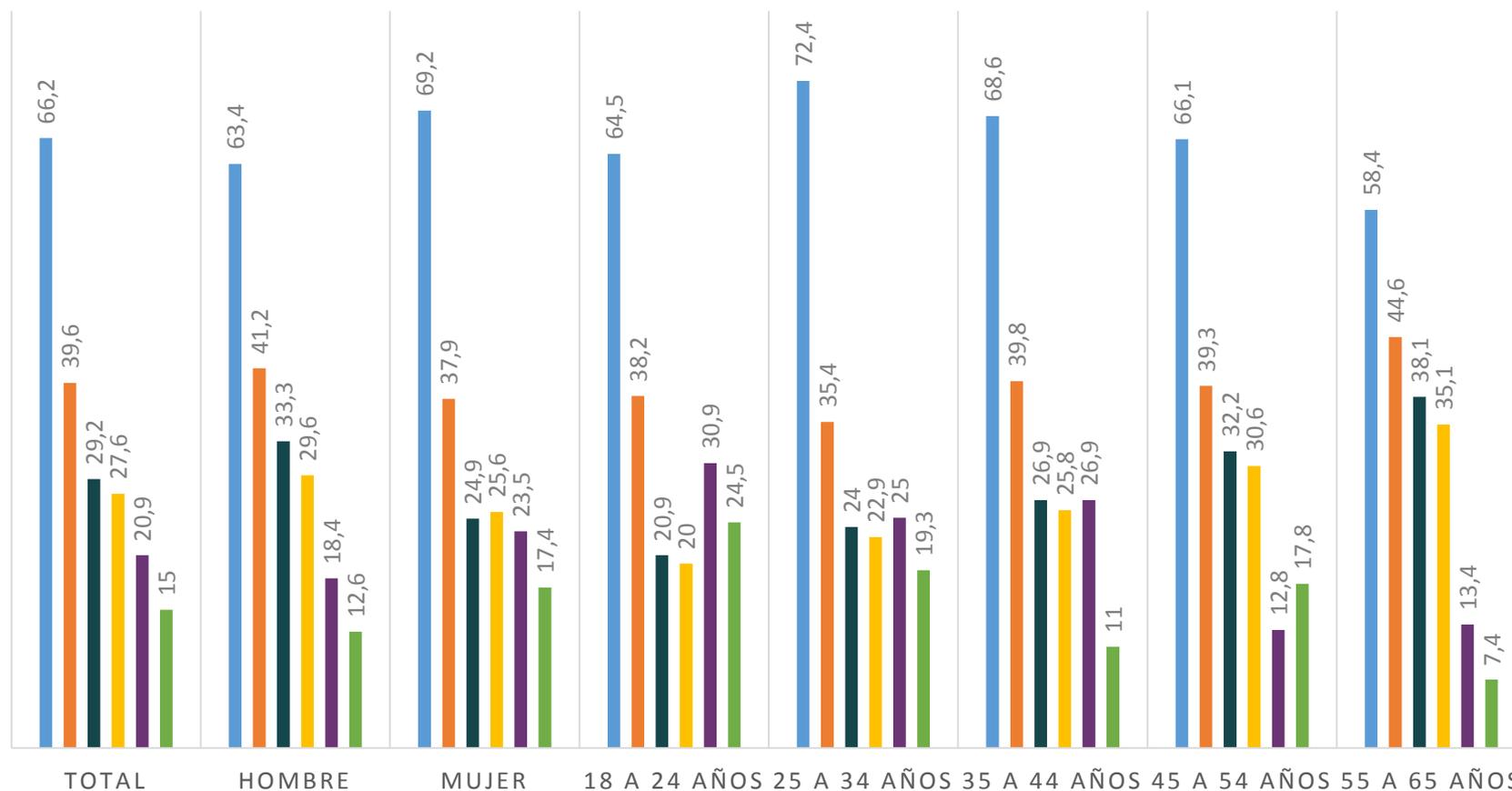
+ Probable



- Probable

## ASPECTOS MÁS VALORADOS EN UNA COMPRA EN TIENDAS ONLINE

- Gastos de envío y política de devoluciones
- Precio
- Facilidad de compra de la e-commerce
- Atención de incidencias y reclamaciones
- Comentarios de otros compradores
- Facilidades de pago



## ASPECTOS A **MEJORAR** EN LAS **TIENDAS ONLINE** PARA AUMENTAR EL NIVEL DE COMPRAS

**22,1%**



Gasto de envío

**17,5%**



Plazos de entrega

**16,4%**



Precios

**10,9%**



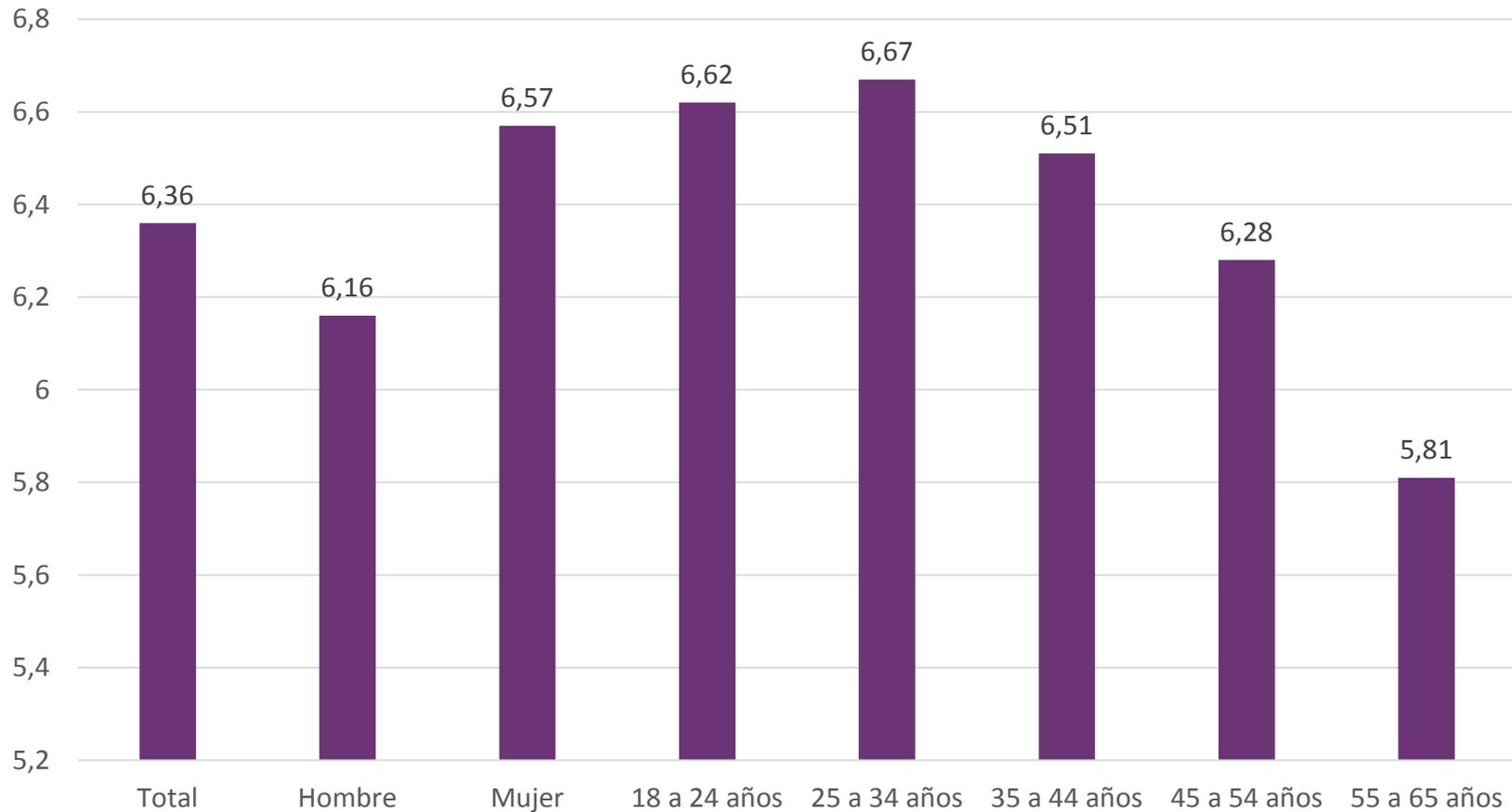
Política de devoluciones

**8%**



Más claridad en la descripción de los productos

PROBABILIDAD DE **AUMENTAR** EL NIVEL DE LAS COMPRAS EN **TIENDAS  
ONLINE**

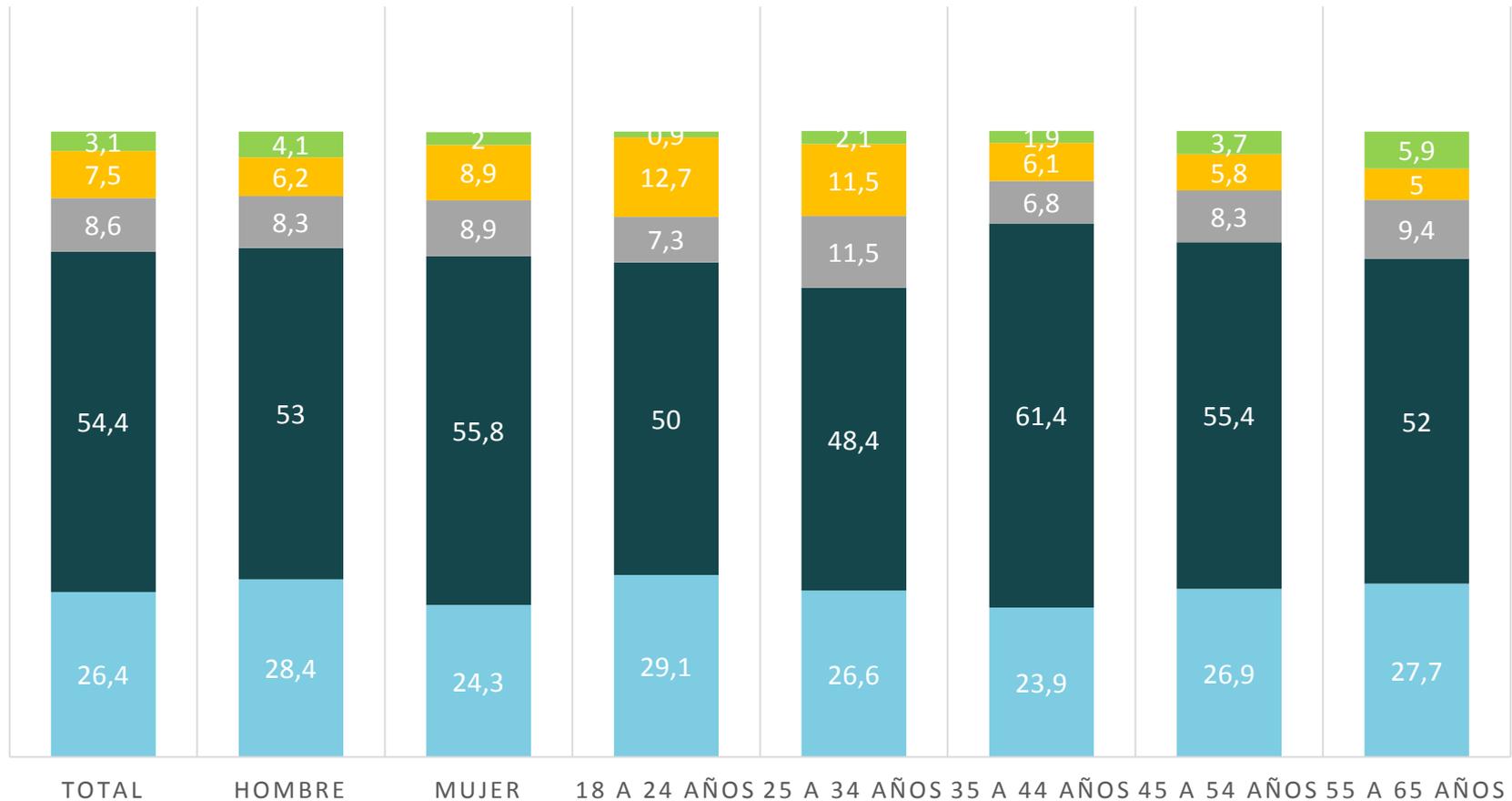


## MOTIVOS PARA **NO VOLVER** A COMPRAR EN UNA **TIENDA ONLINE**



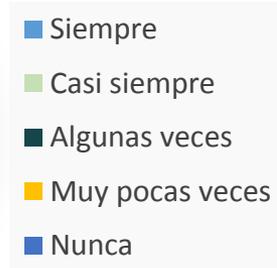
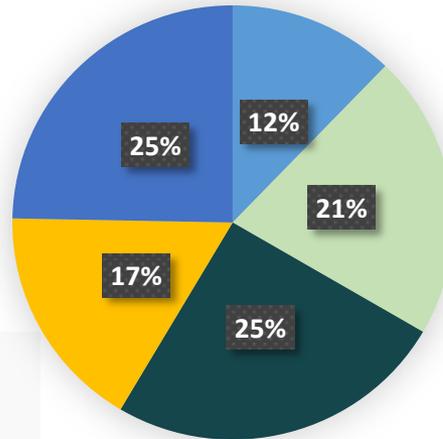
## CUÁLES DE LOS SIGUIENTES **CANALES DE CONTACTO** PREFERE PARA COMUNICARSE CON LAS **TIENDAS ONLINE**

■ Teléfono 
 ■ Email 
 ■ Chat /videoChat 
 ■ SMS / Whatsapp /Messenger 
 ■ Click to call

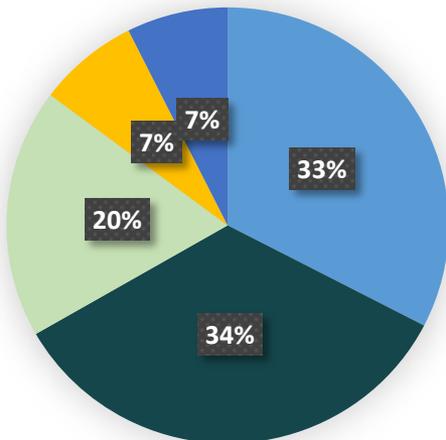
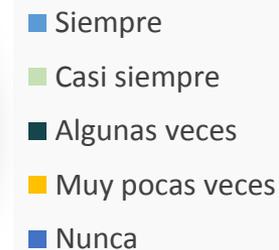
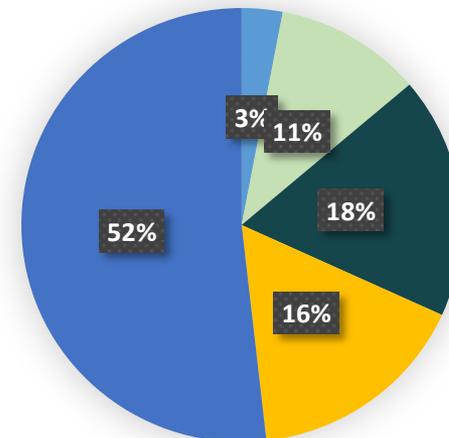


## CON QUÉ FRECUENCIA USA LOS SIGUIENTES **DISPOSITIVOS** PARA REALIZAR **COMPRAS ONLINE**

### SMARTPHONE

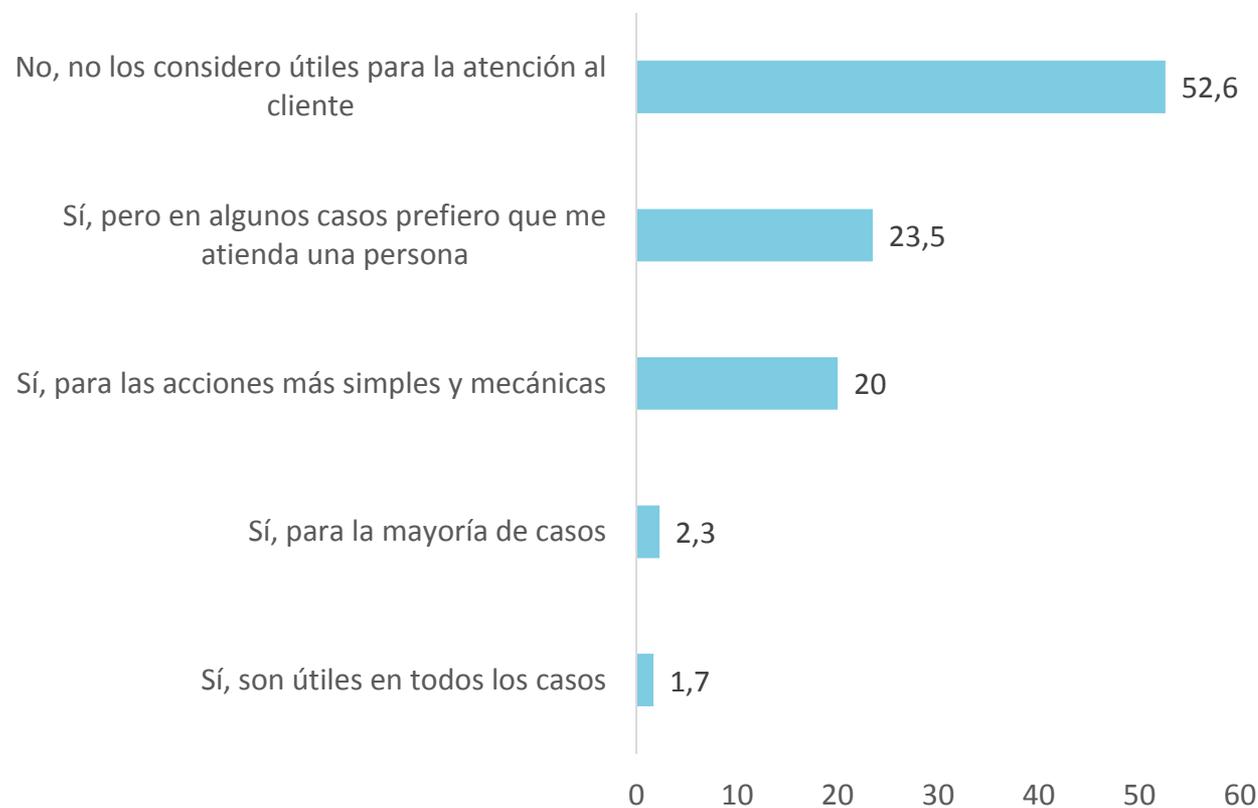


### TABLET



### ORDENADOR

## CONSIDERA QUE LOS **ROBOTS** O LOS ASISTENTES VIRTUALES SON ÚTILES EN ATENCIÓN AL CLIENTE



El 47,4% considera útiles los robots para atención al cliente





## 8ª Edición del certamen Líderes en Servicio



# NACISTE PARA GANAR

Pero para ser un ganador necesitas planificar tu victoria, prepararte para ella y desear ganar.



# ¿Qué me aporta el certamen?



## APRENDER

Una **auditoría** de mi servicio de atención al cliente



## GANAR y COMUNICAR

Una herramienta de comunicación **exclusiva y diferencial**

## MEJORAR

Detectar **áreas de mejora** para implementar planes de acción



## MOTIVAR

**Motivar** e implicar al equipo

## NO DUDES EN CONTACTAR CON NOSOTROS

**Sotto Tempo Advertising S.L.**  
C/Mare de Déu de Núria 8 bajos  
08017 Barcelona  
[media@sottotempo.com](mailto:media@sottotempo.com)  
93 205 85 80



[www.lideresenservicio.com](http://www.lideresenservicio.com)  
[www.elblogdelservicioalcliente.com](http://www.elblogdelservicioalcliente.com)



@LideresServicio



Líderes en Servicio

**Consulting C3**  
Calle de Orense, 81  
28020 Madrid  
902 32 88 32



[www.consultingc3.com](http://www.consultingc3.com)