

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



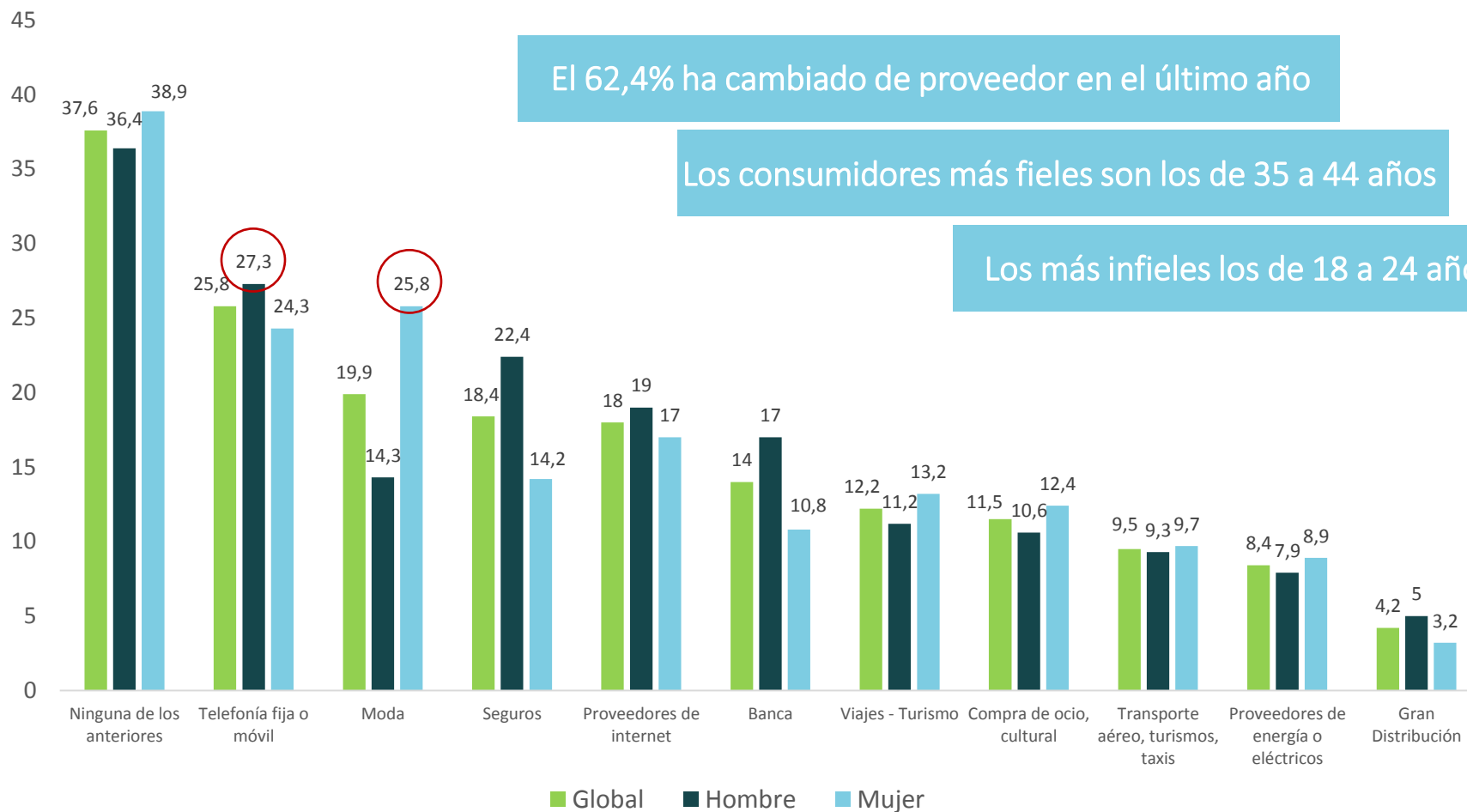
LA FIDELIDAD DE LOS CLIENTES

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

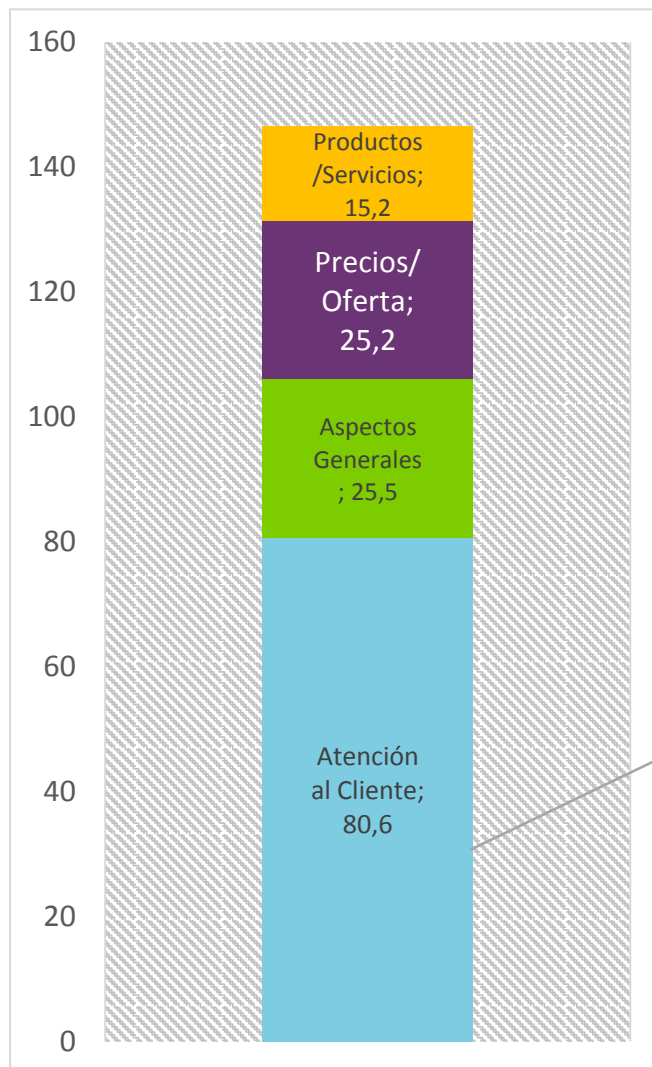
El 62,4% ha cambiado de proveedor en el último año

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%



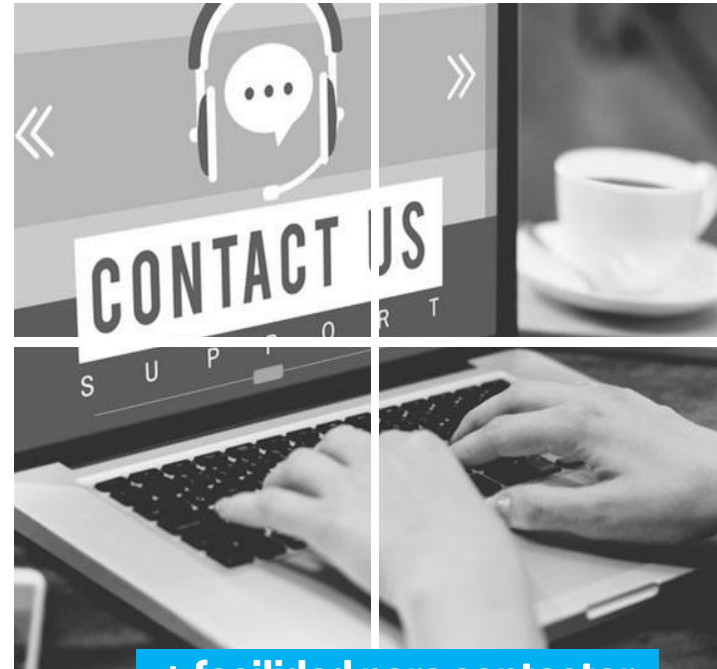
**CORREO
POSTAL**

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



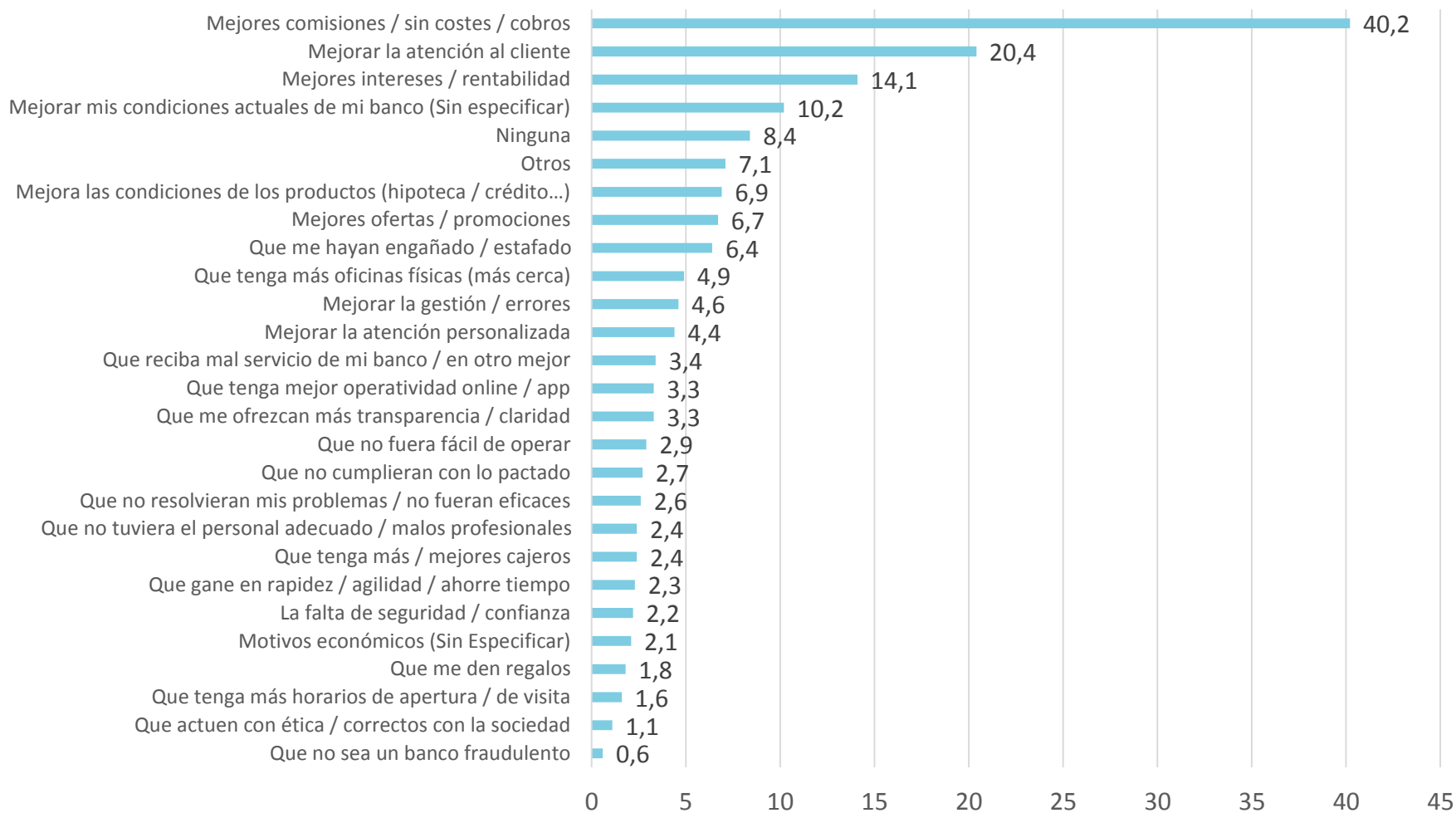
El 52,3% considera aceptable ser atendido a través de chat en menos de 5 minutos



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%



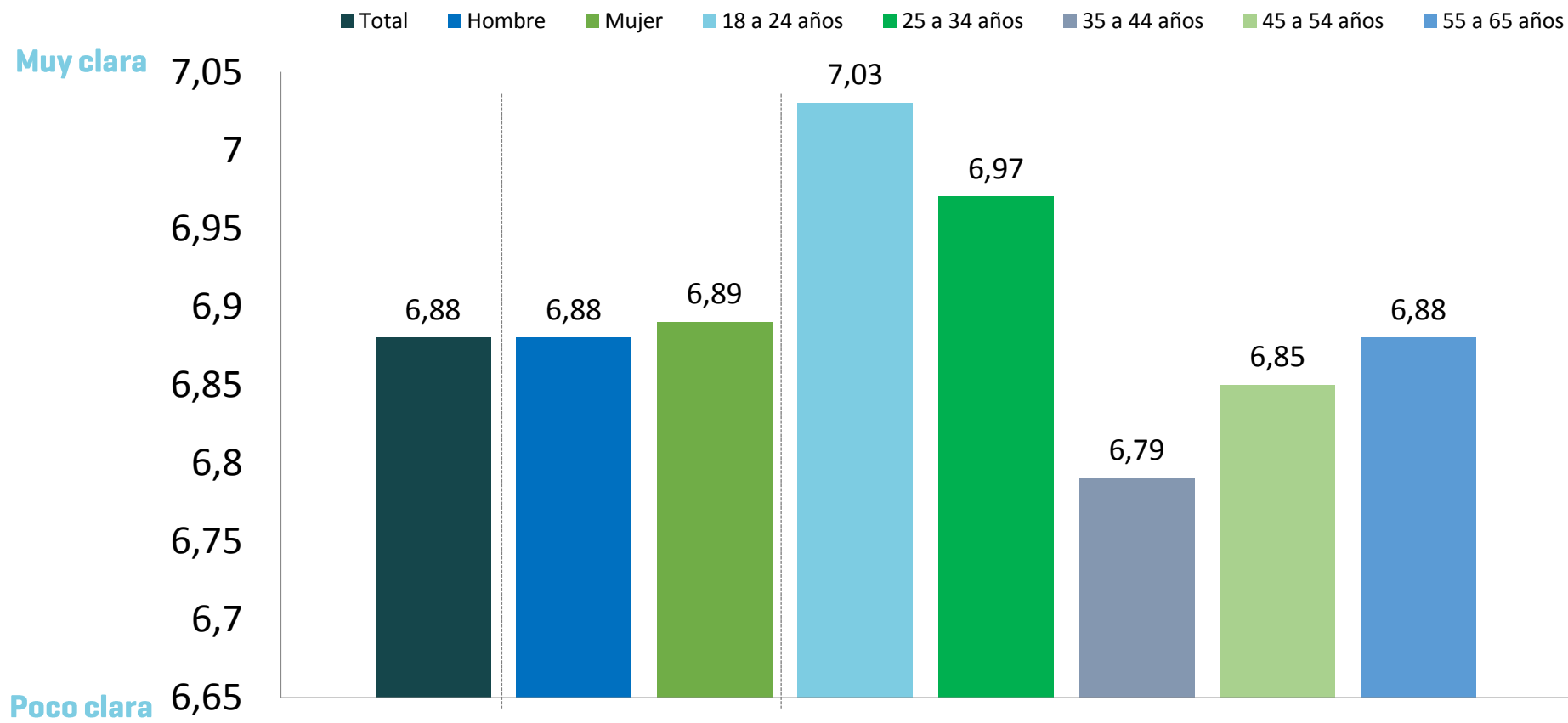
Disponer de más asesores

4,9%

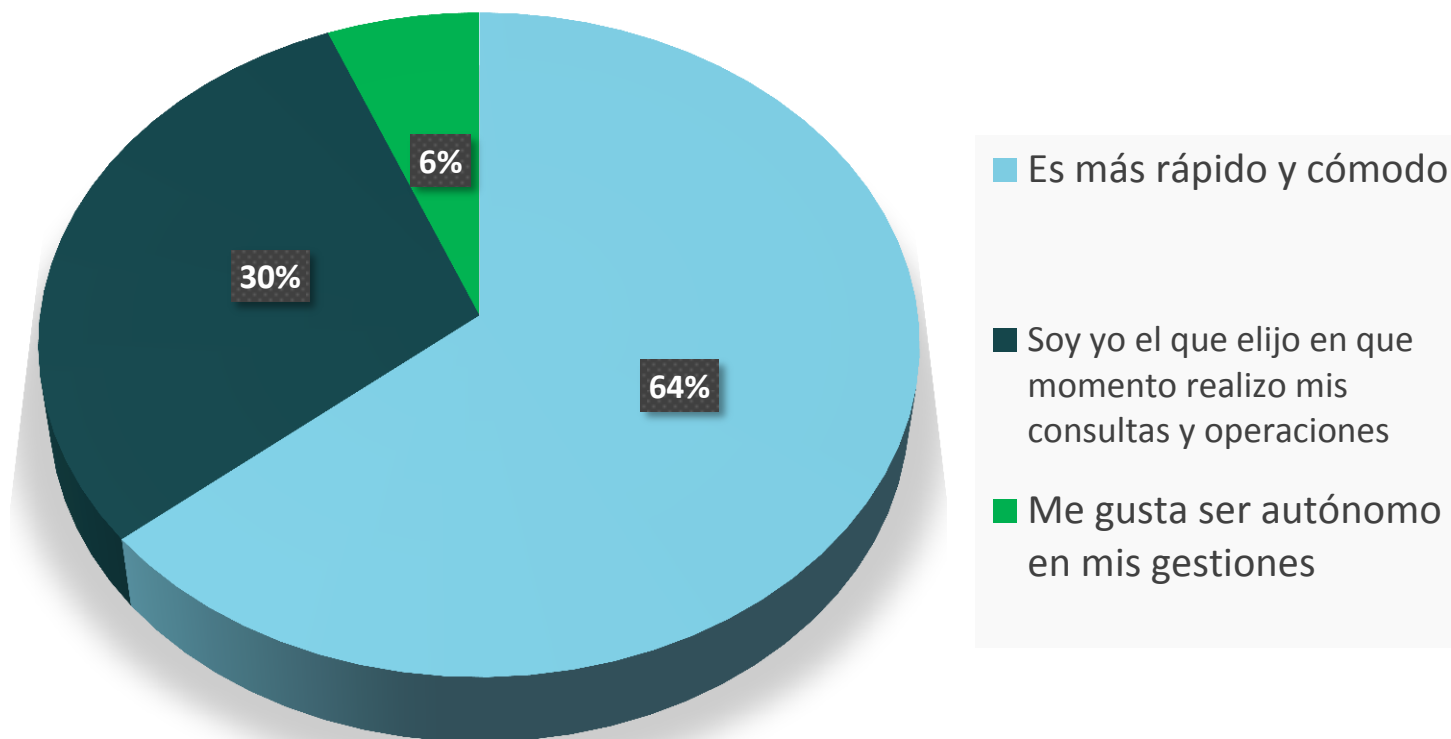


Amabilidad / Empatía

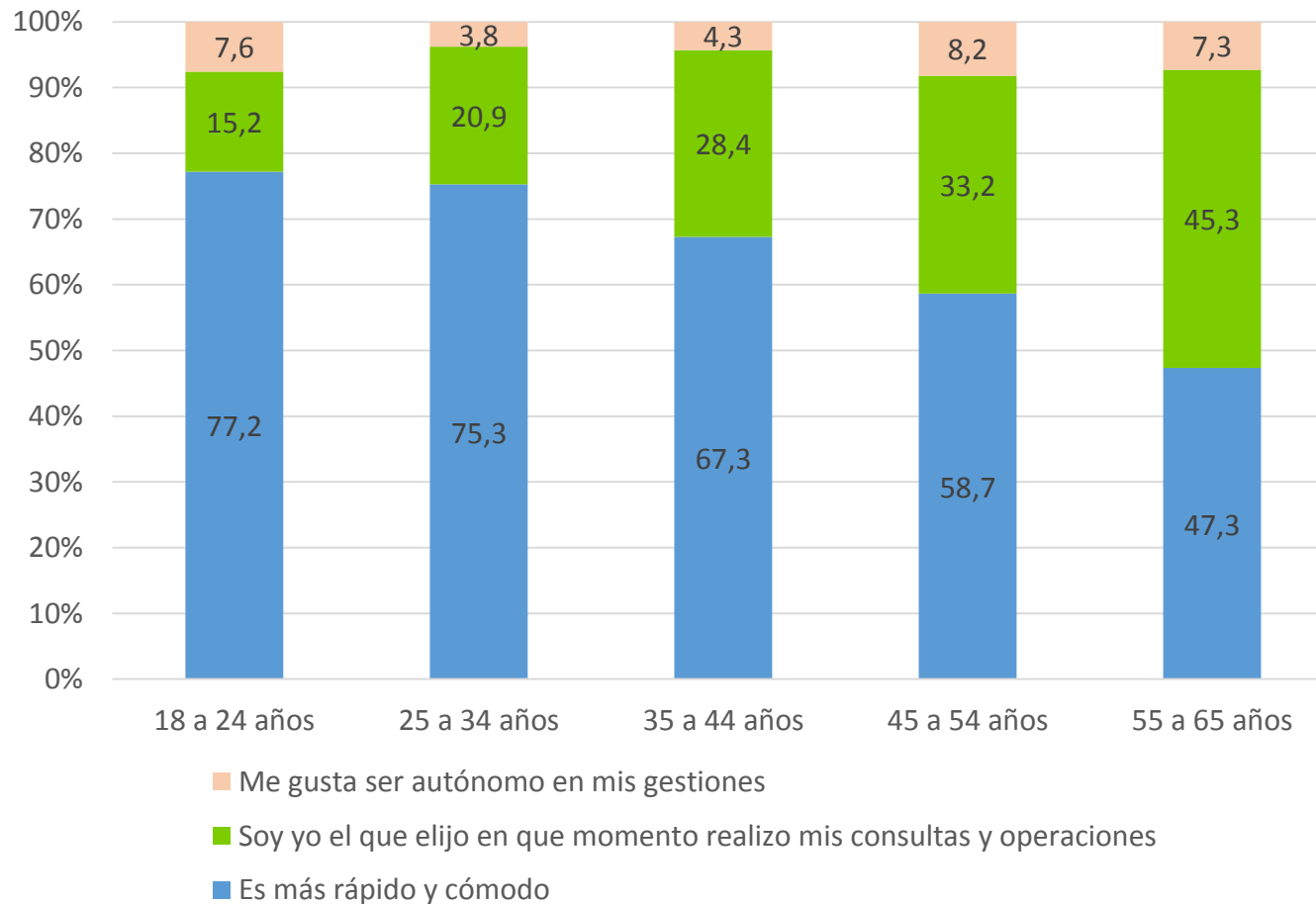
LA INFORMACIÓN FACILITADA POR SU BANCO ES **CLARA Y ÚTIL**



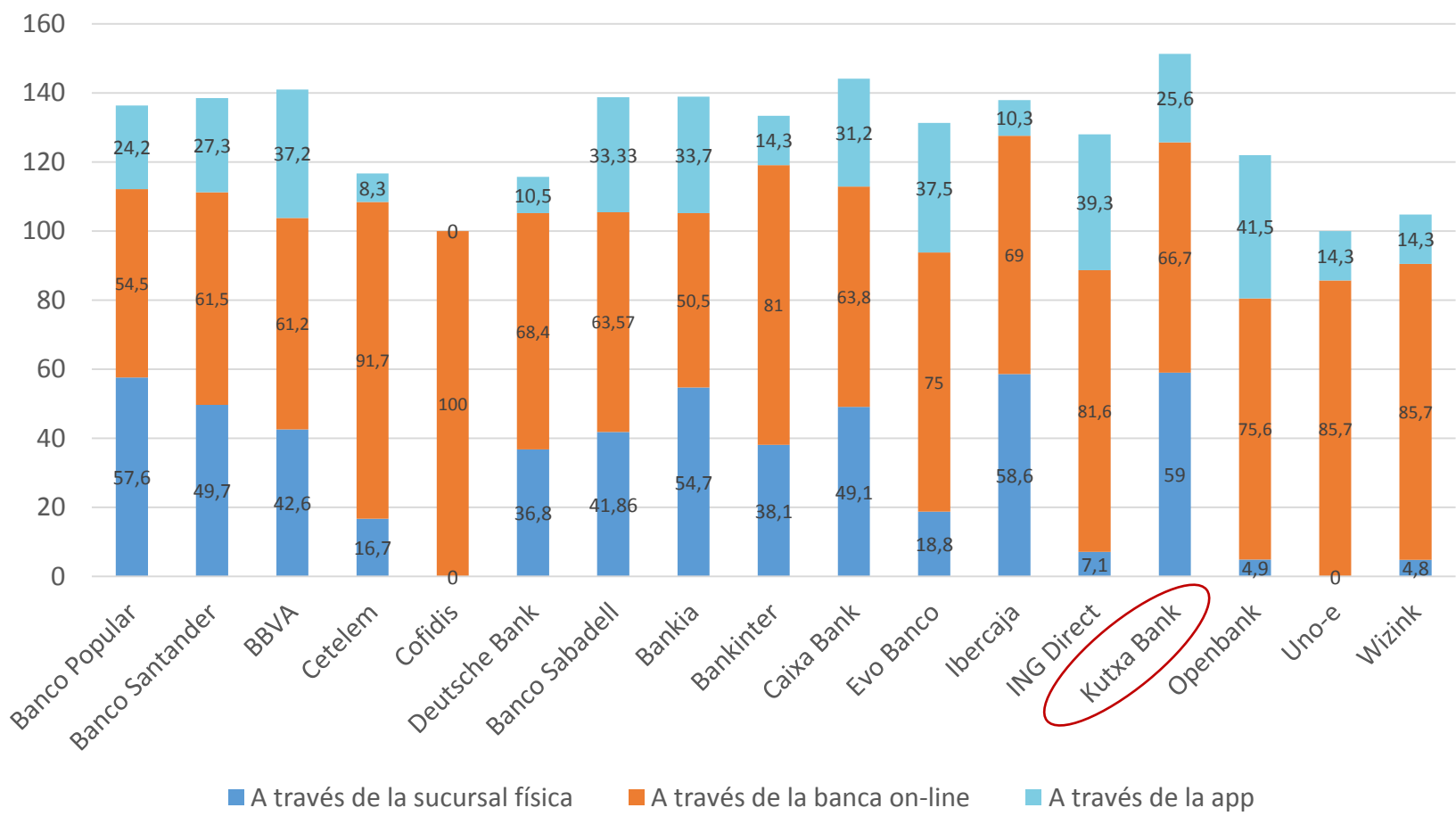
¿POR QUÉ **MOTIVOS** USAN LA **BANCA ONLINE** Y/ LA **APP** DEL BANCO?



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



¿POR QUÉ CANAL OPERA HABITUALMENTE?

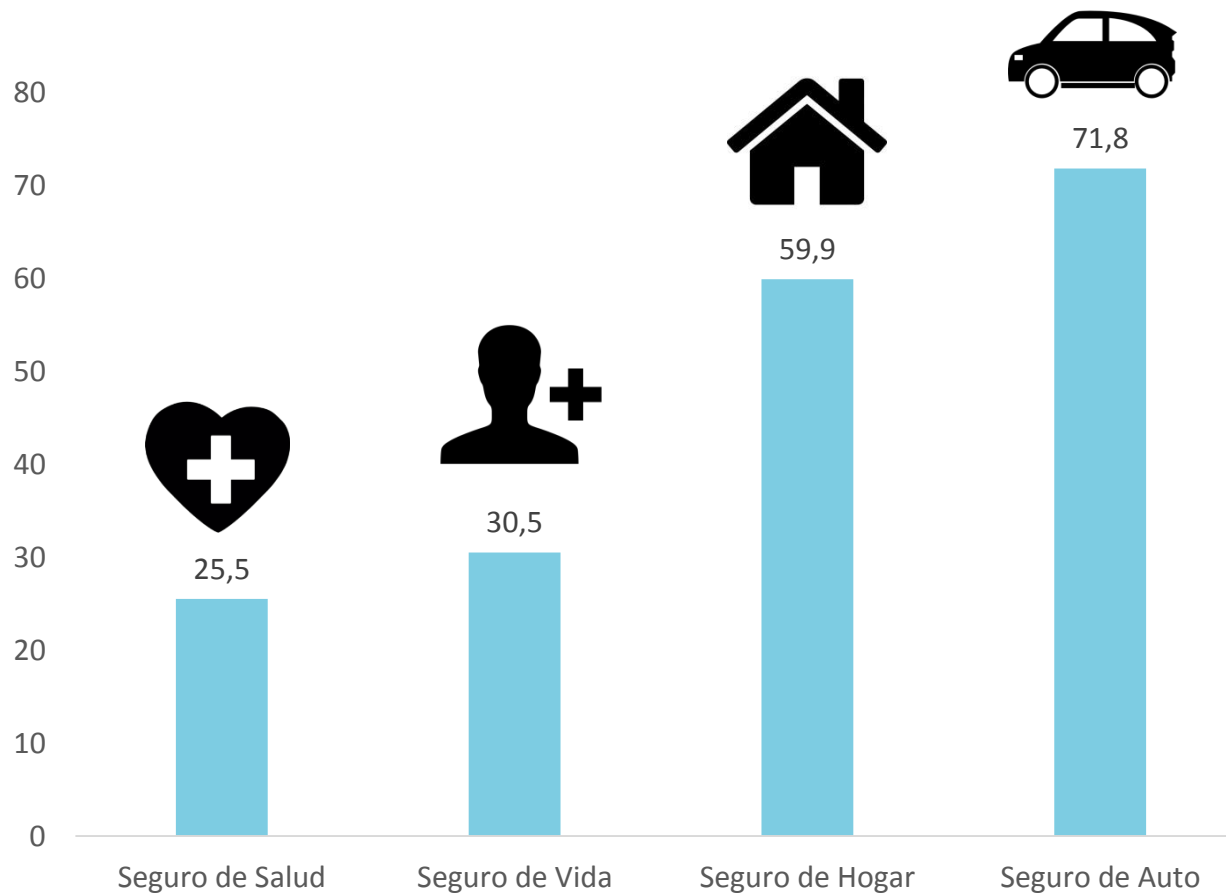




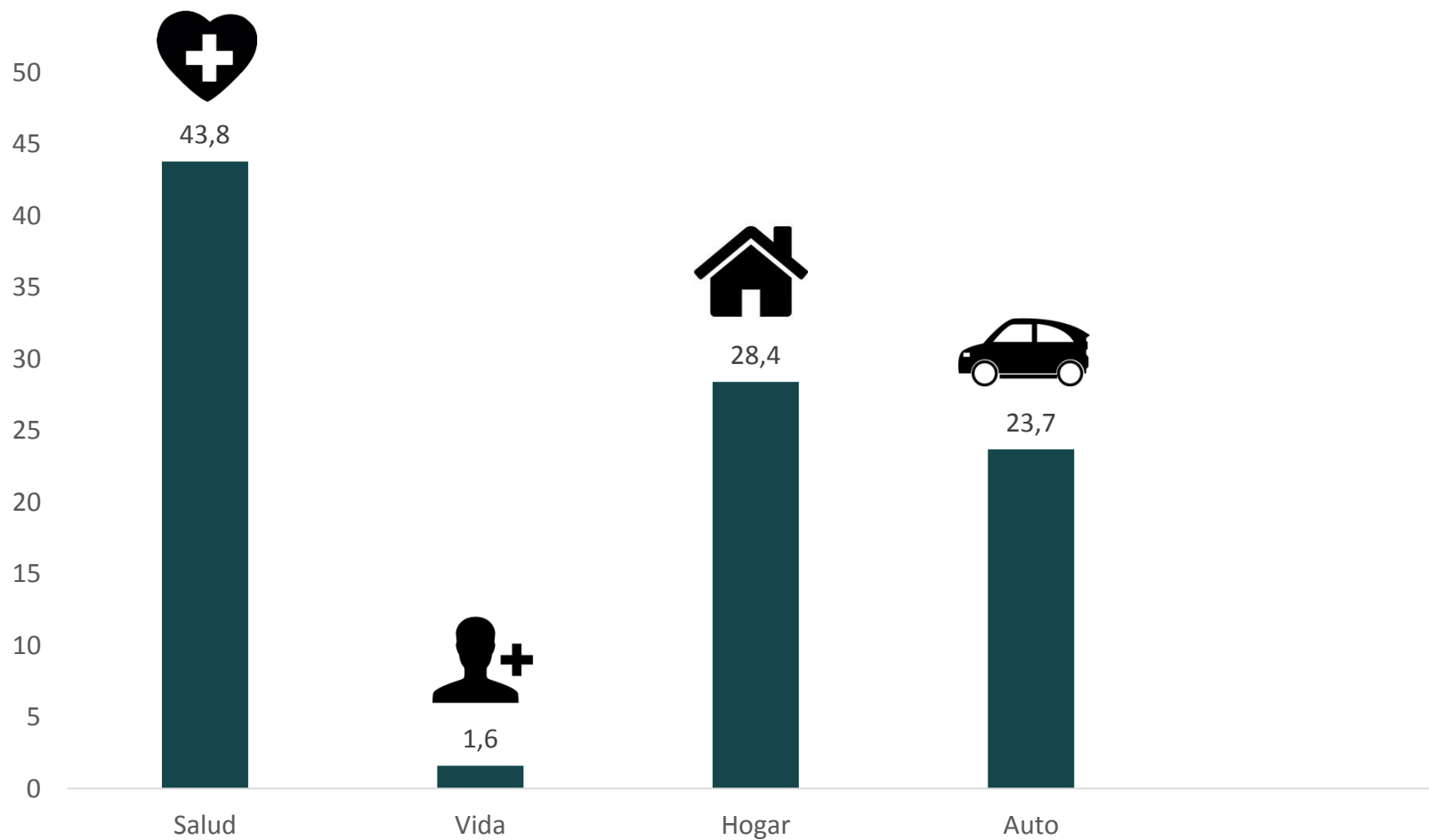
SECTOR SEGUROS



¿DISPONE DE ALGÚN TIPO DE SEGURO?

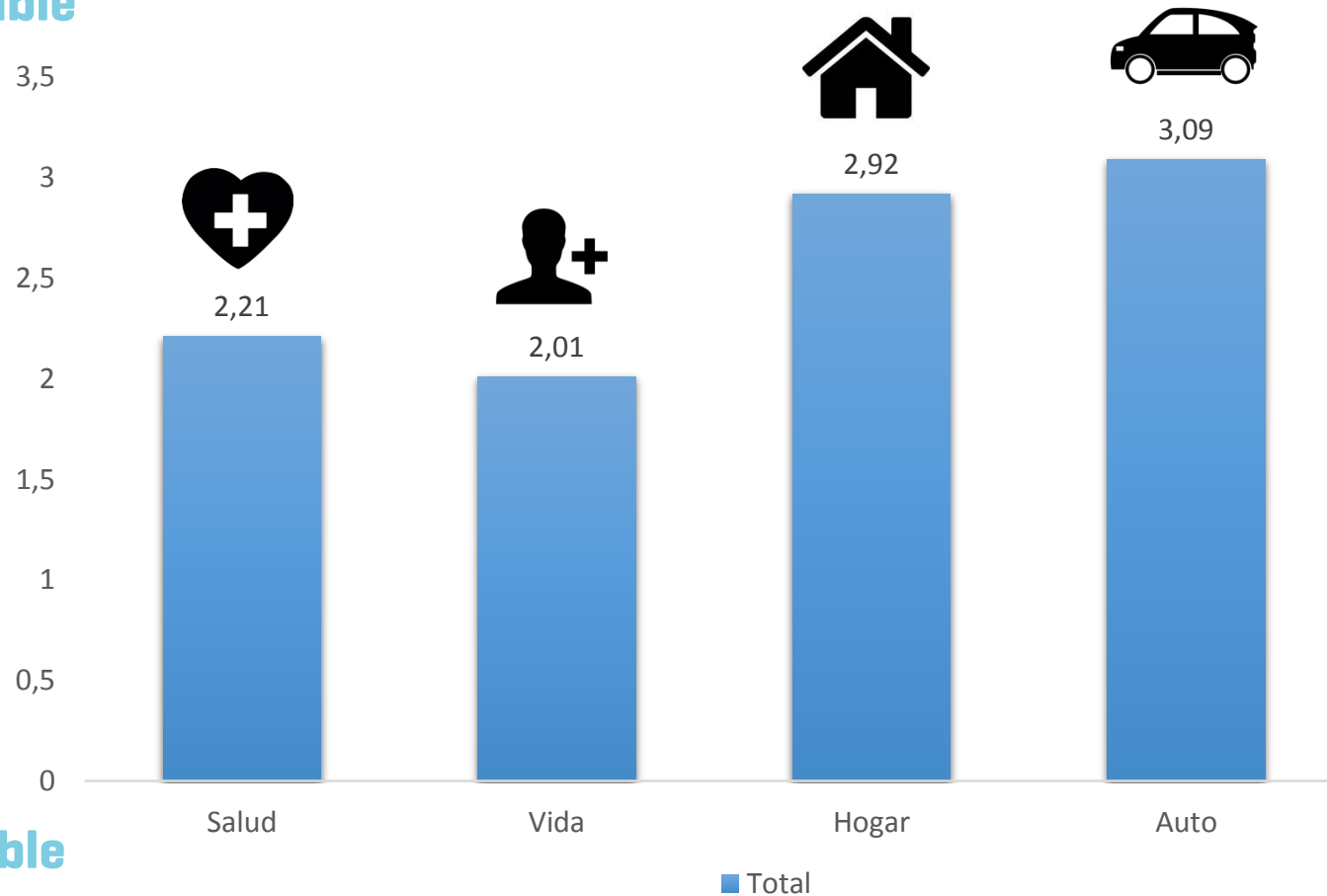


¿HA DADO ALGÚN **PARTE** EN EL ÚLTIMO AÑO?



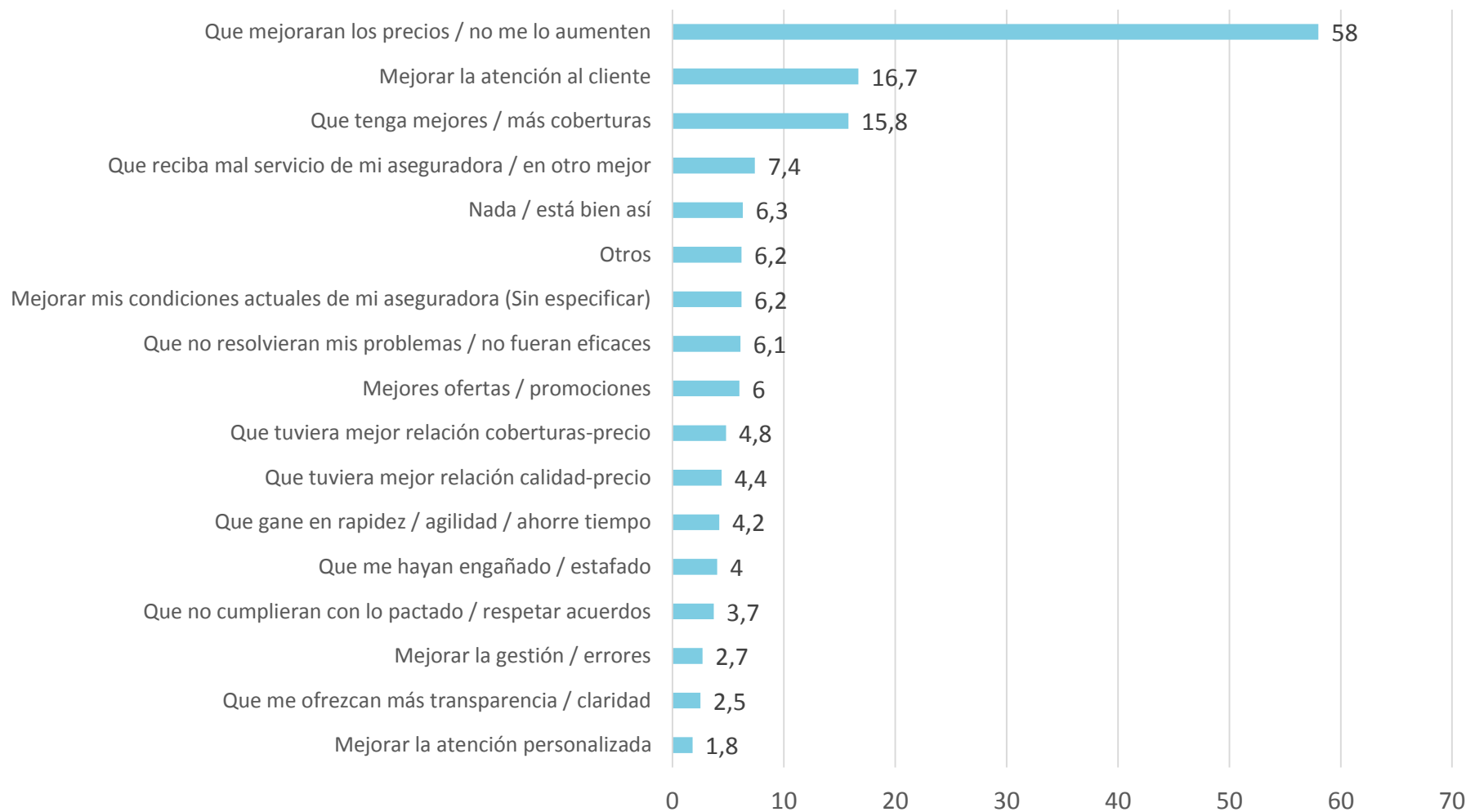
PROBABILIDAD DE CAMBIAR DE SEGURO

+ 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

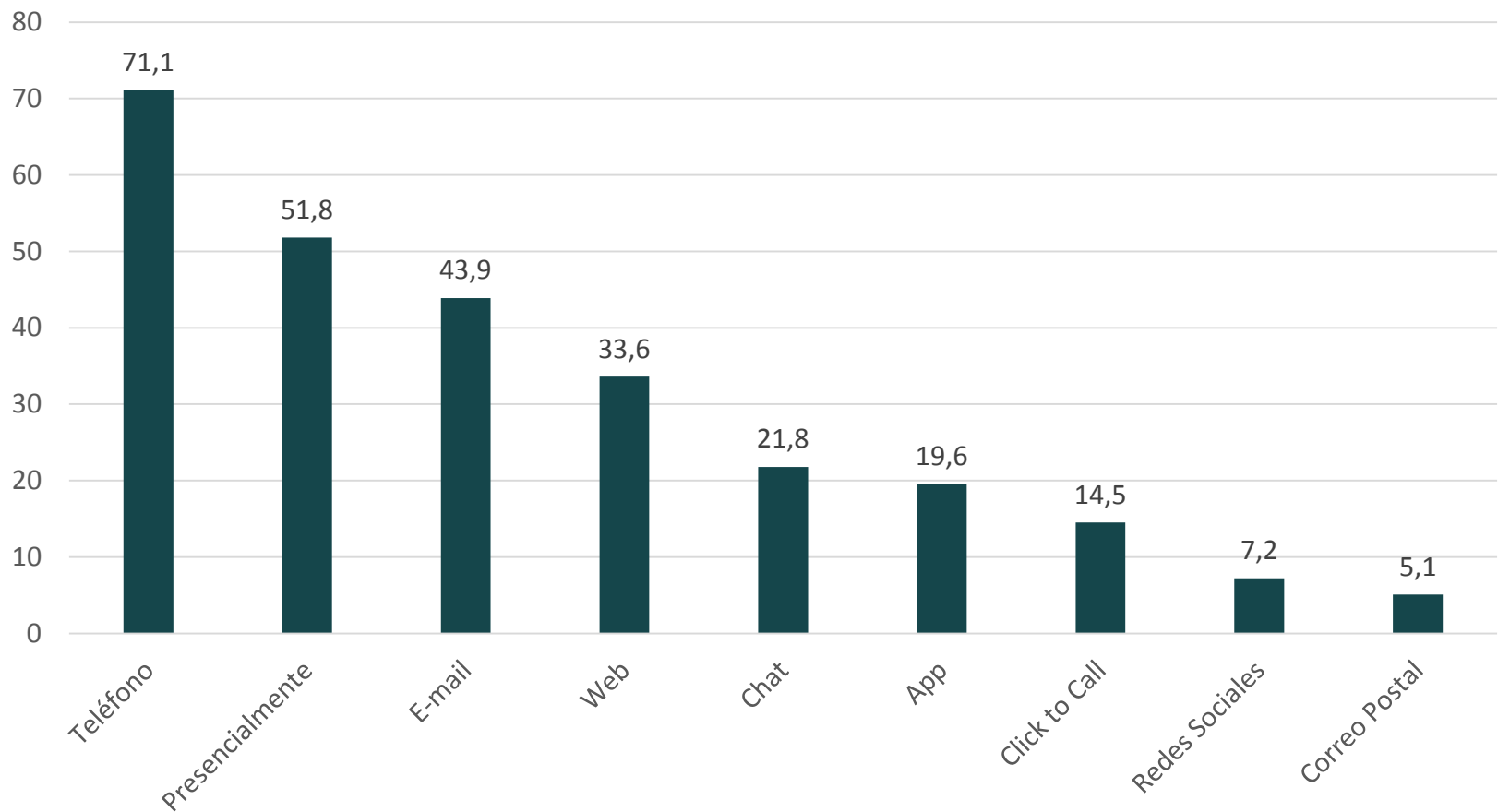
13% Mejor relación calidad / precio

4,9% Mejores prestaciones

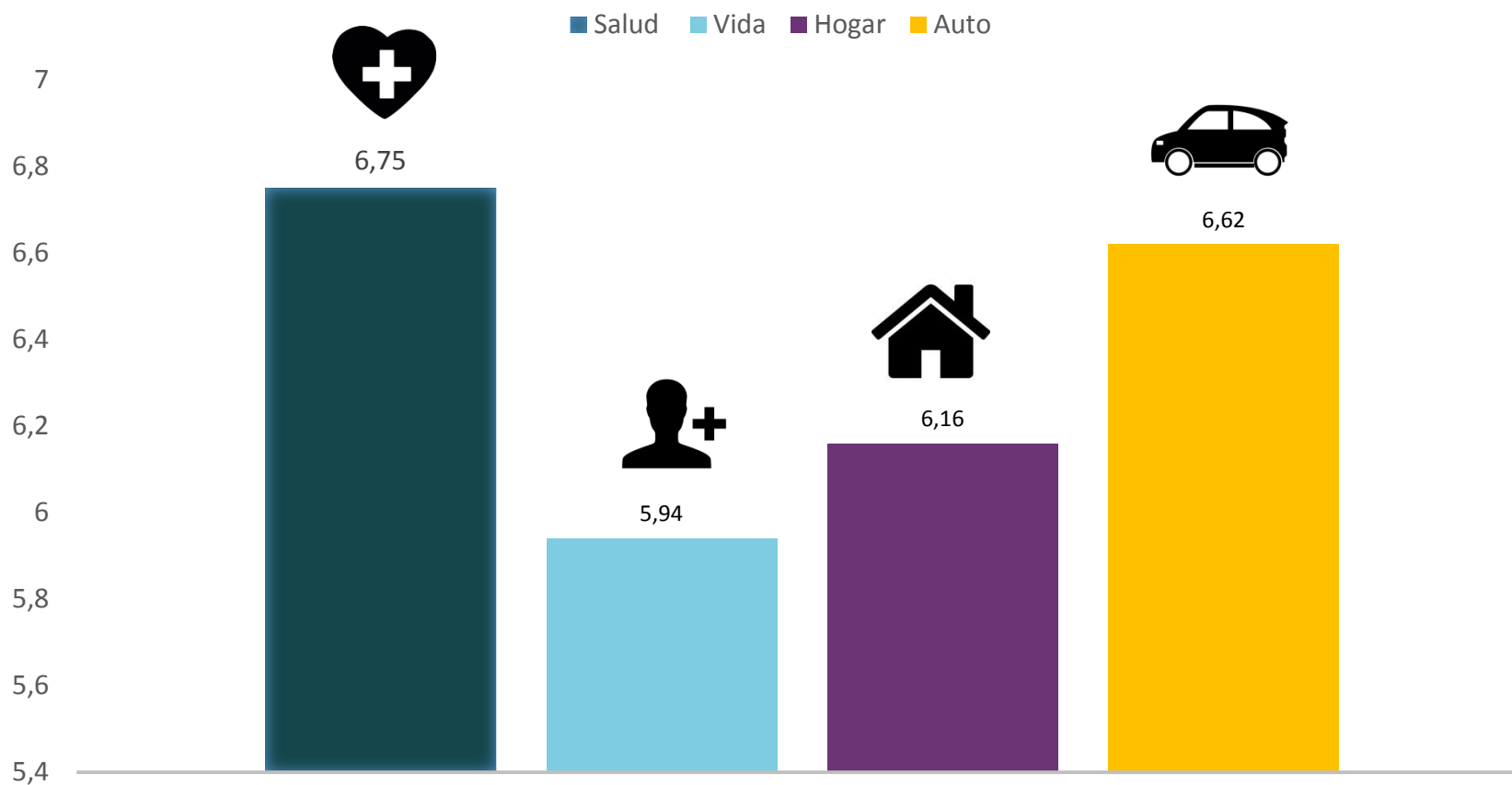
4,9% Recibir más información

2,3% Personalización

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



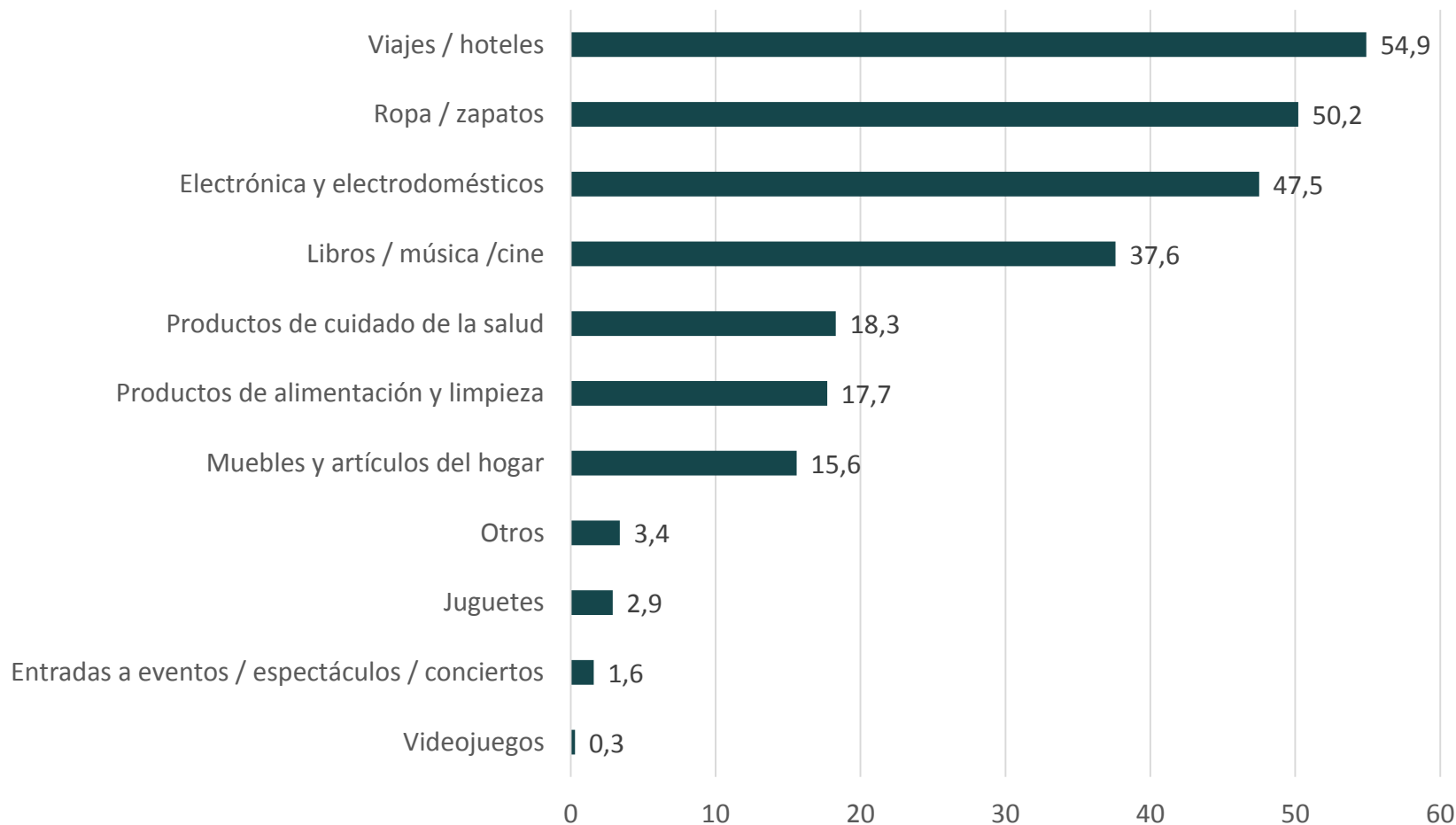
LA **INFORMACIÓN** FACILITADA POR SU SEGURO ES SUFICIENTEMENTE **CLARA Y ÚTIL**



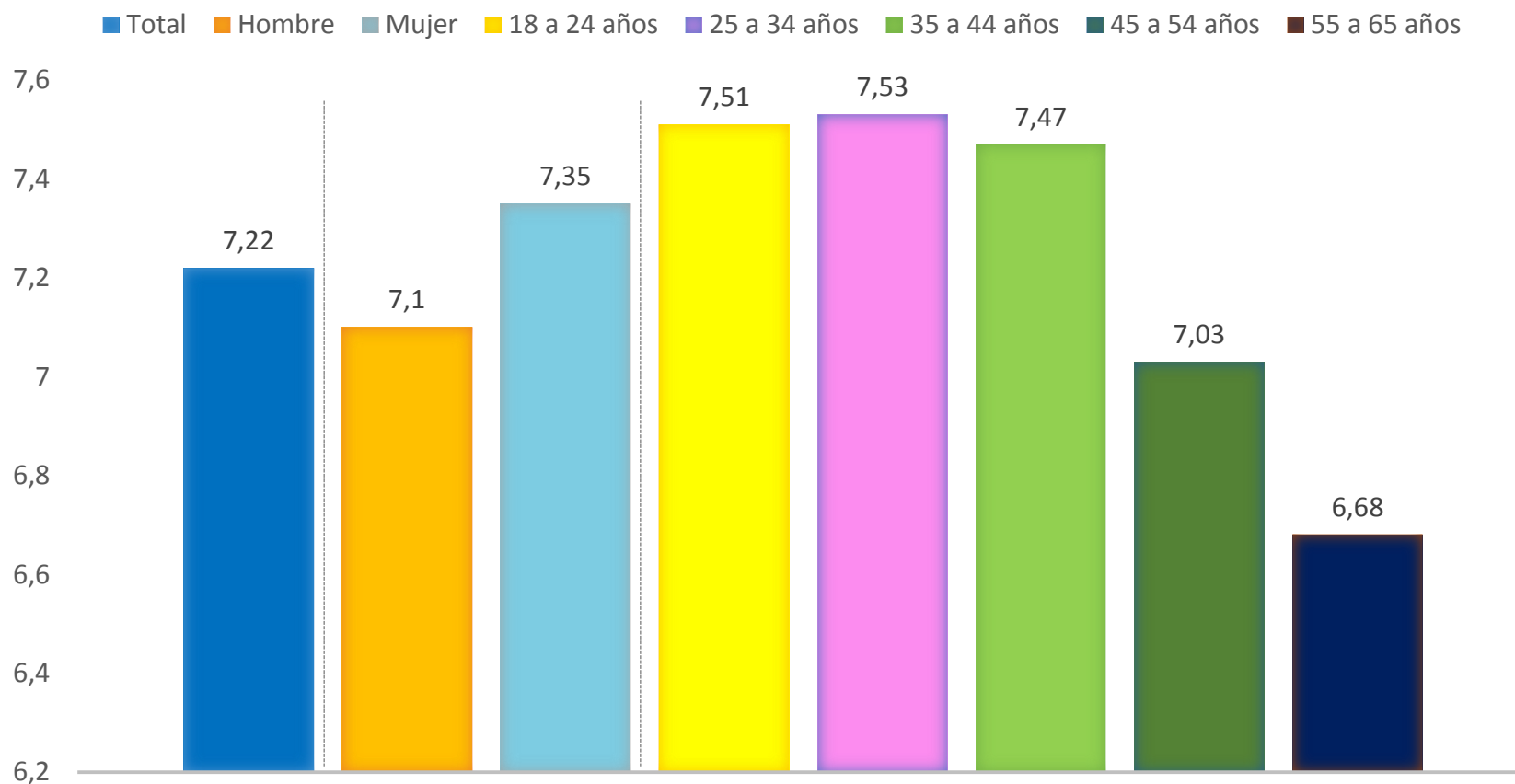


SECTOR E-COMMERCE

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

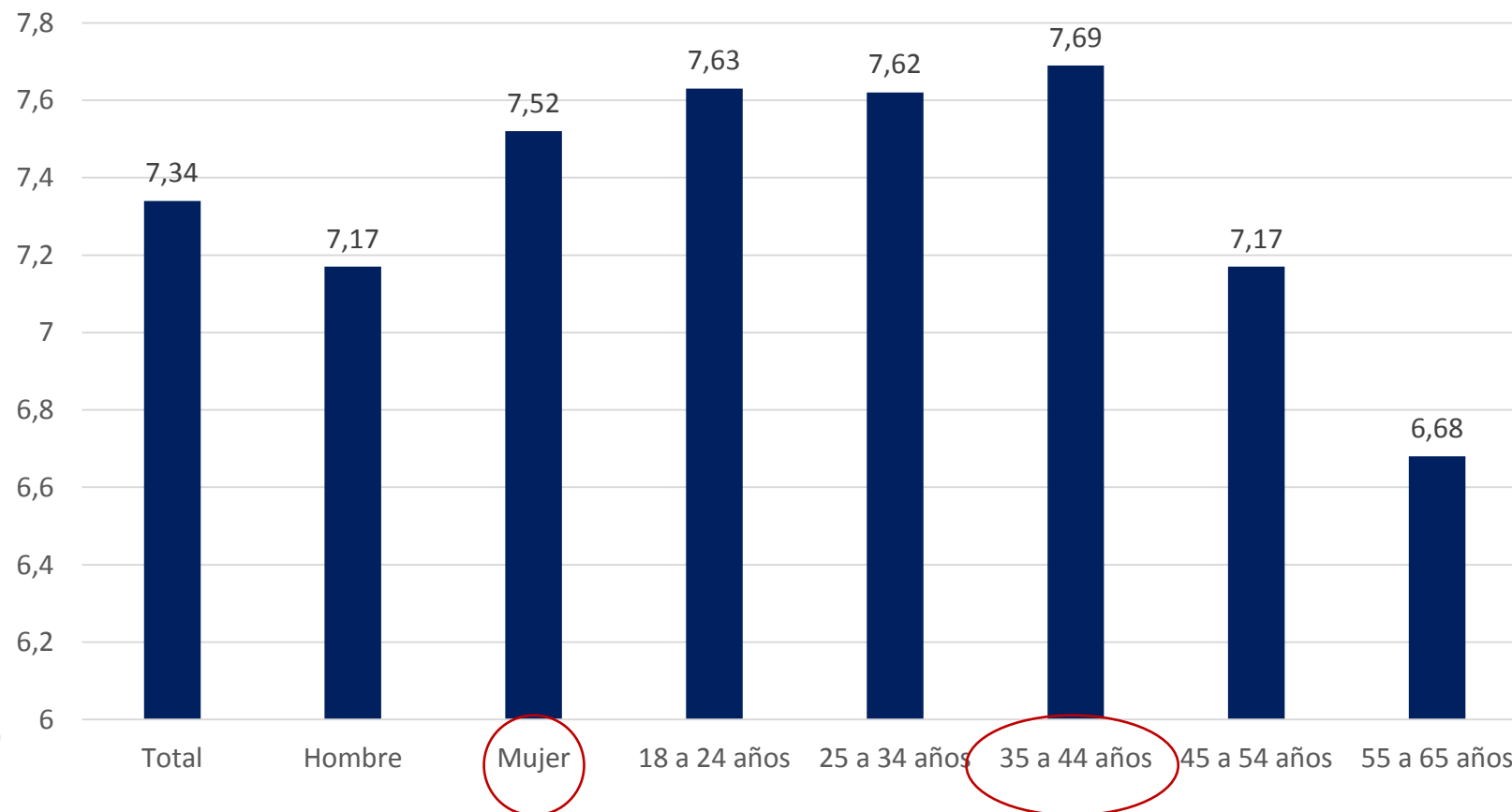


GRADO DE **SATISFACCIÓN** CON LAS **TIENDAS ONLINE**



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

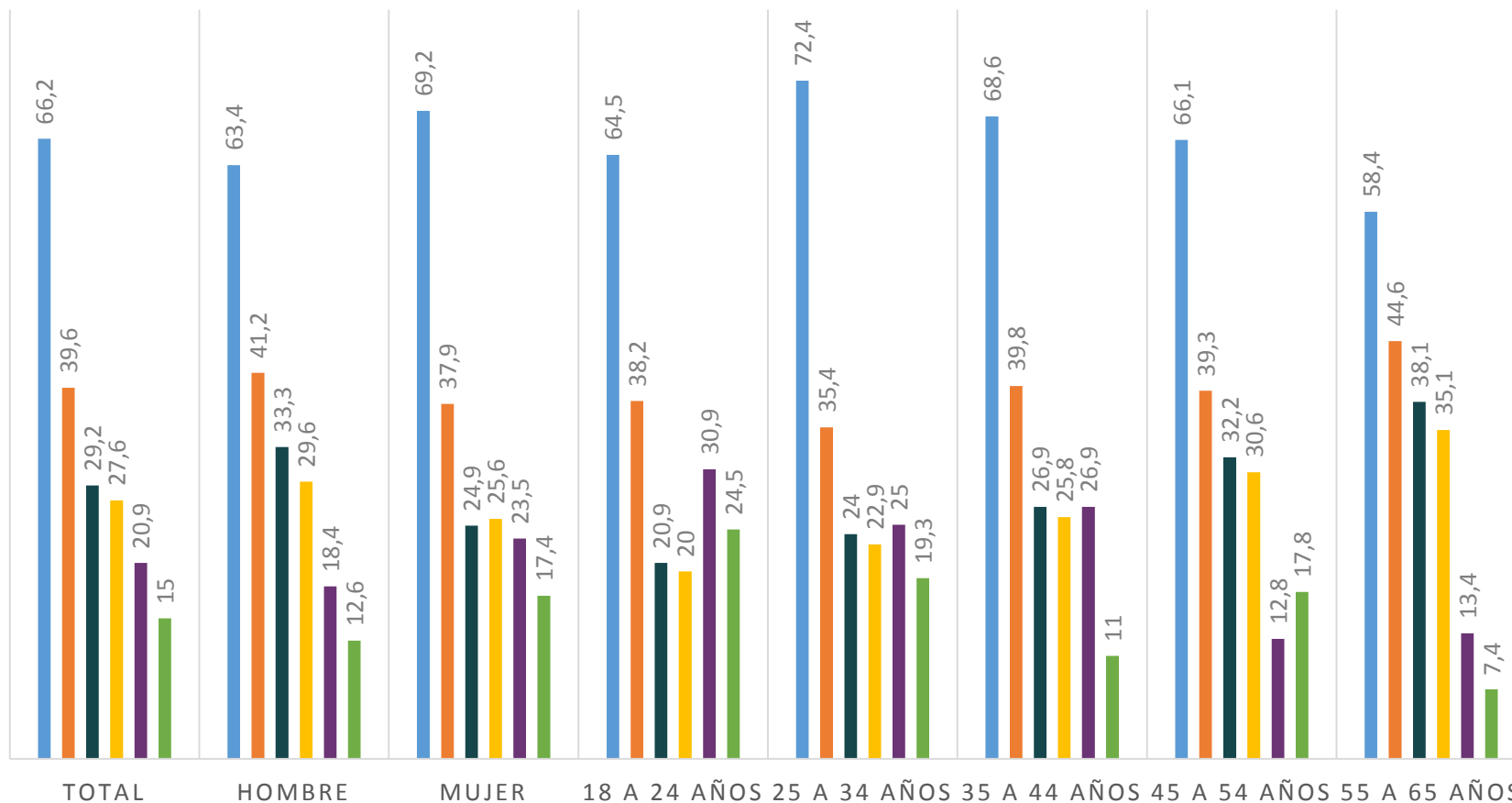
+ Probable



- 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%



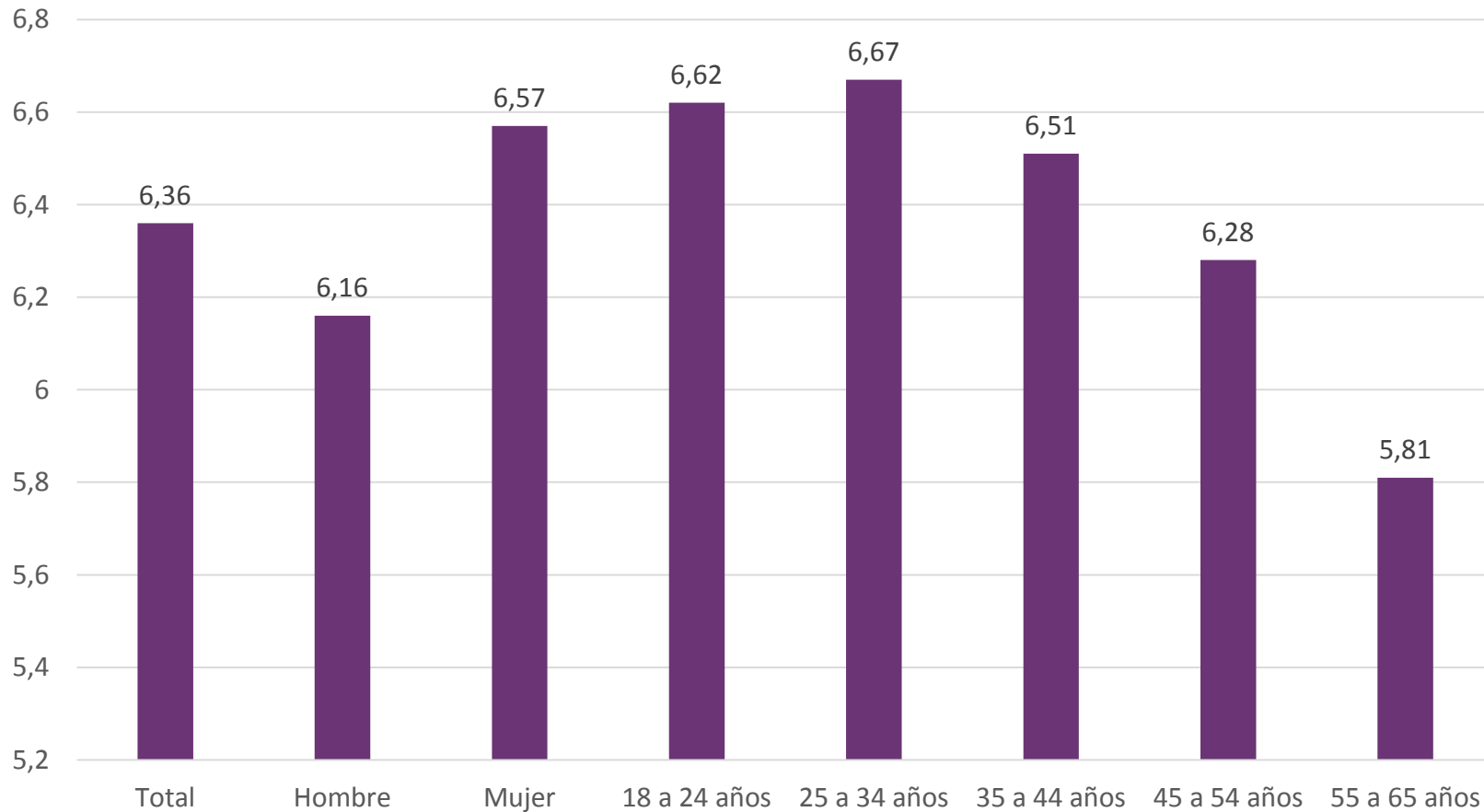
Política de devoluciones

8%

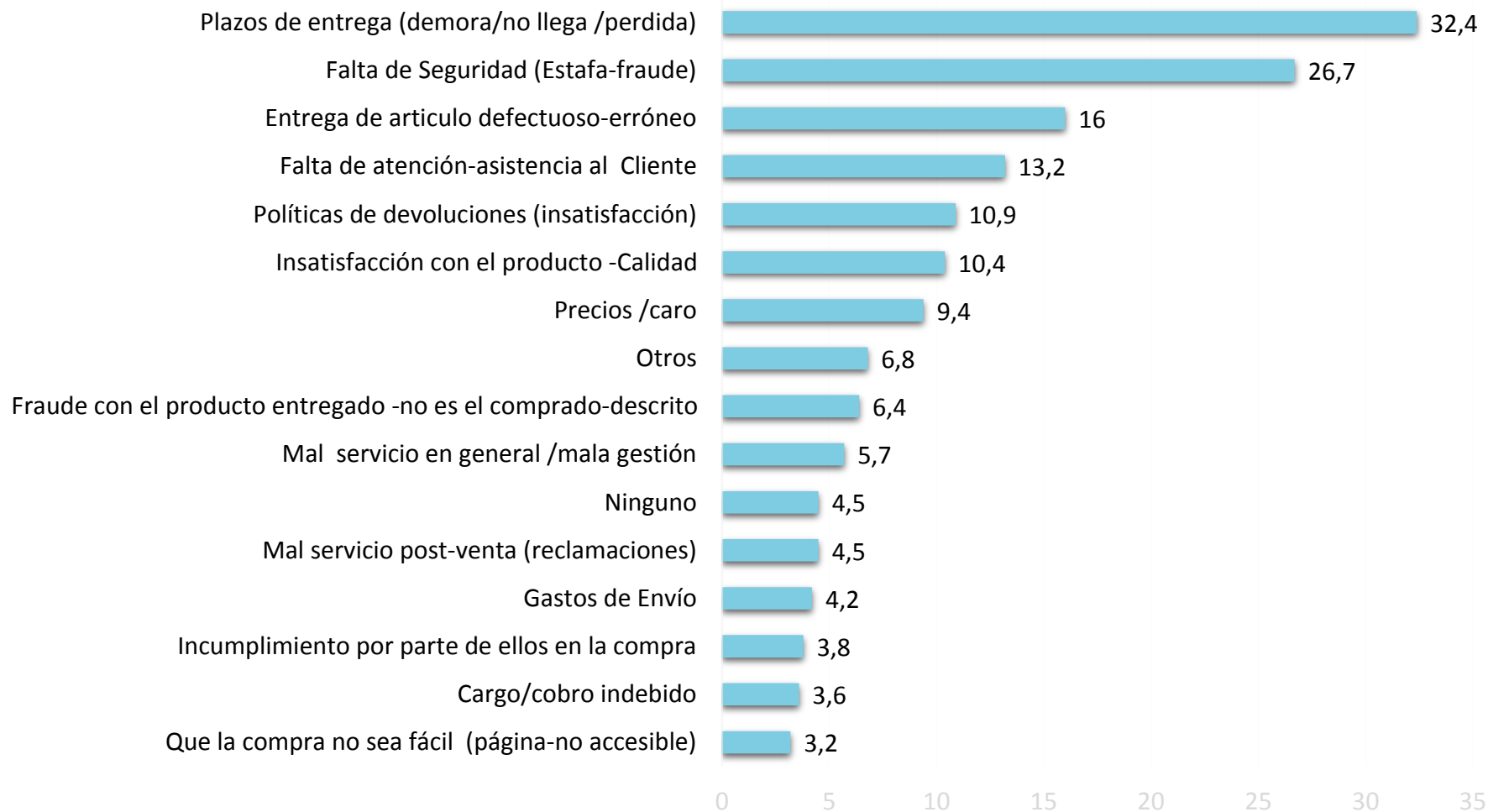


Más claridad en la descripción de los productos

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

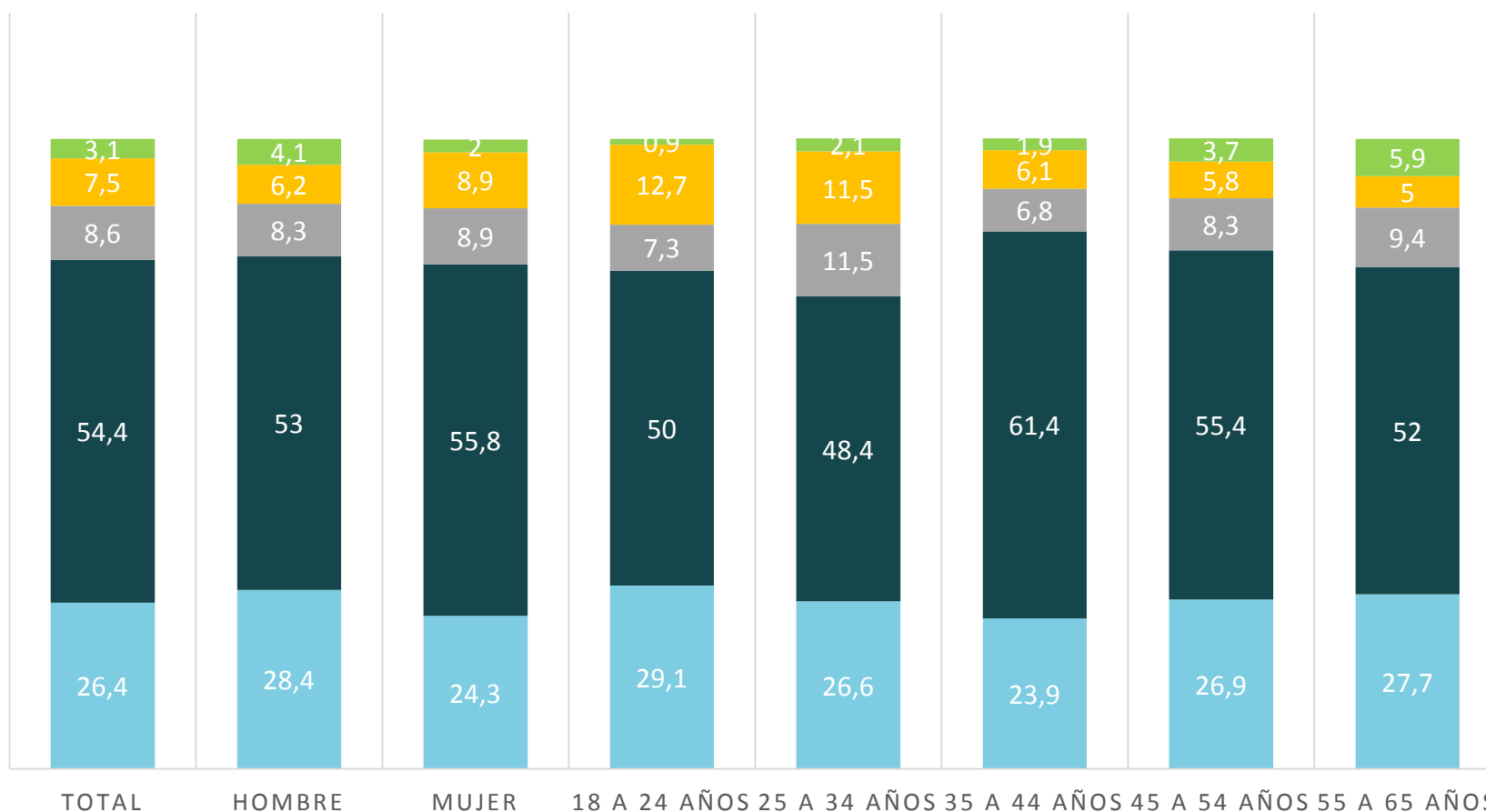


MOTIVOS PARA **NO VOLVER** A COMPRAR EN UNA **TIENDA ONLINE**



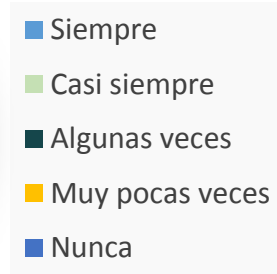
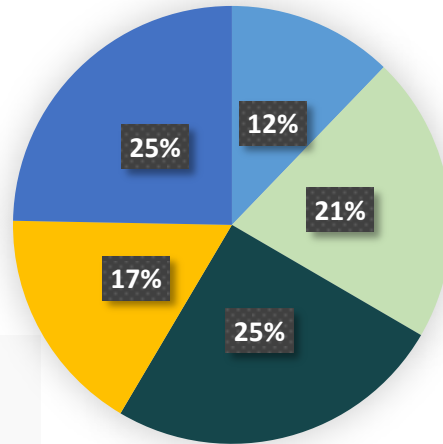
CUÁLES DE LOS SIGUIENTES **CANALES DE CONTACTO** PREFERE PARA COMUNICARSE CON LAS **TIENDAS ONLINE**

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

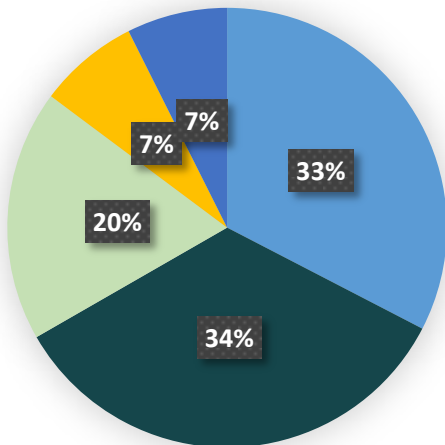
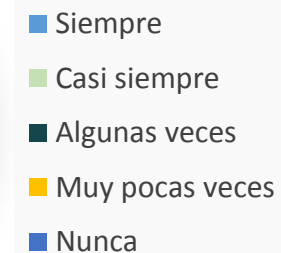
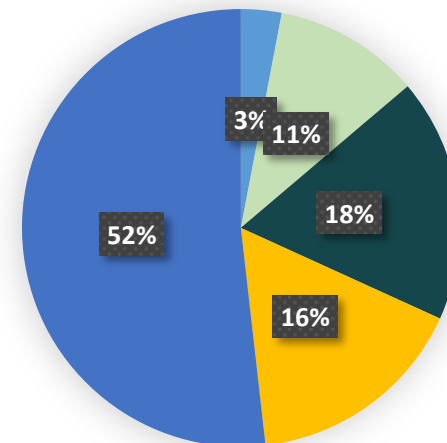


CON QUÉ FRECUENCIA USA LOS SIGUIENTES **DISPOSITIVOS** PARA REALIZAR **COMPRAS ONLINE**

SMARTPHONE

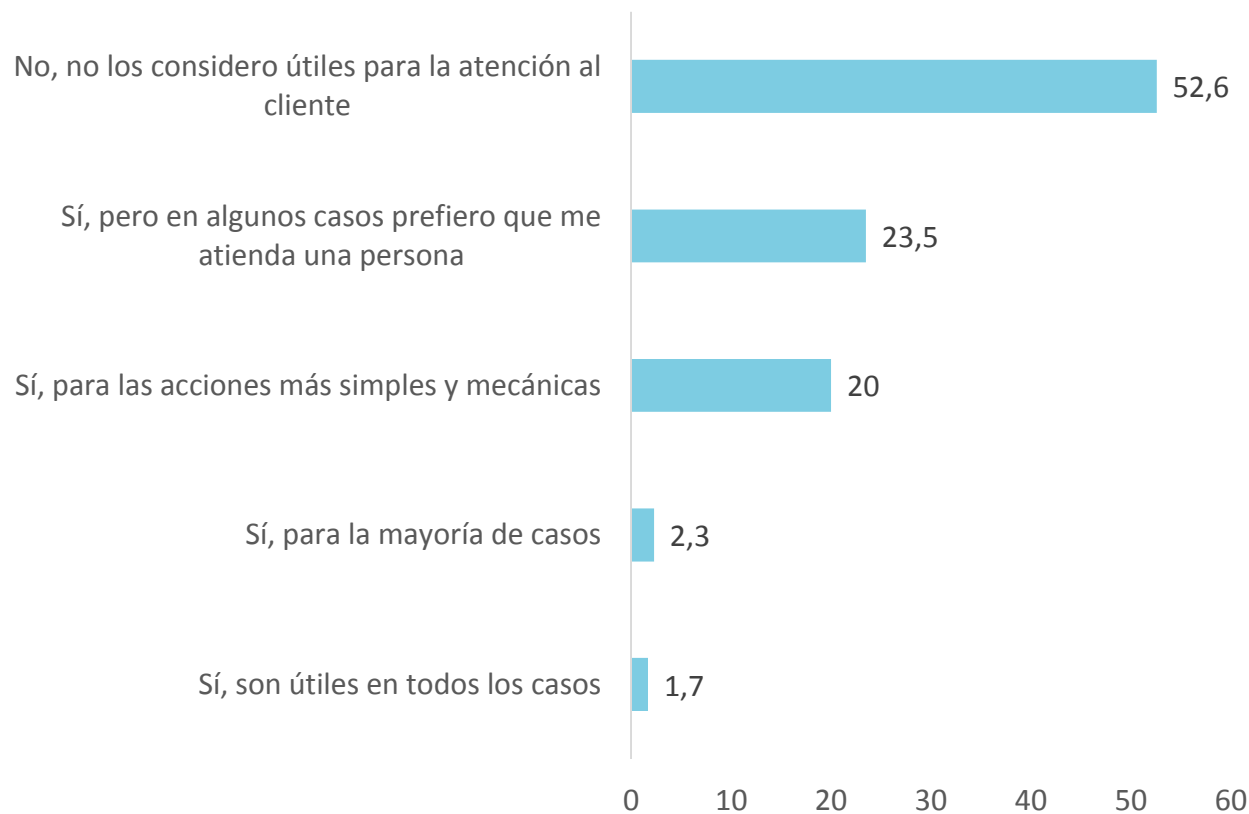


TABLET



ORDENADOR

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

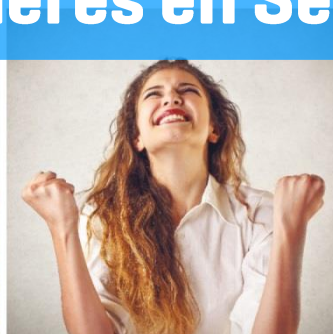
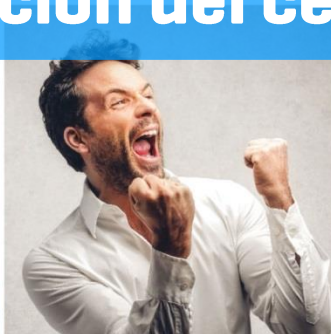
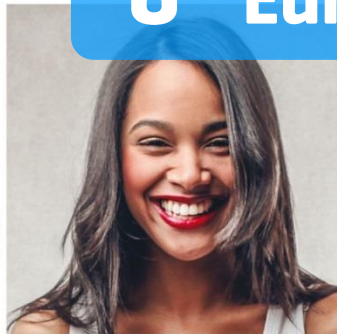


El 47,4% considera útiles los robots para atención al cliente





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
93 205 85 80



www.lideresenservicio.com
www.elblogdelservicioalcliente.com



@LideresServicio



Líderes en Servicio

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



www.consultingc3.com