El ranking de empresas con mejor estrategia de experiencia de cliente

Alberto Perez | diciembre 18, 2020 | 11:23 am

Compra tus Décimos de Navidad

Últimos días. Elige y compra tus Décimos de Navidad, sin comisiones.

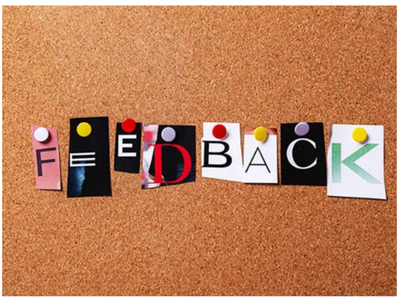
TuLotero ABRIR

El V Informe de Estado de Madurez de la Experiencia de Cliente (CX) en España, ha identificado a las empresas más implicadas con el desarrollo de iniciativas de CX reciben más y mejores recomendaciones de sus clientes. En dicho ranking de empresas, **ING, Toyota y Paradores** han obtenido las mejores puntuaciones, por lo que serían las tres marcas más valoradas por los clientes, con una vinculación emocional por en encima de la media.

Factores que explican este ranking de empresas

A la hora de hacer el ranking de empresas, 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.

En el informe, elaborado por la **Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente** (DEC) y la consultora estratégica **Bain&Company,** se explica que 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.



> *"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".*
>
> ***Jorge Martínez-Arroyo**, Presidente de DEC*

Por su parte, **Santiago Casanova**, socio del área de Servicios Financieros en Bain & Company, explica que "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".

La experiencia de cliente en España

Por otro lado, es posible hablar de un porcentaje de CX en España tomando como referencia el **NPS (Net Promoter Score), el indicador mundial que evalúa la Experiencia de Cliente y predice su comportamiento**. Así, España obtiene un 5%, lo que significa que hay un 5% más de promotores – aquellos que recomiendan una marca, frente a los detractores (quienes realizan recomendaciones negativas).

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.

Publicidad

Alberto Perez

Trending

El día en el que Correos batió su récord de envíos...
18 diciembre, 2020

Josu Jon Imaz, contrario al FNSSE
18 diciembre, 2020

Formas de generar ingresos pasivos o la renta pasiva
18 diciembre, 2020

Consejos básicos para ganar dinero en línea con Forex
18 diciembre, 2020

Publicidad