

VER OFERTA

Hasta 31.01. Condiciones en abanca.com/madrid. Solo para residentes en Madrid

//ABANCA

Empresas

SEGÚN UN INFORME DE EXPERIENCIA DE CLIENTE

ING el banco mejor valorado por los clientes en España



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

BY REDACCIÓN

MÁS ARTÍCULOS DE ESTE AUTOR

Lunes 04 de enero de 2021, 13:58h

Me gusta 0

Recomendar 0

Share

Twitter

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.

En el ranking del sector financiero, ING ha obtenido las mejores puntuaciones, por lo que, según este estudio, sería la marca más recomendada por sus clientes superando las expectativas del producto/servicio y con una vinculación emocional por encima de la media.

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.

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.

Para Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de DEC, "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".

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".

¿Te ha parecido interesante esta noticia? Sí (0) No(0)

Publicidad

Publicidad



€ 9.500



€ 11.000



€ 12.900



€ 15.000



€ 11.700



€ 7.826



€ 8.900



€ 9.900

Auto Scout24

Publicidad

Venta de Sociedades
Limitadas o Anónimas



Telf. 902.889.507

www.ventadesociedades.info

Publicidad

知 知华讲堂
cátedra | china

wi
zink Tu banco sencillo