

## El valor de la experiencia del cliente

Basado en un reporte de la unidad de inteligencia de: **The Economist**

### La experiencia del cliente en la era digital

"Solo hay 'un' jefe: el cliente", una vez dijo Sam Walton, fundador de Walmart. "Y puede despedir a quien a él se le ocurra, del presidente del directorio para abajo, solo basta con que se vaya a la competencia".

La Unidad de Inteligencia de The Economist ha realizado una encuesta acerca de cómo administran sus programas de experiencia de cliente las empresas a nivel internacional.

Escuche lo que 516 directores ejecutivos de 21 países la Latinoamérica tienen para decir al respecto:

- Priorizar las inversiones futuras en CX
- Responsable de las iniciativas de CX
- Medición de CX
- Canales favoritos de los clientes

Una CX bien implementada permite reducir costos, aumentar ingresos y la rentabilidad, y optimizar la satisfacción de los clientes.

### 1. Beneficios de Priorizar la Experiencia del Cliente

La mayoría de las empresas que priorizar su inversión futura en CX creen que se beneficiarán de un mayor crecimiento e ingresos.

De acuerdo con los resultados de una encuesta global, el 64% de los ejecutivos que dijeron que el CX es importante para sus organizaciones, creen además que su compañía será más rentable que sus competidores. Casi dos tercios (64%) de los encuestados también creen que tendrán un mayores ingresos y un 83% se enfocan en ofrecer una experiencia positiva a sus clientes.

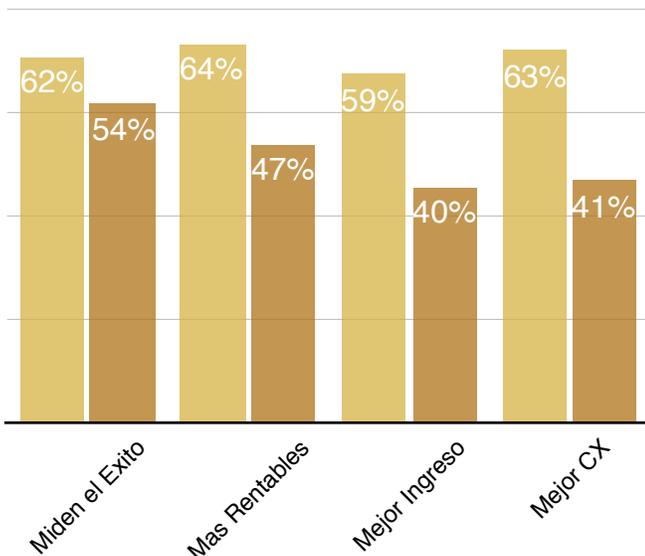
Entre las compañías que no dan prioridad al CX en su presupuesto, solo el 47% de los ejecutivos cree que serán mas rentables que su competencia, y sólo el 40% espera tener un mayor crecimiento que la competencia.

Globalmente las empresas que no consideran importante priorizar el CX están perdiendo importantes oportunidades de incrementar sus beneficios. Como resultado terminarán invirtiendo más para mantenerse que aquellas compañías que si inviertan en CX en los próximos tres años.

#### Cómo Mejorar la Experiencia del Cliente

##### 1. Hacer que el CEO esté a cargo

La encuesta global indicó que las empresas donde el CEO está a cargo de esta iniciativa tendrán más éxito invirtiendo en ello y logrando que toda la organización crea en el concepto.



■ Priorizan CX  
■ No Priorizan CX

### 2. La Importancia de la Experiencia del Cliente

#### Las empresas Latinoamericanas dan un alto valor a la inversión en CX.

Setenta y uno por ciento (71%) de los encuestados en Latinoamérica creen que la experiencia del cliente es “muy importante”, comparado con el 63% de la respuesta global, lo que demuestra que los CEO en Latinoamérica dan mayor importancia a este tema.

Los encuestados en Latinoamérica creen que invertir en CX resulta en beneficios como: mejorar la retención de clientes (29%), incrementar las ventas (27%) y mejorar la satisfacción del cliente (18%) entre otros.

Los ejecutivos de las PYMEs se muestran dos veces más interesados en la retención de clientes (34%) que en incrementar sus ventas, mientras que los ejecutivos de las grandes compañías creen que incrementar las ventas (37%) debe ser su prioridad.

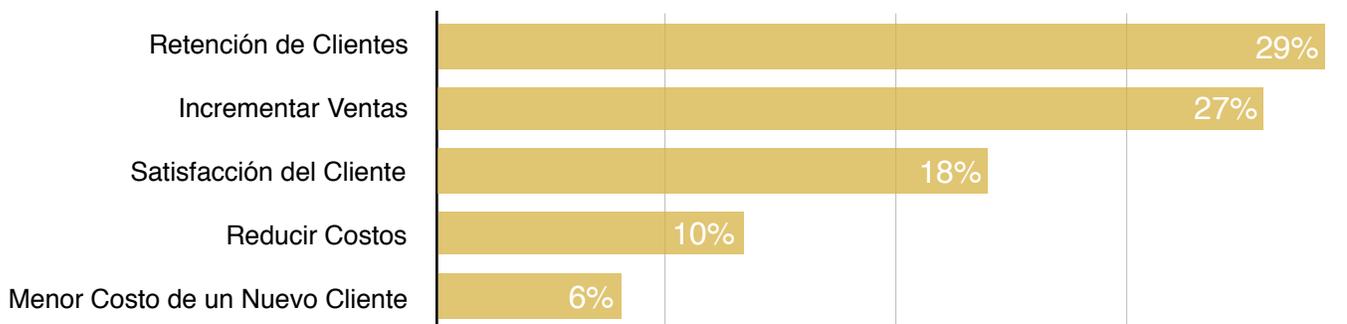
#### Cómo Mejorar la Experiencia del Cliente

##### 2. Basarse en la Evidencia

Un tercio de las empresas de todo el mundo no miden el éxito de las iniciativas CX. Si se revisa la evidencia histórica de los beneficios del CX en su empresa se hará más claro el camino.

Una de cada cuatro empresas en Latinoamérica ha incrementado en más de 25% su inversión en la atención al cliente - una proporción mas alta que en otras regiones - y la tendencia no muestra signos de que se piense disminuir tales esfuerzos. Cerca de dos tercios de las empresas planean incrementar en al menos un 10% su inversión en CX y alrededor del 35% de este grupo espera una expansión del 25% en sus negocios.

#### ¿Cuál considera que sea el principal beneficio de invertir en CX?



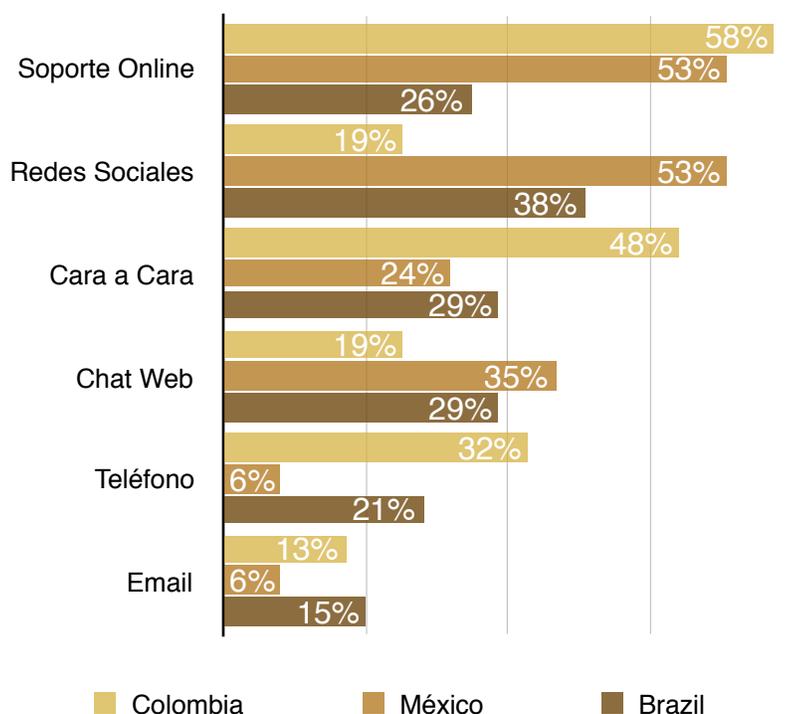
### 3. Los Canales de la Experiencia del Cliente

**Las tecnologías en-línea ganan terreno rápidamente mientras que la comunicación cara a cara empieza a perder interés.**

La comunicación cara a cara sigue siendo el canal más valorado en la experiencia de cliente en Latinoamérica, pero los tiempos están cambiando rápidamente. Mientras que el 43% dice que las reuniones en persona están entre las formas más importantes de atención al cliente al día de hoy, sólo el 33% cree que seguirán siéndolo en apenas tres años.

La tecnología está desplazando al cara a cara: El soporte en línea, la automatización de procesos y las redes sociales están posicionándose para ganar en los próximos tres años. El social media cautiva al 26% de los encuestados como el canal más valioso a la fecha, pero se estima que esta tendencia crezca hasta un 37% en los próximos tres años.

**¿Qué canales serán más importantes para su empresa en tres años?**



#### Cómo Mejorar la Experiencia del Cliente

##### 3. Mire a los líderes de su industria

El estudio revela una gran disparidad en los canales preferidos dentro de cada industria. Algunos aun prefieren el teléfono, otros valoran el chat y el autoservicio, mientras que otros prefieren las redes sociales. Investigue lo que funciona más en su industria.

### Conclusión

#### No hay tiempo que perder !

Las empresas que le den prioridad a las iniciativas de inversión en la experiencia del cliente tendrán mejores ingresos y mayor crecimiento que su competencia. No solo los líderes mundiales sino en Latinoamérica, están convencidos del valor de ofrecer una experiencia al cliente grandiosa.

Aunque Latinoamérica y otras regiones del mundo están experimentando dolores en términos de la transformación de los mercados y sus clientes, la mayoría de ejecutivos piensa que estarán a la altura del campo si toman acciones cuanto antes.

---

**Audara** es una solución de Contact Center Multi Canal que ayuda a las empresas a implementar soluciones de atención al cliente de última generación que les permitan ser más competitivas y exitosas. Desarrollamos soluciones para mejorar la experiencia de sus clientes desde el 2002 hasta la fecha, con miles de clientes alrededor del mundo.

*“ Audara ha logrado un GTEL más efectivo, he escuchado elogios frecuentes de clientes y empleados acerca de la plataforma puesto que ha hecho más eficiente el Contact Center y hemos podido llevar el servicio al cliente a un nuevo nivel. ”*

**José A. Martínez**  
GTEL México - [www.gtel.com.mx](http://www.gtel.com.mx)

Datos tomados del informe  
“The Value Of Experience: How  
the C-suite values customer  
experience in the digital age”  
An Economist Intelligence Unit  
Report  
The Economist  
[www.economist.com](http://www.economist.com)

Para más información visite : [www.audara.co](http://www.audara.co)

Copyright © 2016 - 2017 GECKO SAS. Todos los derechos reservados.  
Audara y el logo de Audara son marcas registradas de GECKO SAS en varios países.  
Todas las otras marcas son propiedad de sus respectivos propietarios.