



Está usted en: Firmas > Economía

La Experiencia de Cliente incrementa los ingresos

La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente -DEC- y The Boston Consulting Group han elaborado el tercer informe para conocer la madurez de la Experiencia de Cliente en las empresas y cómo ha sido su evolución durante los últimos dos años, ofreciendo una perspectiva integral del estado de la Experiencia de Cliente en España.

Actualizado 24 junio 2017

Compartir: | Imprimir | Enviar | **Comentarios** 0

Jorge Martínez-Arroyo. Presidente de la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente



Con una muestra de 20.000 consumidores, a quienes se preguntó sobre su percepción entre más de 200 marcas de 18 sectores diferentes, y por otro lado, 50 compañías que informaron sobre el desarrollo de sus modelos de gestión de la Experiencia de Cliente, observamos que existe una gran correlación (más del 74%) entre la vinculación con los clientes y el desarrollo interno de esta nueva disciplina.

Asimismo, el impacto de la Experiencia de Cliente en los ingresos de las empresas se observa en todos los sectores. En seguros auto, de los clientes con mejor experiencia, solo el 3 por ciento está buscando activamente cambiarse de compañía frente al 46 por ciento de aquellos con peor experiencia; los sectores de banca y telecomunicaciones muestran una proporción similar. En el sector de la distribución alimentaria, el gasto medio anual por hogar asciende a 1.008 euros en las cadenas que cada consumidor considera que le proporciona una mejor experiencia y en las peor valoradas asciende a solo 528 euros.

Es de destacar, que en tan solo dos años, el IDC (Índice de Desarrollo de Experiencia de Cliente) en España ha pasado del 60 al 65 por ciento. En este sentido, una de las conclusiones que arroja este informe es que las empresas están concediendo mayor importancia a la Experiencia de Cliente, por lo que están destinando mayores recursos (las empresas más avanzadas asignan prácticamente el doble del presupuesto), y se está convirtiendo en un objetivo prioritario en los distintos niveles de la organización.

Sin embargo, a pesar de la mejora general observada en Experiencia de Cliente son necesarias otras que requieren la implicación por parte de la alta dirección, para liderar la transformación y crear una cultura de cliente en todas las áreas, empleados y colaboradores. Por otro lado, deberán definir las directrices o protocolos de actuación para transmitir de forma coherente su promesa de marca en los contactos con sus clientes. Las organizaciones deben invertir en un modelo consistente en torno a las cinco Iés de la Onda del Cliente, metodología que hemos contrastado en DEC, es la forma más fiable de obtener un crecimiento sostenido basado en una mayor retención, aumento de los ingresos por cliente y menores costes de captación.

Una de las principales razones de la mayor recomendación y diferenciación de las compañías que más han progresado es la experiencia digital. Un 20% de los clientes incluye la experiencia digital en sus atributos principales, a la hora de recomendar una marca, lo que supone un aumento de 5 puntos porcentuales en los dos últimos años.

En conclusión, queda patente en este informe que la dimensión emocional es imprescindible para elevar la relación entre el consumidor y la marca. Sin duda, es necesario garantizar una buena relación calidad-precio y disponer de un buen producto y servicio, pero es la conexión emocional la que asegurará que el cliente sea fiel y promueva la marca. Las empresas deben crear esa dimensión emocional, que complementa al resto de dimensiones racionales (producto, servicio y relación calidad-precio) para entregar una experiencia única, diferencial y rentable.



Con Vodafone
Tu Negocio Online,
te ayudamos a crear
y posicionar
tu web

one
Profesional

Conócelo >
Vodafone

**NUNCA NOS
PONEMOS
DE ACUERDO.**
POR ESO TRAE TU
NÓMINA* Y ELIGE TÚ
EL GESTOR
QUE NECESITES:
**DIGITAL O EN
TU OFICINA.**
PARA QUE SIEMPRE
ESTEMOS
CONECTADOS.

*Incluye nóminas iguales
o superiores a 450€

Bankia
SIGAMOS TRABAJANDO

**¿Invierte usted
en bolsa?**

**¿Quiere hacerlo
profesionalmente?**