

El usuario digital busca una experiencia útil, segura y eficaz

EXPERIENCIA DE CLIENTE | junio 6, 2019

TAGS

digitalización, experiencia de cliente, nativos digitales, sectores digitalizados, usuario digital



👁️ Visitas: 26



El el usuario digital reclama que las marcas le ofrezcan utilidad, seguridad, eficiencia y facilidad de uso a la hora de realizar sus operaciones. Asimismo, en su relación con las marcas, el usuario digital utiliza sus dispositivos principalmente para comprar y vender productos, encargar comida, reservar ocio o consumir contenidos, si bien aumenta la operativa bancaria, que ha sido la más beneficiada por la digitalización. Estas son algunas de las ideas que se desprende del

informe elaborado en colaboración por Minsait y la Asociación DEC sobre Digitalización y Experiencia de Cliente. En él se muestran las claves de la relación entre marcas y clientes, y se señala cómo el ámbito digital es un generador de valor para ambas partes.

El uso, cada vez mayor de herramientas y dispositivos digitales se naturaliza en un cliente que cuenta con mayores expectativas en sus operaciones y cuyo comportamiento es cada vez más complejo e impredecible, haciendo uso de múltiples canales y reclamando experiencias más cualitativas y diferenciadoras. En este escenario, concreta el Informe, solo con una efectiva integración omnicanal, donde la acción digital se integre con la física, será posible optimizar la experiencia global con la marca.

Según refleja el análisis realizado por Minsait, una compañía de Indra, junto con la Asociación DEC, el consumidor y usuario digital emplea los dispositivos móviles, principalmente, para estar en contacto con otros y buscar información. No obstante, en lo que compete a su relación con las marcas, las operaciones de compra están ya ampliamente extendidas en estos dispositivos, refiriéndose estas a todo aquello que atañe a la compraventa de productos, encargos de comida a domicilio, reservas de ocio y viajes o al consumo de contenidos digitales.

Un ejemplo de cómo el ámbito digital se ha revelado como un claro generador de valor de marca son las operaciones referidas a la gestión y realización de trámites. Aunque este tipo de gestiones también conservan un peso sustancial en los canales tradicionales (presencial y telefónico), poco a poco se van extendiendo más en la red, siendo destacables casos como el de la operativa bancaria que, con un 62,7% de aceptación entre los usuarios, se sitúa como la cuarta actividad más extendida en los clientes digitales, por encima, incluso, del comercio electrónico. No en vano, el sector bancario ha sido el más beneficiado por la digitalización. El desarrollo de aplicaciones móviles por los principales bancos ha facilitado a sus clientes la autogestión en sus operaciones y ha transformado el sector, mientras se ha mejorado la percepción que estos usuarios tienen de los mismos.

Sectores digitalizados...y otros a punto de explotar

El análisis se ha llevado a cabo a través de una encuesta online realizada a 2.000 consumidores, con edades comprendidas entre los 18 y 65 años que, en función de su nivel de madurez digital, han mostrado su experiencia con las marcas en los siguientes sectores de actividad: Seguros, Telco, Banca, Energía, Moda, Distribución Alimentaria, Automoción, Alojamiento y Transporte.

Dentro de estos, hay sectores como el de Alojamiento, que es el más digitalizado de todos y donde más se ha avanzado en la fusión de experiencias online/offline, por delante de Transportes o Telecomunicaciones. Por el contrario, en otros como Distribución Alimentaria y Automoción la naturaleza de los bienes que comercializan han marcado su limitada andadura en el mundo de la digitalización. Junto a ellos, hay algunos donde el paradigma digital avanza aunque aún convive con otras fórmulas (interacción telefónica e incluso presencial), siendo ese el caso de los Seguros o la Energía.

La naturaleza del canal también influye dependiendo de las interacciones a realizar. En líneas generales, subraya el análisis realizado, el consumidor muestra preferencia por el canal digital tanto en las operaciones de consulta, compra y gestión, si bien aún prefiere el trato directo o telefónico cuando se trata de reclamar. No obstante, es curioso constatar cómo los nativos digitales, con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años, no solo acuden con más frecuencia que el resto de la población a los canales digitales, sino que también los utilizan por encima de la media para hacer reclamaciones, siendo clara una generalización de uso a través de recursos tecnológicos que irá a más en el futuro.

El Informe de Minsait y la Asociación DEC subraya también que es obvio que la inversión en desarrollo digital repercute claramente en una mejor valoración de la experiencia digital y esta, a su vez, en una consideración más positiva de la marca por parte de los clientes. Es lo que ha sucedido en Banca y Alojamiento, por ser estas áreas las que cuentan con una experiencia digital más avanzada, y lo que paulatinamente irá sucediendo en el resto de sectores.

Tecnología que ayuda y condiciona el futuro

La experiencia del cliente es un ámbito propicio para la innovación, apunta Minsait y la Asociación DEC. De hecho, los desarrollos tecnológicos se han revelado como las mejores herramientas para generar hábitos entrenados, descubrir patrones de comportamiento y establecer nuevas propuestas de consumo. El Informe señala que hay muchas tendencias digitales aún por implantar e insiste en su gran potencial para beneficiar a la marca como al usuario digital, aún cuando estos, hoy por hoy, no las usen ya y se centren especialmente en aquellas más consolidadas y que, la mayor parte de las veces, prolongan la experiencia física. La búsqueda de nuevos canales, pantallas digitales interactivas, domótica, personalización o seguridad digital, son tecnologías ya conocidas para el usuario y demandadas en la mayor parte de los servicios que realizan por la web. Ya no son innovaciones. Forman parte del modelo de relación con la marca; como un atributo más.

Otras tecnologías, aunque a la espera de llegar al mismo nivel de democratización, revolucionarán la relación que en los próximos años mantengan marcas y clientes, aportando valor a ambos, tanto en términos de eficiencia y rentabilidad para unas, como de experiencia y satisfacción para otros, especialmente para el usuario digital. Es el caso de la personalización del producto, el geomarketing, la realidad virtual, el IoT, los anuncios de televisión personalizados o el blockchain. Soluciones cuya aplicación contribuirá a un modelo de relación donde una buena experiencia del cliente seguirá siendo la premisa básica para lograr su elección y fidelización.

(El informe se puede consultar [aquí](#)).

GENESYS

¿Inspiración para la nueva estrategia cx en 2019?

'Desmitificar la Inteligencia Artificial: Maximice los Resultados de Negocio con IA'

Download

LO + LEÍDO DEL MES

- [Así trabajan en el Contact Center de Pelayo](#) Visitas: 523
- [Atento y BySide analizan cómo mejorar la conversión en ventas](#) Visitas: 514
- [Un contact center cognitivo que ayuda a alcanzar la eficiencia y la excelencia en CEX](#) Visitas: 489
- [El consumidor activo ha matado al usuario pasivo](#) Visitas: 487
- [12 experiencias positivas de compra para compensar una mala](#) Visitas: 441
- [Unir venta digital, presencial y televenta para llevar a la marca a un entorno de confianza](#) Visitas: 436

Tweets por @RelacionCliente

Relación Cliente Web retweetó

IFAES

@ifaes

En @RelacionCliente: El Grupo @GrupoSalesland acaba de lanzar su renovada línea de negocio de Venta Digital -> La División de Desarrollo Digital (D3) [mtr.cool/zfdyanilry](#)

División de Desarrollo Digit...

El Grupo Salesland acaba d...

[relacioncliente.es](#)

👍
👤
14h

Relación Cliente Web

@RelacionCliente

Charlamos con el director de #BPO Contact Center de MADISON, sobre la irrupción de la #InteligenciaArtificial en el mercado laboral y en especial en el #contactcenter [relacioncliente.es/entrevistamos-...](#)

Entrevistamos a Alberto Vi...

Charlamos con el director de...

[relacioncliente.es](#)

Insertar
Ver en Twitter