

La interacción en la era de la conectividad total

VERINT®

Cómo los humanos y la tecnología trabajan juntos para satisfacer expectativas crecientes

Nuestro estudio, realizado en 18 países, analiza cómo la demanda de un servicio disponible las 24 horas, todos los días de la semana, ha cambiado la actitud hacia la tecnología en el lugar de trabajo.



La comodidad es clave ya que los clientes demandan que el servicio siempre esté disponible

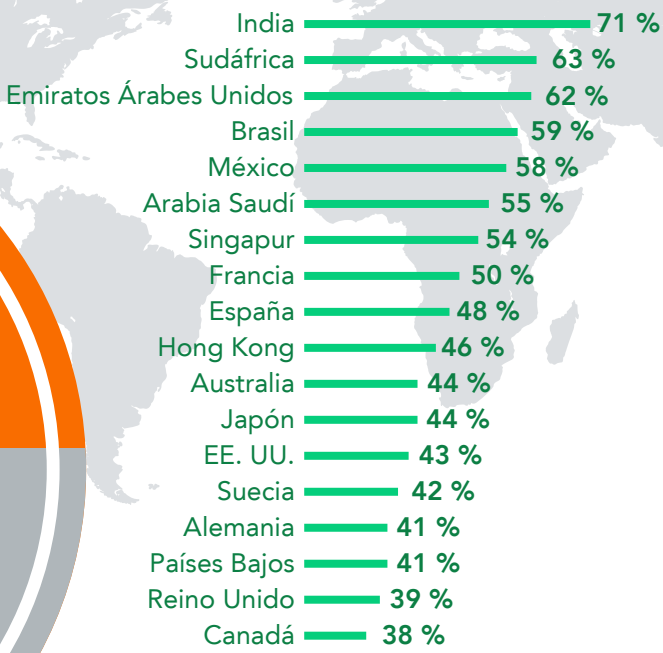
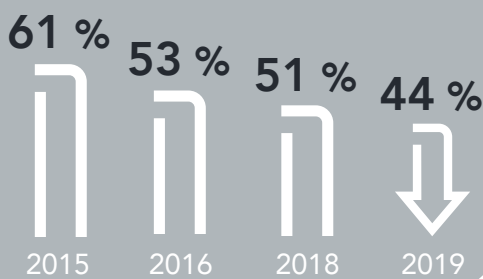
- 77 % dicen que la comodidad es un factor muy importante al escoger un proveedor del servicio
- 68 % se sienten más fieles hacia las marcas que hacen que sea fácil y cómodo interactuar con ellas
- 60 % esperan poder interactuar en cualquier canal y en cualquier momento
- 52 % de entre 18 y 24 años creen que la comodidad del servicio digital es más importante que la interacción con un humano



Globalmente, el **49 %** dice que la comodidad es más importante que el precio a la hora de escoger un proveedor



Y en la era de la conectividad total, la **fidelidad continúa siendo un mayor reto** a medida que la retención de clientes sigue en declive



A medida que los canales digitales siguen aumentando su popularidad...

- La demanda de interactuar a través de las aplicaciones móviles aumentó un **57 %** el año pasado
- La gestión de cuentas en línea o el autoservicio a través de la web son los canales primarios de interacción (**34 %**)

...el valor de las interacciones humanas persiste, en especial para las interacciones de alto valor, y el personal "híbrido" es clave para cumplir las expectativas crecientes

- Hablar con un agente es el segundo método más popular de interacción (**30 %**)
- La tienda u oficina física tiene futuro, ya que es lo que prefiere el **29 %** de los consumidores
- El **60 %** de los clientes cree que puede conseguir un mejor resultado cuando interactúa con un humano

No se trata tan solo del producto o servicio. ¡Tienes que ser bueno en todo!

Motivos para escoger un proveedor



Es esencial comprender tus clientes individualmente. Cuidado con las diferencias generacionales.



info@verint.com
América: 1-800-4VERINT
Asia-Pacífico: +(852) 2797 5678
Europa, Oriente Medio y África: +44(0) 1932 839500
[verint.com/research](https://www.verint.com/research)



Acerca del estudio

Esta investigación la encargó Verint entre el 1 y el 11 de febrero, en asociación con la compañía de investigación Opinium Research LLP. Se realizaron entrevistas a 34.068 consumidores de los siguientes países: Australia, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Hong Kong, India, Japón, México, Países Bajos, Singapur, Arabia Saudí, Sudáfrica, España, Suecia, los Emiratos Árabes Unidos, el Reino Unido y los Estados Unidos.

La encuesta se realizó en línea en el idioma local de cada país y se incentivó a quienes respondían. Los sectores incluidos en la encuesta fueron banca, minoristas físicos, tarjetas de crédito, seguros, proveedores de telefonía móvil, minoristas en línea, telecomunicaciones, viajes y servicios públicos.

VERINT®

The Customer Engagement Company™

© 2019 Verint Systems Inc. Todos los derechos reservados en todo el mundo. Está estrictamente prohibido el uso, duplicación o modificación de esta infografía, en todo o en parte, sin el consentimiento por escrito de Verint Systems Inc. Todas las marcas a las que se hace referencia aquí con el símbolo ® o TM son marcas registradas o marcas comerciales de Verint Systems Inc. o sus subsidiarias. Todas las demás marcas son marcas comerciales de sus respectivos propietarios.