

La interacción en la era de la conectividad total

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

VERINT®



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

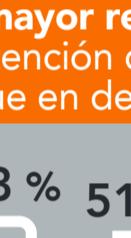
77 % dicen que la comodidad es un factor muy importante al escoger un proveedor del servicio

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.

El 16 % de entre 25 y 34 años es más probable que recurra a aplicaciones móviles

El 29 % de entre 18 y 24 años afirma que su método de comunicación preferido es acudir a la tienda

El 28 % de entre 18 y 34 años afirma preferir hablar por teléfono

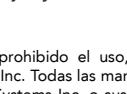
El 34 % de entre 18 y 24 años

El 27 % de 65 años o más

es más susceptible de preferir cuentas en línea y autoservicio en la web para contactar con su proveedor

VERINT®
The Customer Engagement Company™

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

© 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.