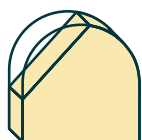


Medios de comunicación y entretenimiento

En 2020, las empresas de medios y entretenimiento se enfrentaron a desafíos sin precedentes. Adaptarse a un mundo cambiado por la COVID-19 ha llevado a modificaciones significativas en la forma de llevar un negocio, así como en la manera en la que los clientes interactúan con las marcas.

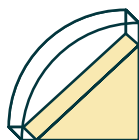


En el tercer Informe anual de tendencias en experiencia del cliente de Zendesk, las empresas de medios de comunicación y entretenimiento afirmaron haber sufrido importantes alteraciones en su forma de trabajar:



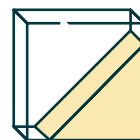
83 %

implementó nuevas
herramientas o procesos



50 %

gestiona equipos
que teletrabajan



34 %

tuvo que despedir
a empleados

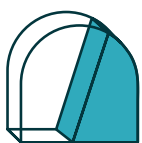
Esos son muchos frentes abiertos. No solo eso, sino que también tienen que enfrentarse a un aumento del 25 % en la interacción con el cliente. Con estos datos, no sorprende que el 77 % de los agentes afirmara sentirse superado.

En la actualidad, satisfacer las expectativas del cliente es difícil. Por eso, nuestro informe de este año revela cinco tendencias que los líderes en experiencia del cliente (CX) están aplicando y que les permiten tener el listón bien alto.

TENDENCIA 01

La experiencia del cliente en el centro

Este año, la experiencia del cliente se desplazó principalmente al entorno digital. Ofrecer una interacción relevante con el cliente continuó siendo importante, a pesar de que las interacciones en persona disminuyeron.



41 %

de las empresas de medios y
entretenimiento afirmó que le daba más
importancia a la experiencia del cliente
este año que el anterior.

En un mundo principalmente digital, eso se traduce en la capacidad de ofrecer la misma experiencia del cliente personalizada a través de todos los canales.

Es más de tres veces más probable que las empresas de medios de comunicación con los clientes más satisfechos hayan invertido en una comunicación omnicanal.

TENDENCIA 02

Un mundo con más conversaciones

Para ofrecer una buena experiencia del cliente, es necesario estar donde están los clientes, y el 64 % de ellos afirma que ha probado nuevos canales en 2020. La mayoría de las empresas de medios se esfuerza por estar a la altura, y dos tercios aseguraron haber investigado nuevas formas de interactuar con los clientes.

En 2021, esto implica estar en los canales de mensajería. De aquellas empresas que añadieron un nuevo canal el pasado año, el 36 % incluyó aplicaciones sociales de mensajería como WhatsApp. Y por una buena razón.

Es 1,8 veces más probable que las empresas de medios con mejores resultados en CX estén comunicándose por mensaje con sus clientes.

TENDENCIA 03

Foco en la agilidad

La capacidad de adaptarse rápidamente siempre ha sido una habilidad empresarial muy útil, pero 2020 hizo que lo fuera aún más.



50 %

de las empresas mejorar su agilidad,

y para ello utiliza agentes combinados, IA y herramientas de gestión del flujo de trabajo.

Es tres veces más probable que las empresas con tiempos de resolución más rápidos estén haciendo uso de herramientas de gestión del flujo de trabajo.

TENDENCIA 05

Un punto de inflexión en el escenario digital

El paso hacia un entorno predominantemente digital se venía venir desde hacía tiempo, pero la necesidad de adaptarse rápidamente este año implica que las empresas de medios han tenido que agilizar el proceso. Sin embargo, en la difícil situación económica en la que nos encontramos, no todas tienen un presupuesto suficiente para invertir en las herramientas necesarias.

Para el 30 %, el presupuesto destinado a la experiencia del cliente en 2020 disminuyó, mientras que tan solo el 27 % pudo incrementarlo.

TENDENCIA 04

La forma de trabajar del futuro está aquí

Al principio, pasar de trabajar en cubículos a hacerlo desde el sofá fue chocante, pero muchas empresas de medios planean seguir haciéndolo. El 77 % ya ha anunciado estrategias formales de teletrabajo. Y, mientras que el 68 % de los agentes considera que dispone de las herramientas necesarias, tan solo la mitad de los responsables de CX cuenta con los medios para evaluar el éxito en el estado actual.

Por suerte, el 55 % aseguró tener acceso a desarrolladores que pueden personalizar sus soluciones de soporte para adaptarse rápidamente a las necesidades cambiantes.

De hecho, es 1,5 veces más probable que las empresas que obtienen mejores resultados se apoyen en desarrolladores.

Pero aún hay esperanza.



43 %

prevé contar con más presupuesto para invertir en tecnología de CX en 2021.

Para tener una visión más amplia del estado de la CX en 2021, [echa un vistazo al informe completo sobre tendencias en experiencia del cliente.](#)