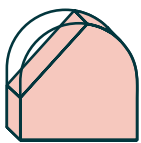


Comercio minorista

Este año, el sector del comercio minorista experimentó una volatilidad sin precedentes, que se evidenció en los rápidos cambios en el comportamiento de compra de los clientes, la forma de trabajar de los empleados y, por último, en la manera de llevar los negocios.

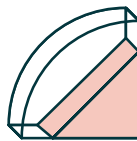


En el tercer Informe anual de tendencias en experiencia del cliente de Zendesk, las empresas del sector minorista afirmaron haber sufrido importantes alteraciones en su forma de trabajar:



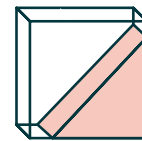
84 %

implementó nuevas herramientas o procesos



44 %

gestiona equipos que teletrabajan



37 %

tuvo que despedir a empleados

Esos son muchos frentes abiertos. No solo eso, sino que también tienen que enfrentarse a un aumento del 38 % en la interacción con el cliente, más que cualquier otro sector encuestado. Con estos datos, no sorprende que el 68 % 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, y las empresas minoristas actuaron para facilitar la recogida sin contacto, agilizar las devoluciones y mucho más. Ofrecer una interacción relevante con el cliente continuó siendo importante, a pesar de que las interacciones en persona disminuyeron.



69 %

de las empresas minoristas 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 2,3 veces más probable que las empresas minoristas 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. Pero no siempre están en el mismo lugar; el 64 % afirma que ha probado nuevos canales en 2020. La mayoría de las empresas minoristas se esfuerza por estar a la altura, y el 74 % aseguró haber investigado nuevas formas de interactuar con los clientes. En líneas generales, los clientes se encuentran en los canales de mensajería.

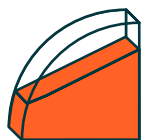
Los minoristas vieron un aumento del 24 % en las solicitudes de atención al cliente recibidas a través de WhatsApp, y el 37 % de las empresas que añadió un nuevo canal se decantó por las aplicaciones sociales de mensajería. Está claro que esta forma de interactuar con los clientes está dando sus frutos.

Es 1,4 veces más probable que las empresas minoristas 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.



65 %

de los minoristas desea mejorar su agilidad,

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

Es 1,8 veces más probable que las empresas minoristas con los mejores resultados de rendimiento de CX 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 este año se ha acelerado. Las empresas minoristas cuya transición estaba siendo lenta han tenido que agilizar el proceso dada la urgencia de actuar. Pero solo algunas tienen los recursos económicos para hacerlo.

Para el 33 % el presupuesto destinado a la experiencia del cliente en 2020 disminuyó, mientras que el 32 % pudo incrementarlo.

TENDENCIA 04

La forma de trabajar del futuro está aquí

Las empresas minoristas se están replanteando cómo pueden ayudar sus equipos de atención al cliente, y el 46 % ya ha anunciado estrategias formales de teletrabajo. Sin embargo, tan solo el 47 % de los agentes considera que dispone de las herramientas necesarias, mientras que el 51 % de los responsables de CX no cuenta con los medios para evaluar el éxito en el estado actual.

Por suerte, el % de los equipos en empresas minoristas tiene ahora acceso a desarrolladores, lo que significa que los equipos pueden personalizar sus soluciones para ayudarles a trabajar mejor.

De hecho, es 1,5 veces más probable que las empresas minoristas que obtienen mejores tiempos de resolución y mejores valoraciones de satisfacción estén utilizando herramientas de desarrolladores.

Parece que 2021 será más prometedor.



50 %

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.](#)