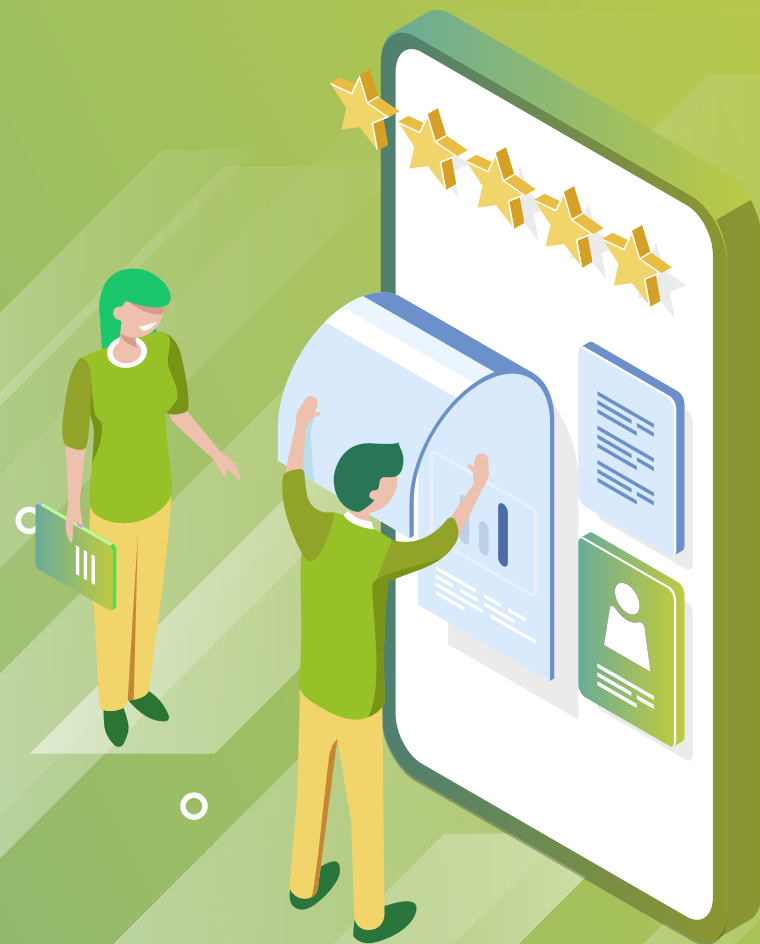




centro de
experiencias
y servicios UAI

INFORME DE RESULTADOS
ESTUDIO DE PRÁCTICAS
DE GESTIÓN DE
EXPERIENCIA DE CLIENTES
NOVIEMBRE 2018



...

METODOLOGÍA

del estudio

...

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Explorar sobre el nivel de desarrollo de la gestión de experiencia de clientes en las empresas del país.

Evaluar la presencia de prácticas clave en la gestión de la experiencia de clientes en las empresas del país.

Identificar las áreas de mayor y menor desarrollo en la gestión de la experiencia de clientes en las empresas del país.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Tipo de estudio: cuantitativo.

Método: encuesta web.

Población objetivo: Profesionales que se desempeñan en cargos relacionados con la gestión de la experiencia de clientes en sus empresas.

Muestra: 91 personas encuestada en total.

Procedimiento:

Diseño y revisión de encuesta web de prácticas de gestión de experiencia de clientes.

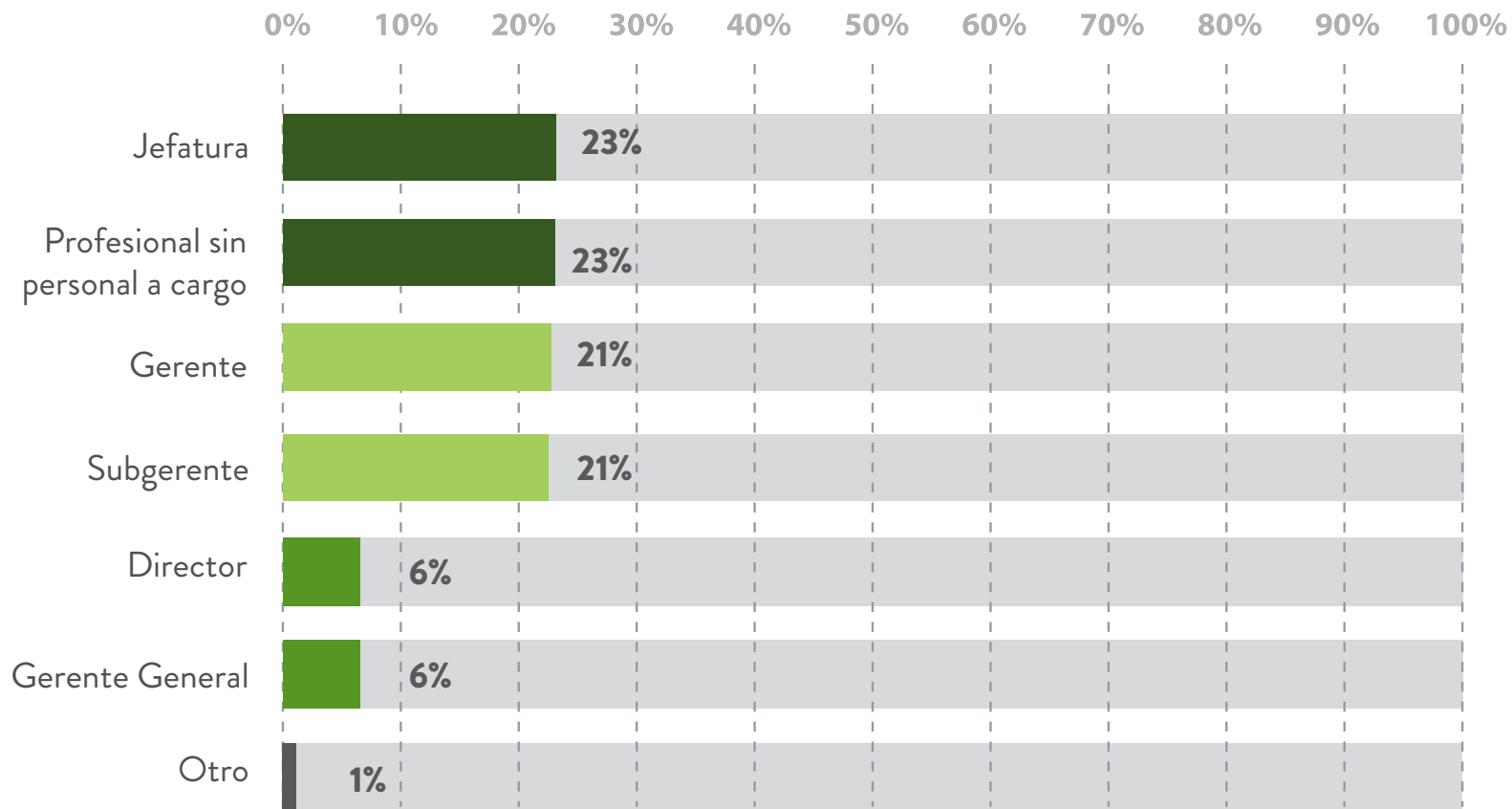
Envío y aplicación de encuesta web por email y redes sociales (del 17/10/18 al 31/10/18).

Control de encuestados que cumplan con los requisitos de la población objetivo del estudio.

Análisis estadístico de datos y elaboración de informe.

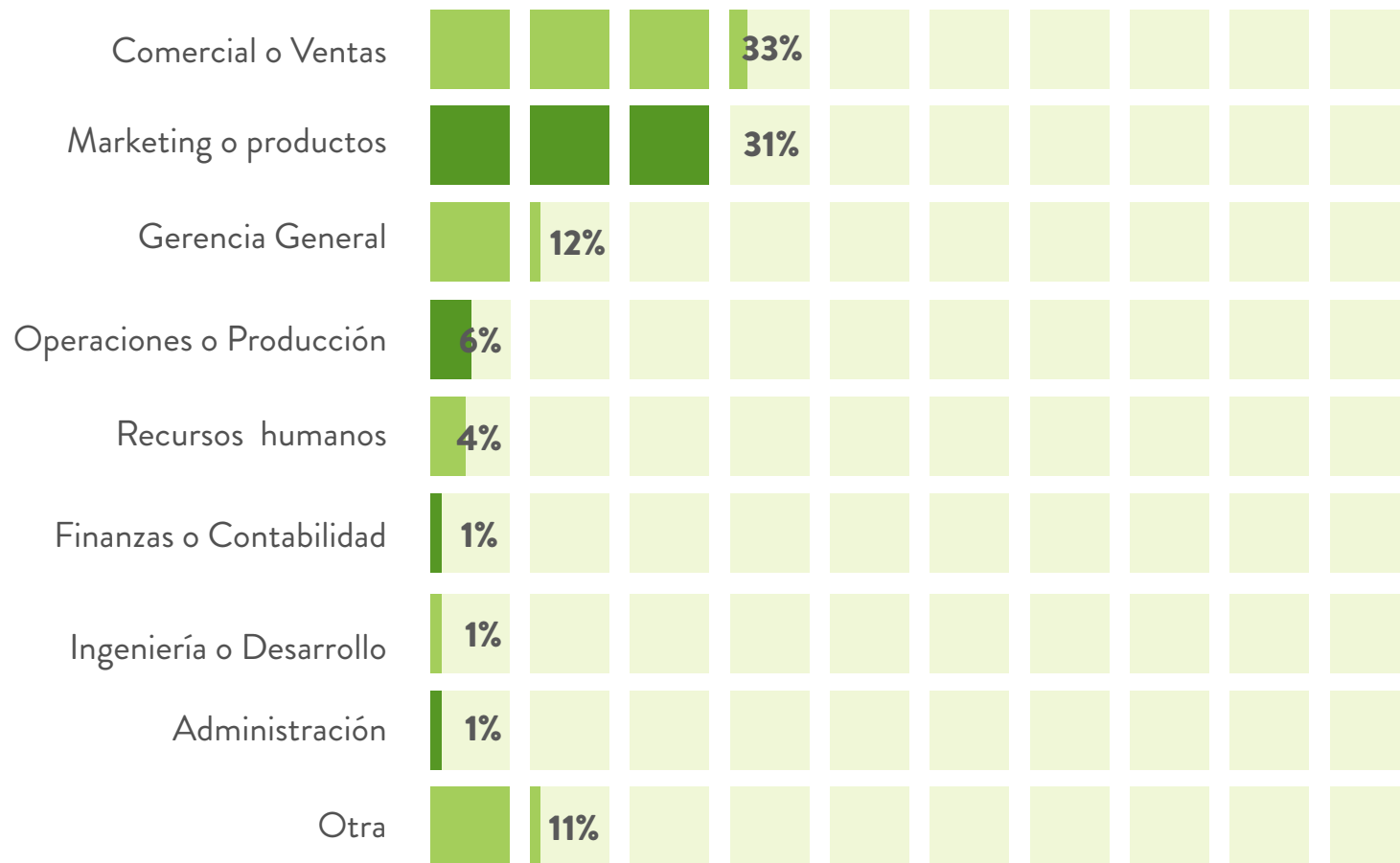
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿En cuáles de los siguientes niveles de cargo te desempeñas en tu empresa?



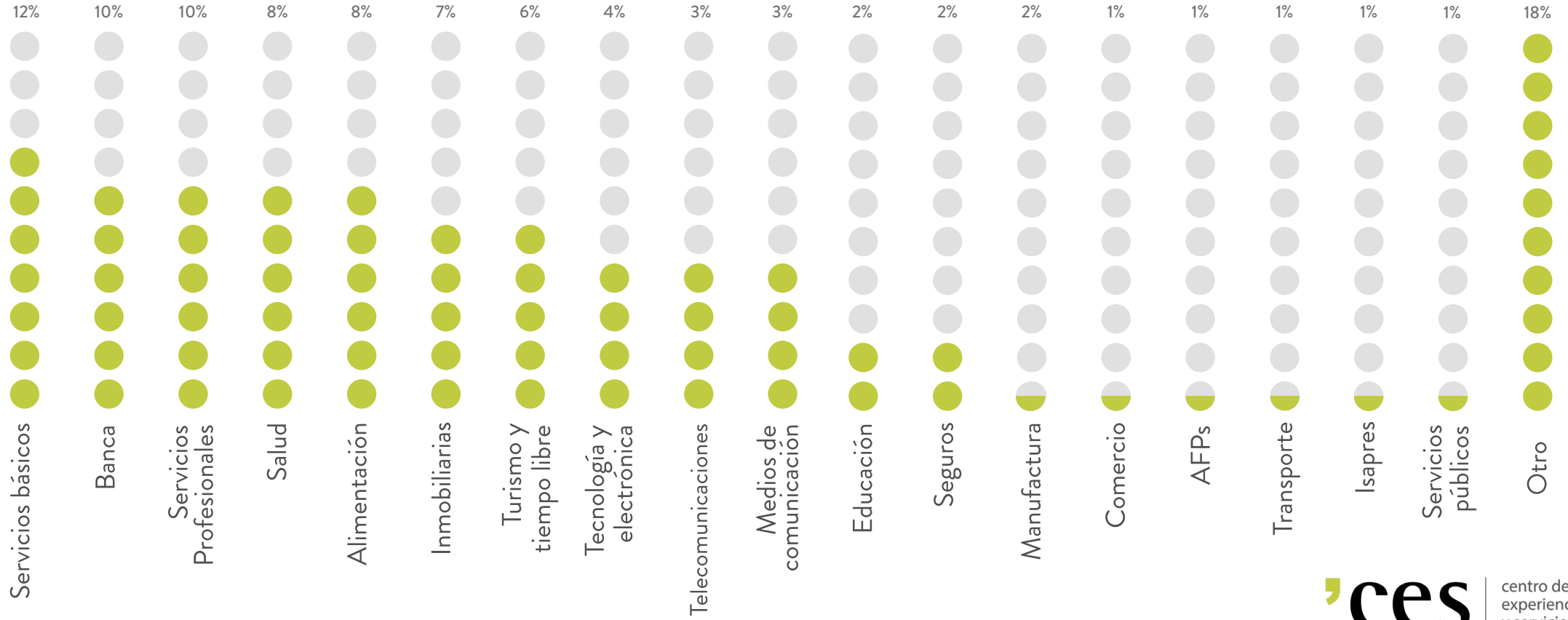
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿A cuál de los siguientes sectores pertenece tu empresa?



DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿A cuál de los siguientes sectores pertenece tu empresa?



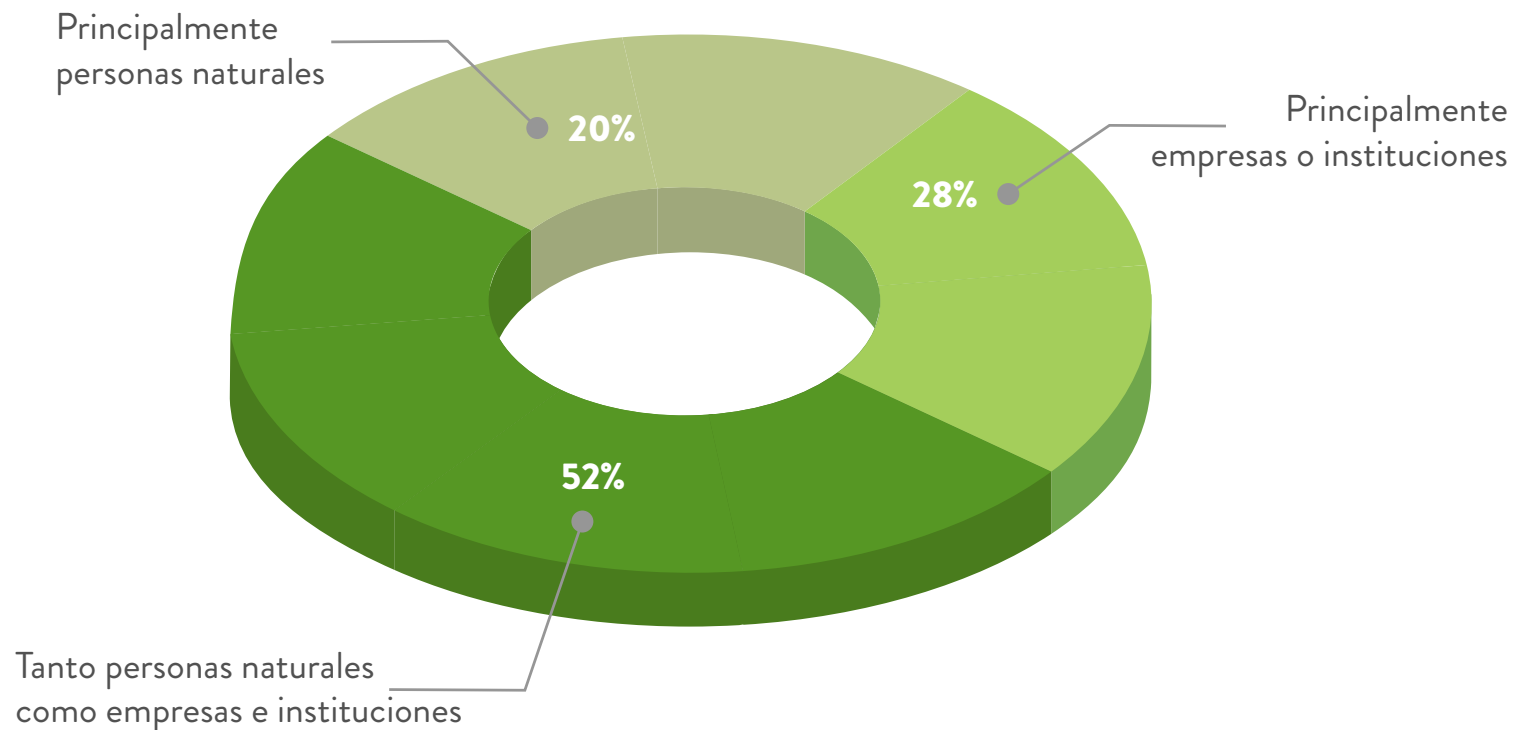
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿Cuántas personas aproximadamente trabajan en total en tu empresa?



DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿Qué tipo de clientes tiene tu empresa?



.....

INTERACCIÓN

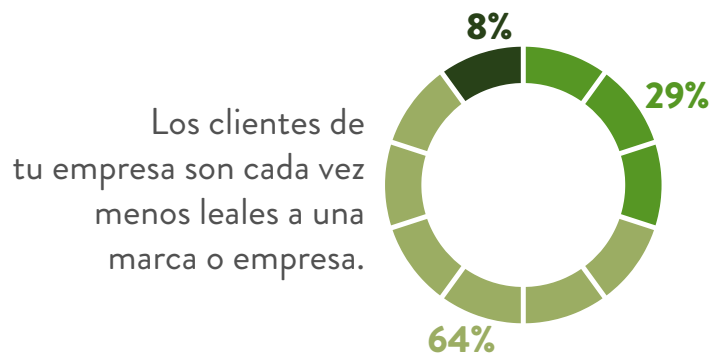
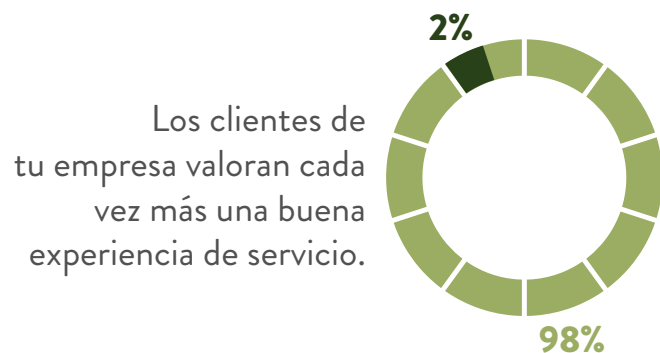
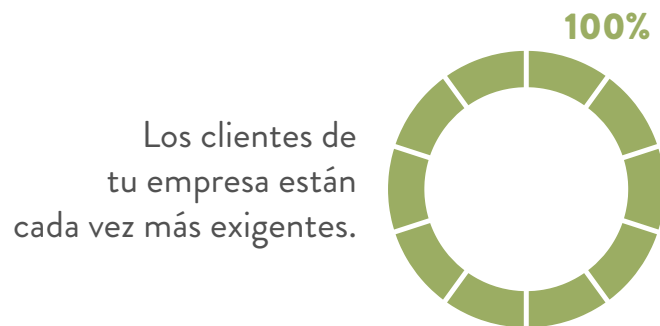
con los clientes

.....

Visión sobre los clientes de la empresa

¿Cuál es tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones?
Escala de 1 a 5, donde 1 es "Muy en desacuerdo"
y 5 "Muy de acuerdo"

Base: Total encuestas, 91 casos



- Poco o nada de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Muy y bastante de acuerdo

Visión sobre los clientes de la empresa

% Muy o Bastante de acuerdo

¿Cuál es tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones?
Escala de 1 a 5, donde 1 es “Muy en desacuerdo”
y 5 “Muy de acuerdo”

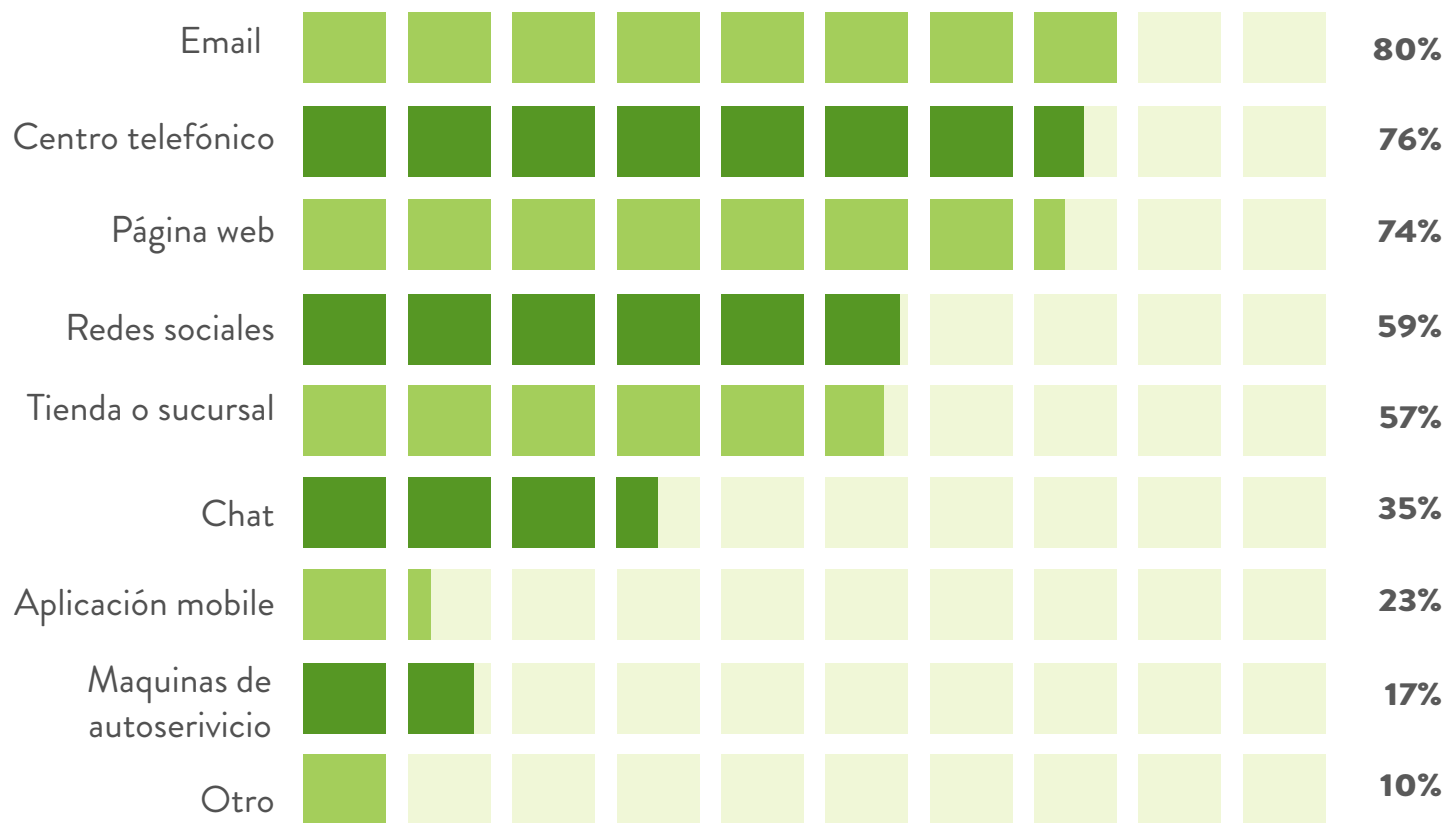
Base: Total encuestas correspondientes a cada año



● 2018 ● 2017

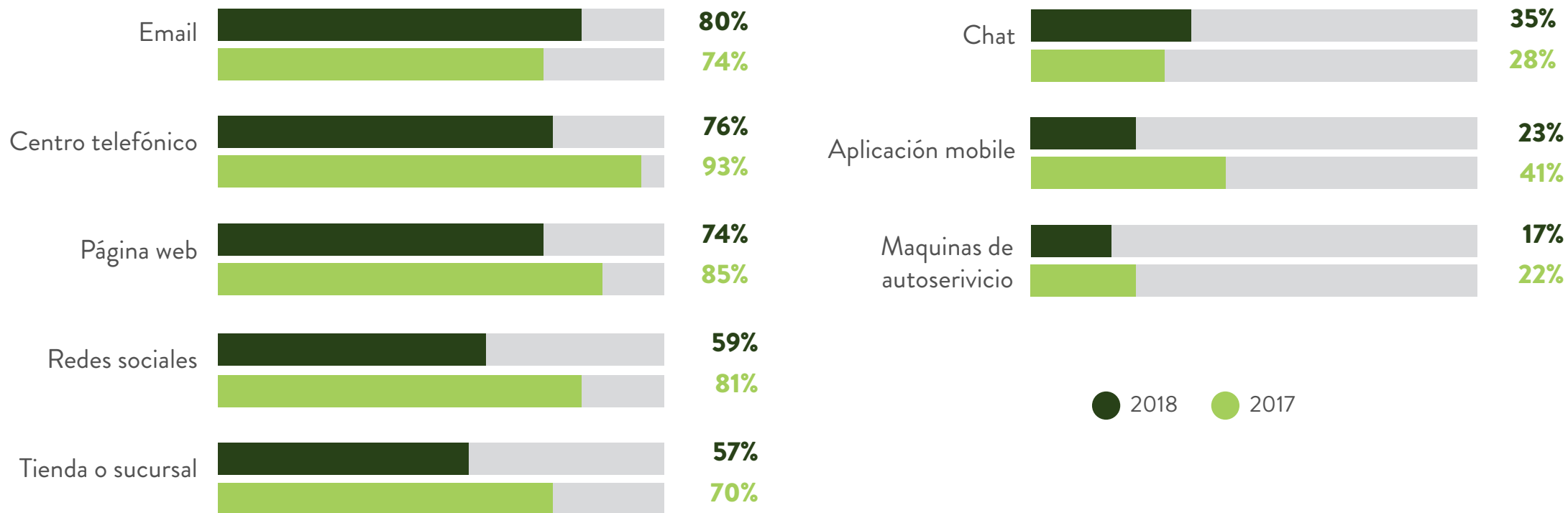
Principales canales de atención de los clientes de la empresa

¿Cuáles de los siguientes canales de atención los clientes utilizan para contactarse con tu empresa?
Respuesta múltiple
Base: Total encuestas, 91 casos



Principales canales de atención de los clientes de la empresa

¿Cuáles de los siguientes canales de atención los clientes utilizan para contactarse con tu empresa?
 Respuesta múltiple
 Base: Total encuestas correspondiente a cada año



.....

INDICADORES PARA

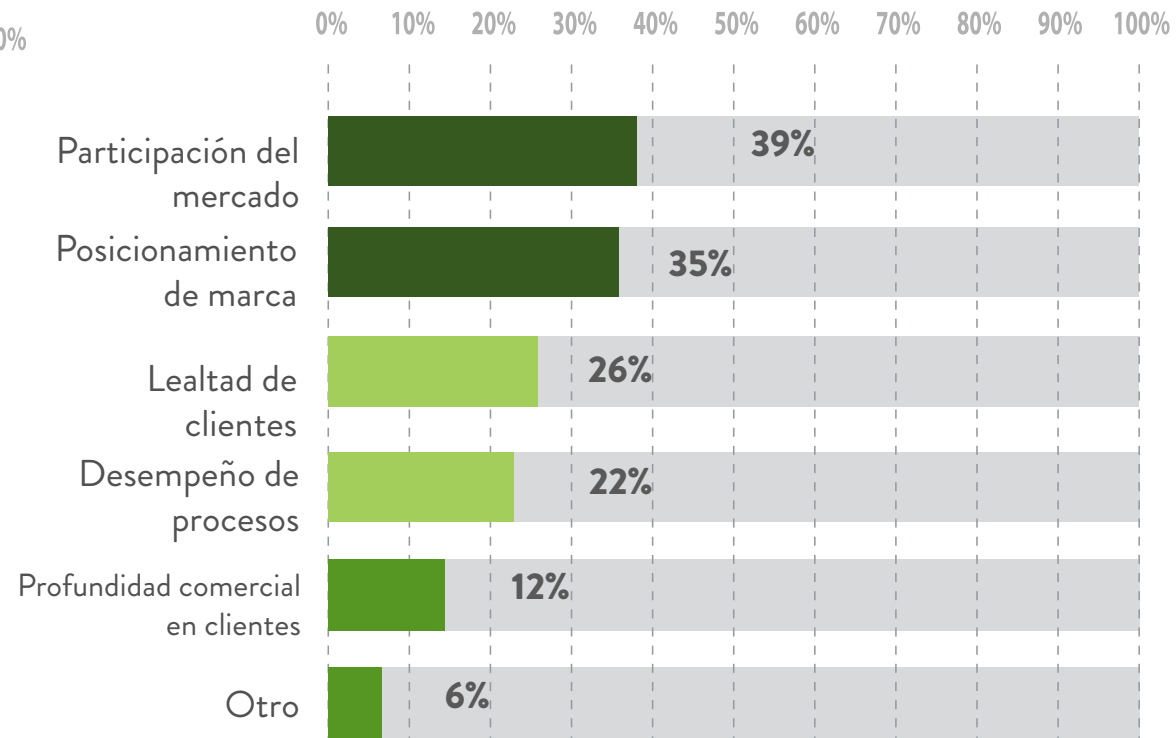
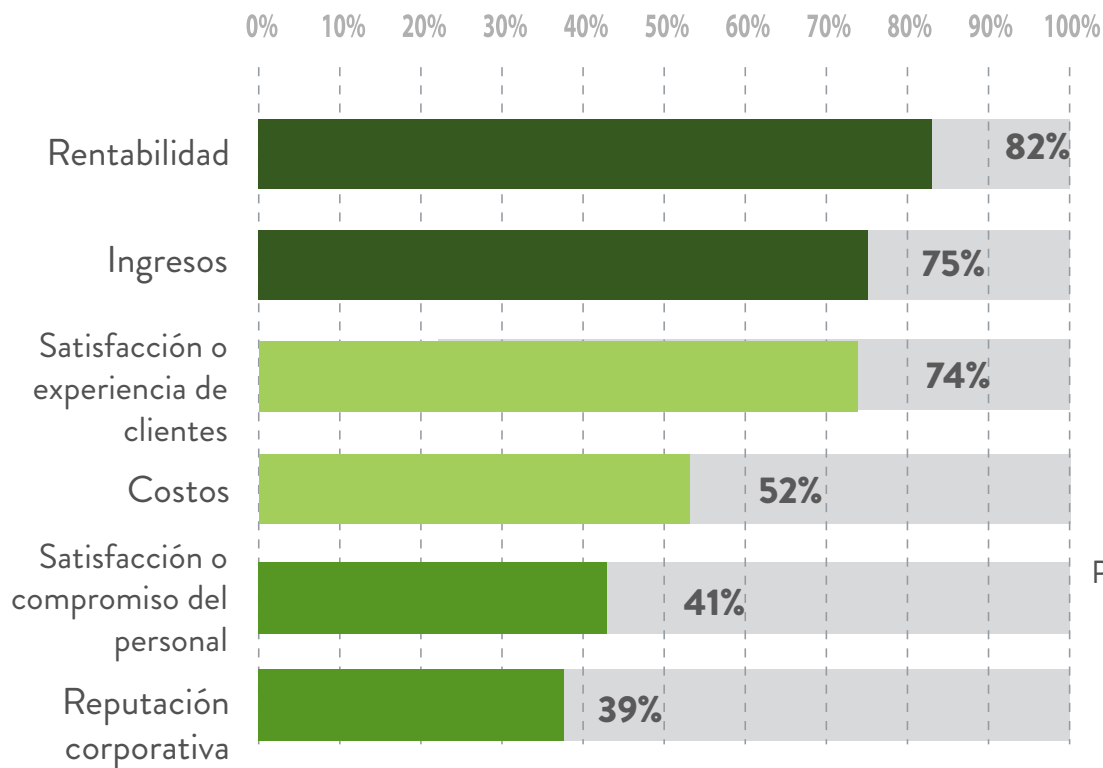
evaluar a la empresa

.....

Indicadores utilizados para evaluar el éxito de la empresa

¿Cuáles de los siguientes indicadores utiliza tu empresa para evaluar sus resultados y nivel de éxito en general?

Respuesta múltiple
Base: Total encuestas, 91 casos

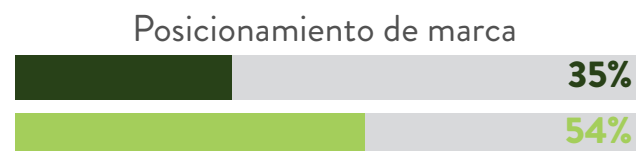
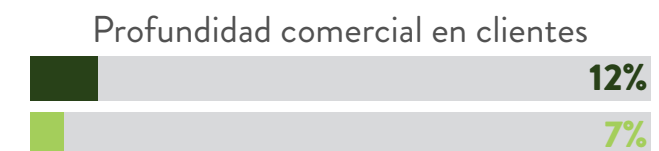
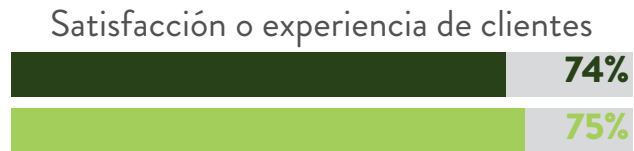
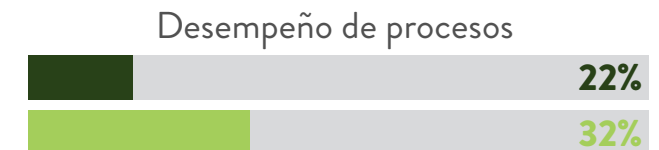
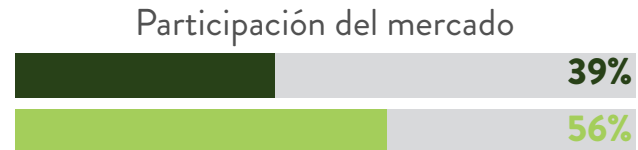
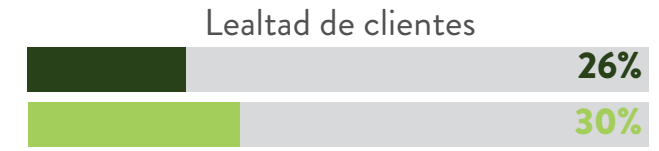
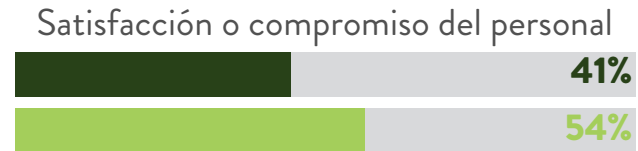
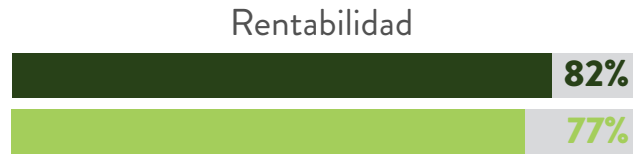


Indicadores utilizados para evaluar el éxito de la empresa

¿Cuáles de los siguientes indicadores utiliza tu empresa para evaluar sus resultados y nivel de éxito en general?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



● 2018 ● 2017

.....

RELEVANCIA DE LA

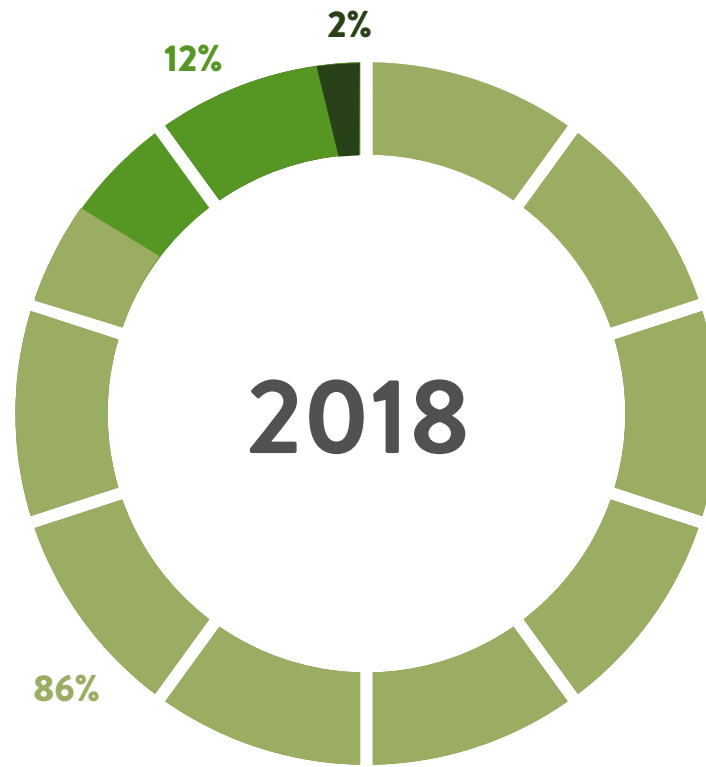
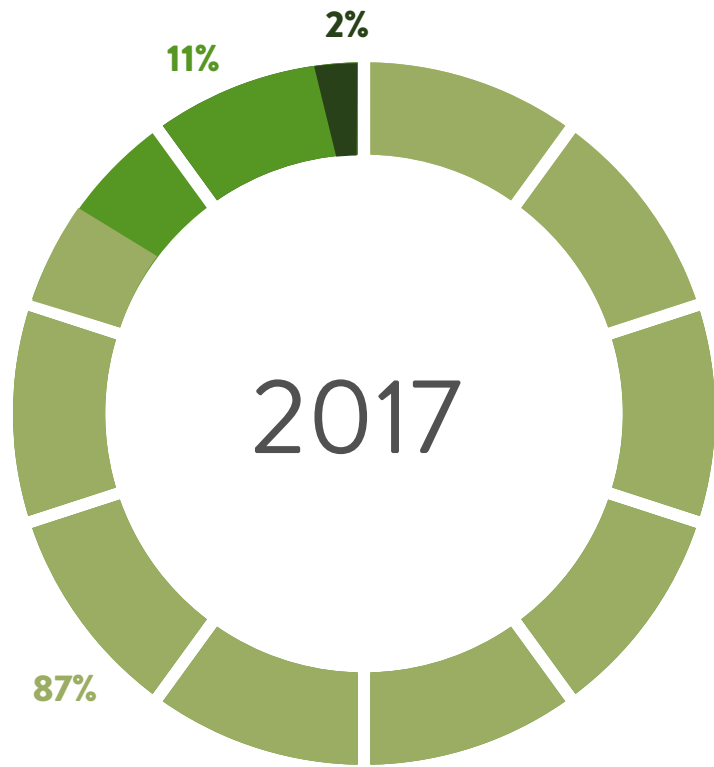
gestión de experiencia

.....

¿Cuán importante consideras que es la experiencia de los clientes para tu empresa?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada importante” y 5 “Muy importante”

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



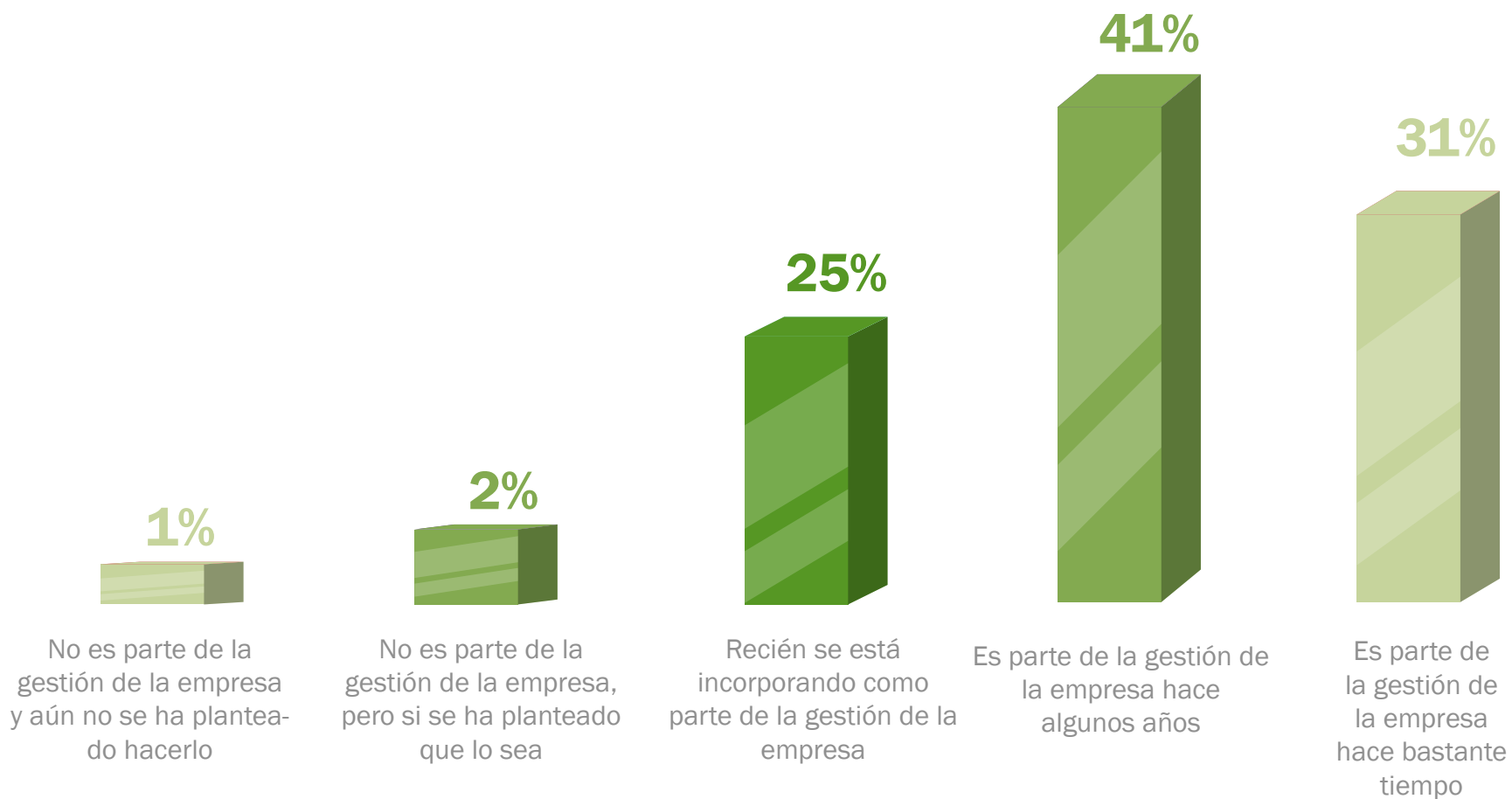
● Nada o poco importante ● Algo importantes ● Bastante o muy importante

**Importancia
de la
experiencia
de clientes en
la empresa**

¿En qué grado la experiencia de los clientes es parte de la gestión que se realiza en tu empresa?

Respuesta única

Base: Total encuestas, 91 casos



Nivel de desarrollo de la gestión de experiencia de clientes en la empresa

Nivel de desarrollo de la gestión de experiencia de clientes en la empresa

¿En qué grado la experiencia de los clientes es parte de la gestión que se realiza en tu empresa? Respuesta única

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

Es parte de la gestión de la empresa hace bastante tiempo



No es parte de la gestión de la empresa, pero se ha planteado que lo sea



Es parte de la gestión de la empresa hace algunos años



No es parte de la gestión de la empresa y aún no se ha planteado hacerlo

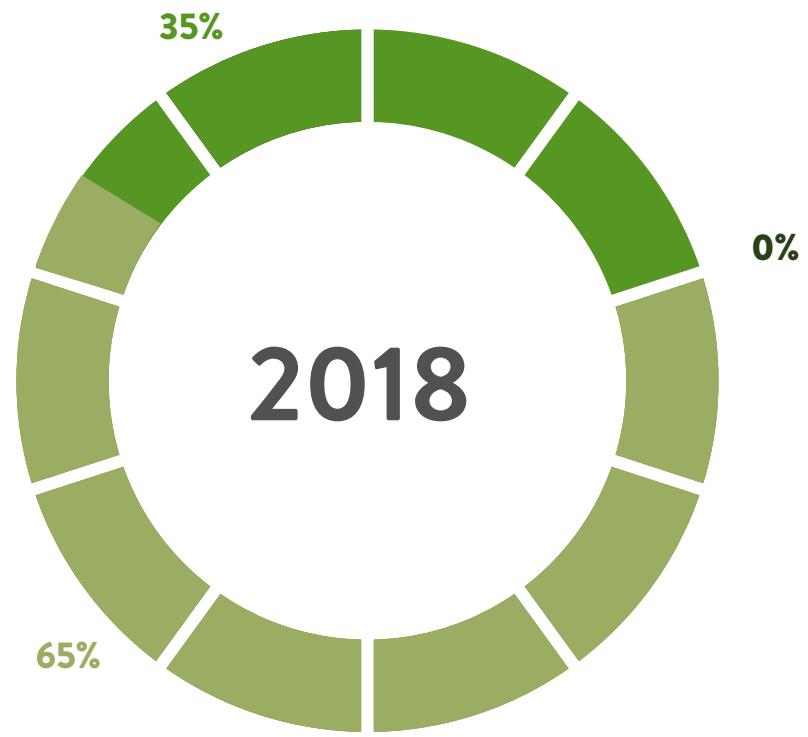
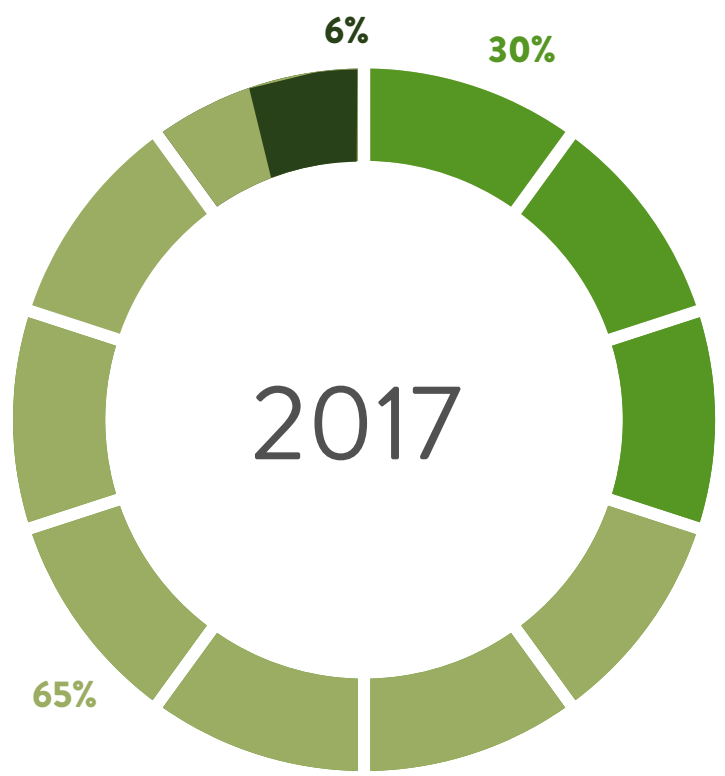


Recién se esta incorporando como parte de la gestión de la empresa



● 2018 ● 2017

¿Cómo calificarías la experiencia que actualmente logra entregar tu empresa a sus clientes?
Escala de 1 a 5, donde 1 es “Pésima” y 5 “Excelente”
Base: Total encuestas correspondiente a cada año



● Pésima o deficiente ● Regular ● Buena o excelente

Evaluación de la experiencia de clientes que entrega la empresa

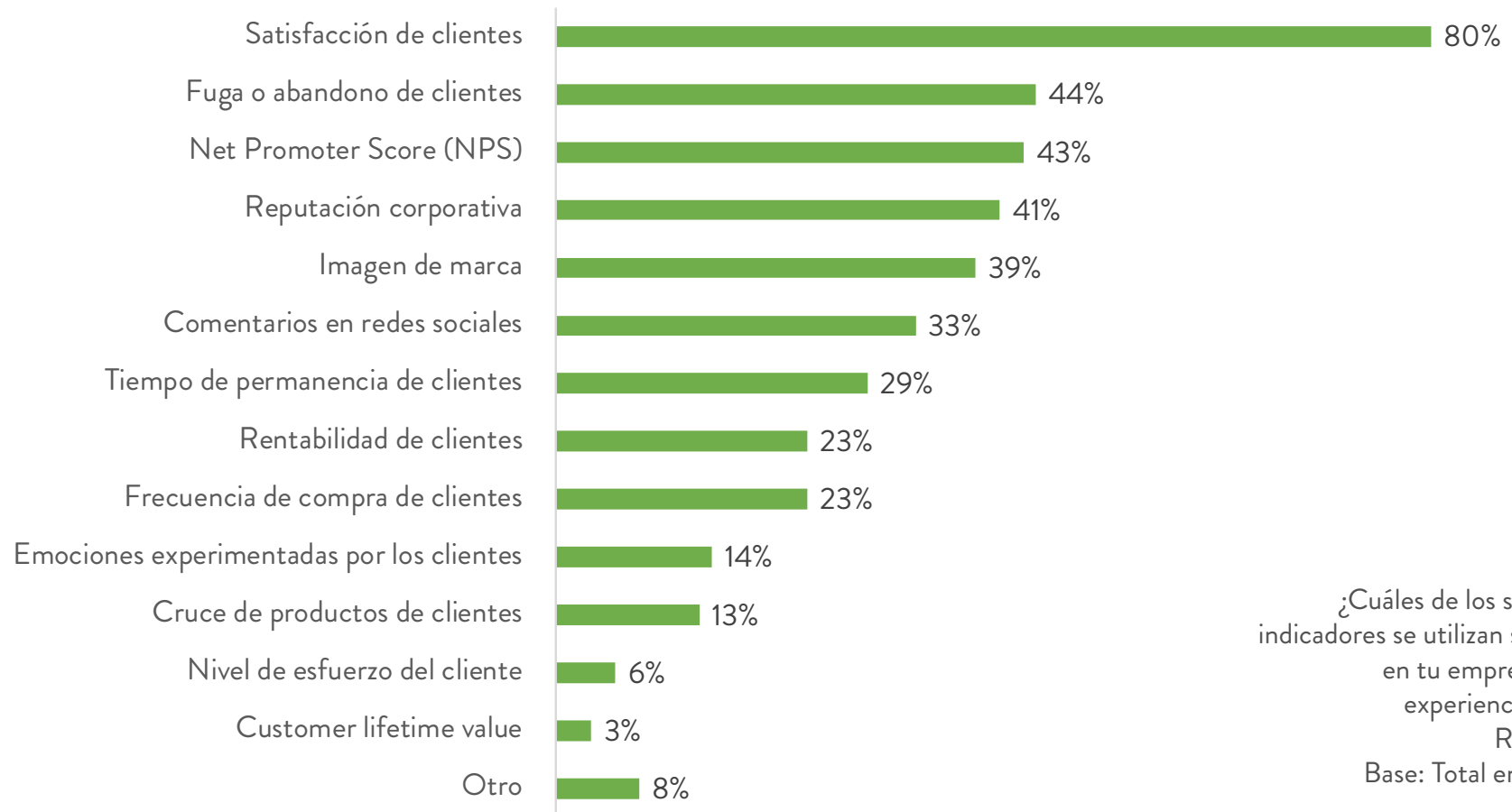
.....

ENFOQUE EN LA

gestión de experiencia

.....

Indicadores utilizados para evaluar la experiencia de clientes



¿Cuáles de los siguientes tipos de indicadores se utilizan sistemáticamente en tu empresa para evaluar la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

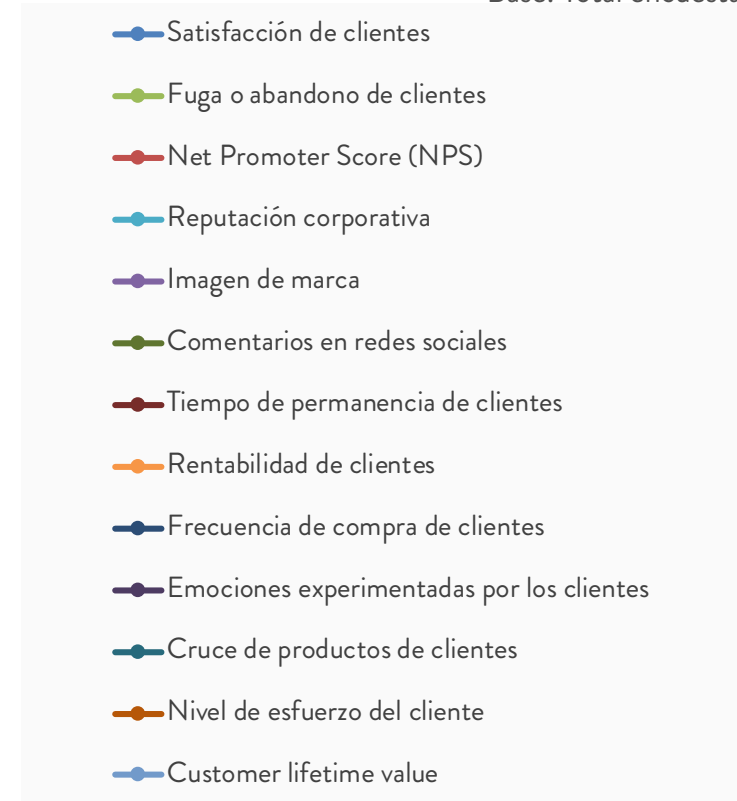
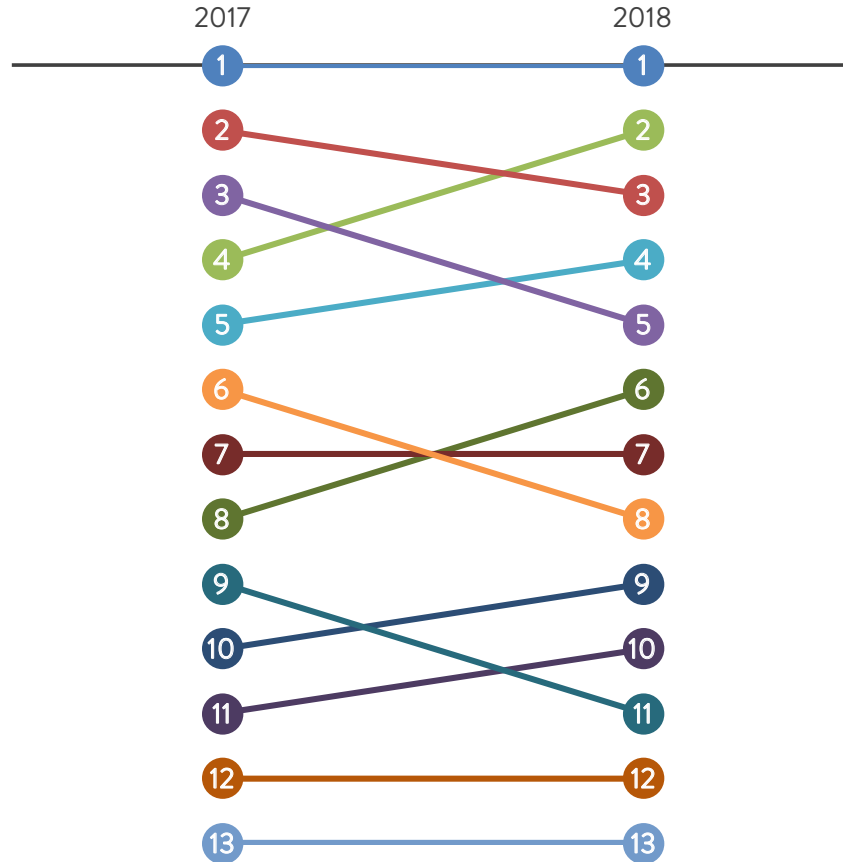
Base: Total encuestas, 91 casos

Indicadores utilizados para evaluar la experiencia de clientes

¿Cuáles de los siguientes tipos de indicadores se utilizan sistemáticamente en tu empresa para evaluar la experiencia de los clientes?

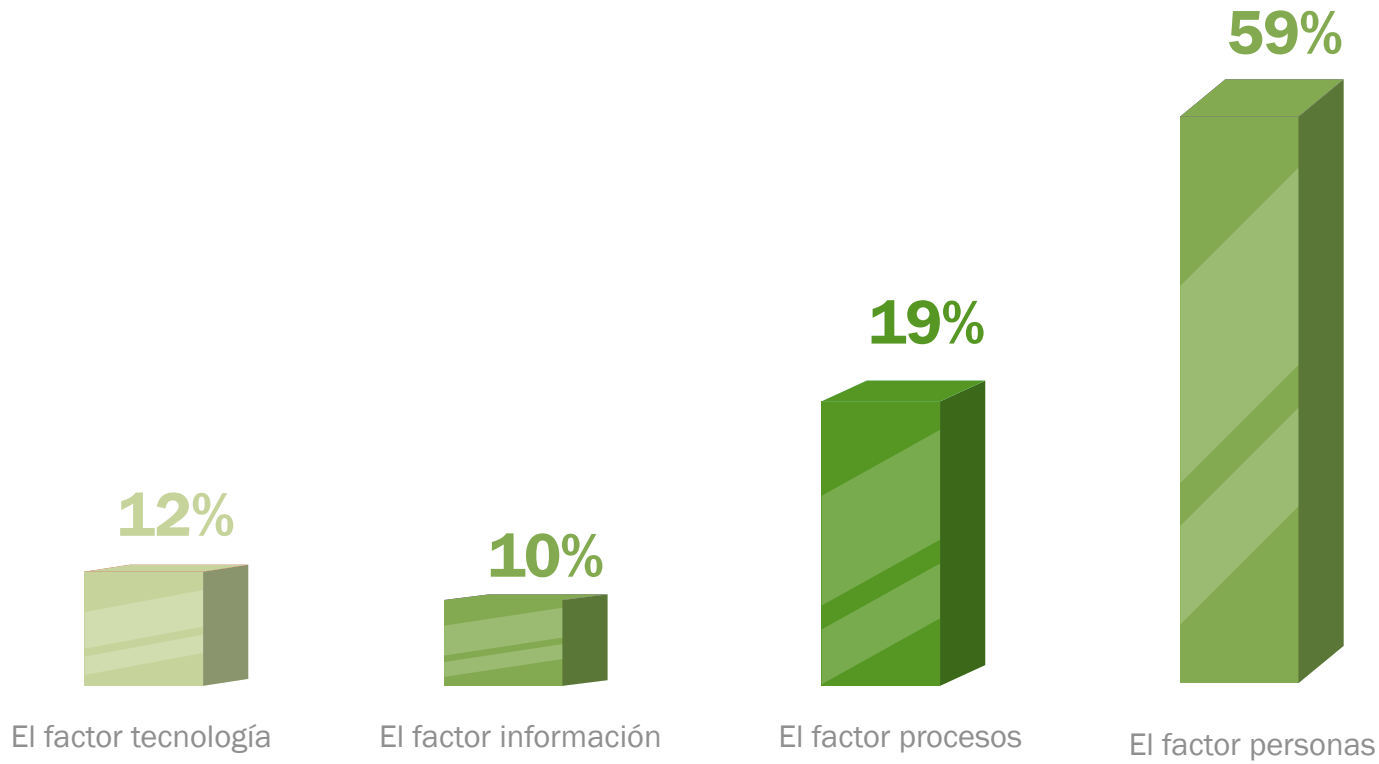
Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



Factores de gestión clave para mejorar la experiencia de los clientes

¿Cuáles de los siguientes ámbitos de gestión interna consideras es el más importante para lograr una mejor experiencia de clientes?
Respuesta única
Base: Total encuestas, 91 casos

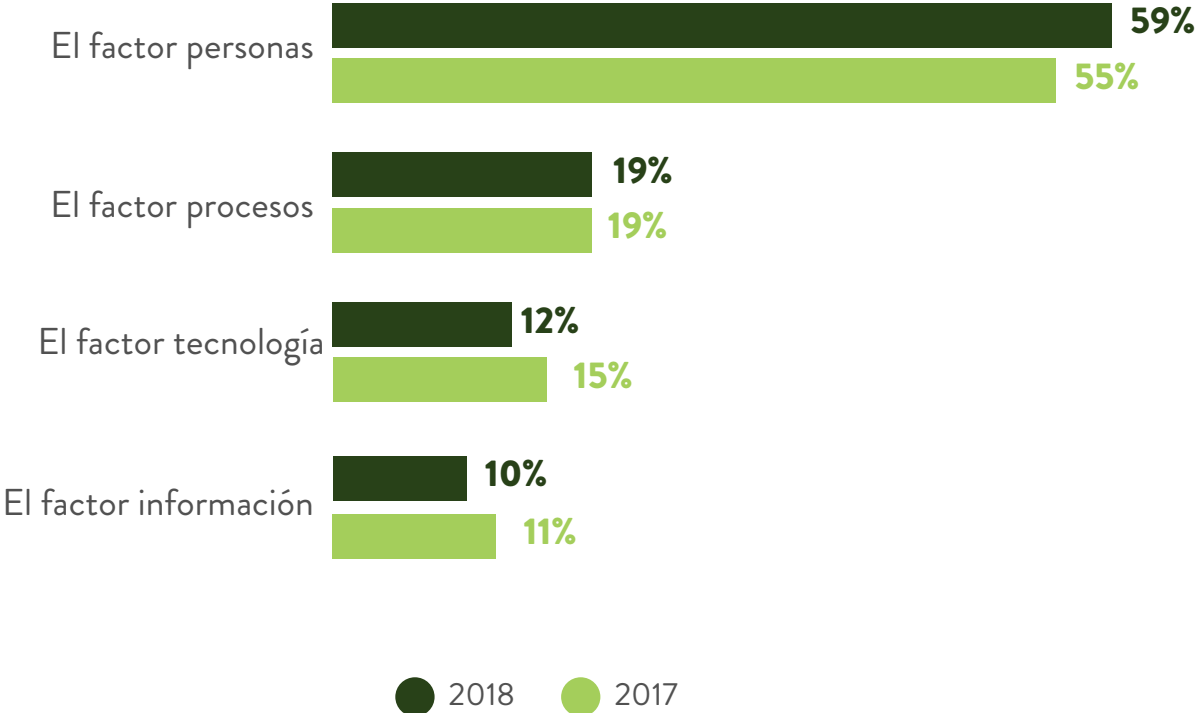


Factores de gestión clave para mejorar la experiencia de los clientes

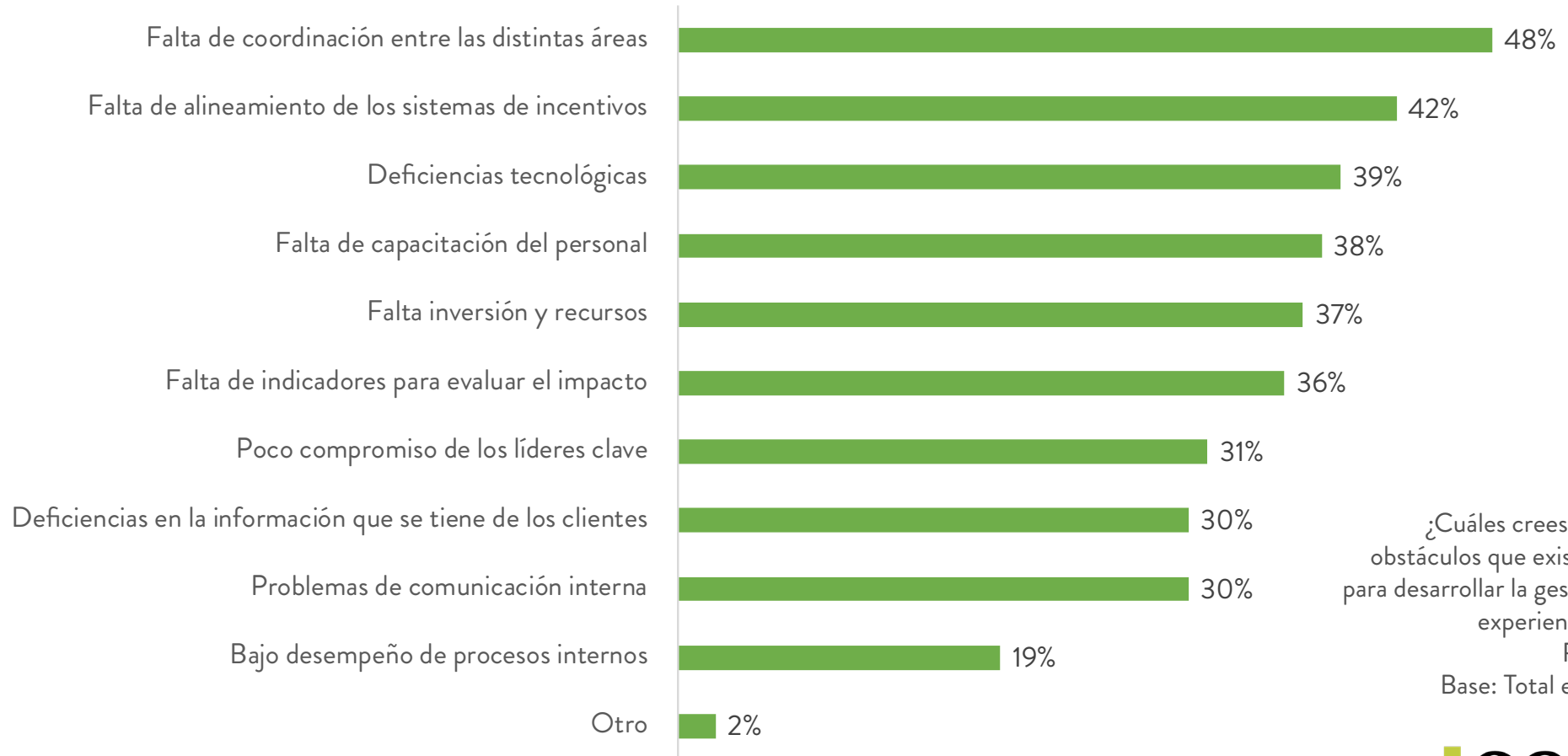
¿Cuáles de los siguientes ámbitos de gestión interna consideras es el más importante para lograr una mejor experiencia de clientes?

Respuesta única

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



Principales obstáculos para el desarrollo de experiencia de clientes



¿Cuáles crees son los principales obstáculos que existen en tu empresa para desarrollar la gestión y mejora de la experiencia de los clientes?
Respuesta múltiple
Base: Total encuestas, 91 casos

Principales obstáculos para el desarrollo de experiencia de clientes

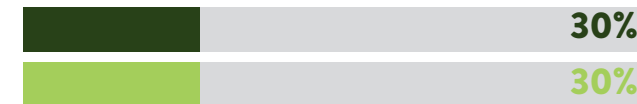
Falta de una cultura más orientada al cliente



Falta de capacitación del personal



Problemas de comunicación interna



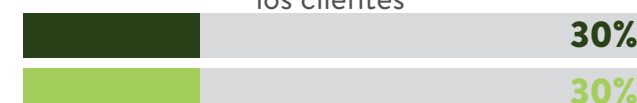
Falta de coordinación entre las distintas áreas



Falta de inversión y recursos



Deficiencias en la información que se tiene de los clientes



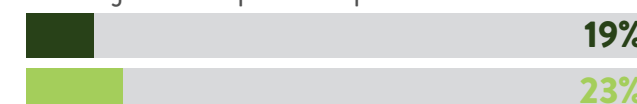
Falta de alineamiento de los sistemas de incentivos



Falta de indicadores para evaluar el impacto



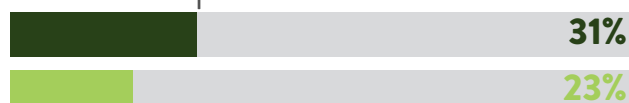
Bajo desempeño de procesos internos



Deficiencias tecnológicas



Poco compromiso de los líderes clave



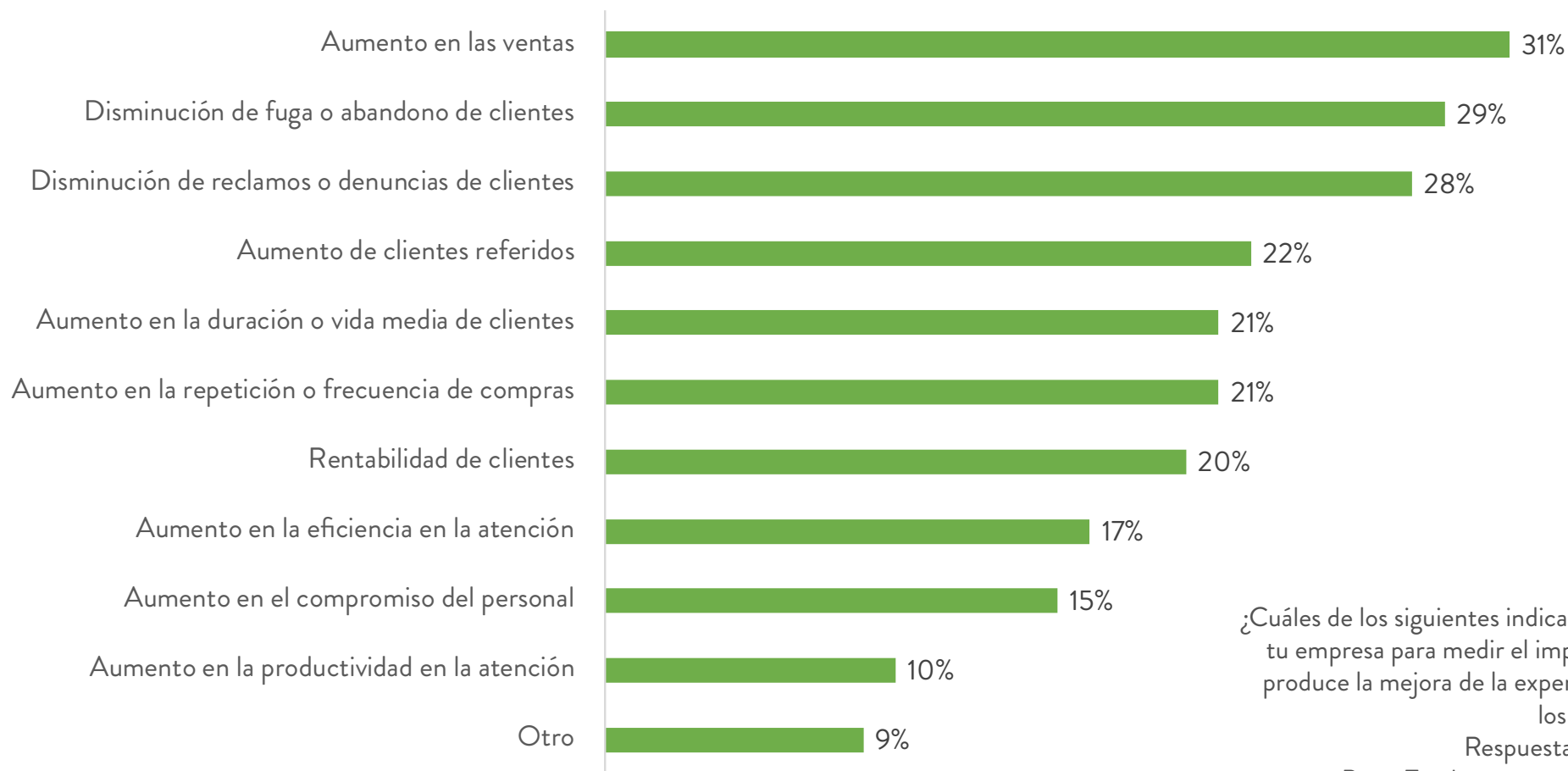
¿Cuáles crees son los principales obstáculos que existen en tu empresa para desarrollar la gestión y mejora de la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

● 2018 ● 2017

Evaluación de impacto de la experiencia de cliente

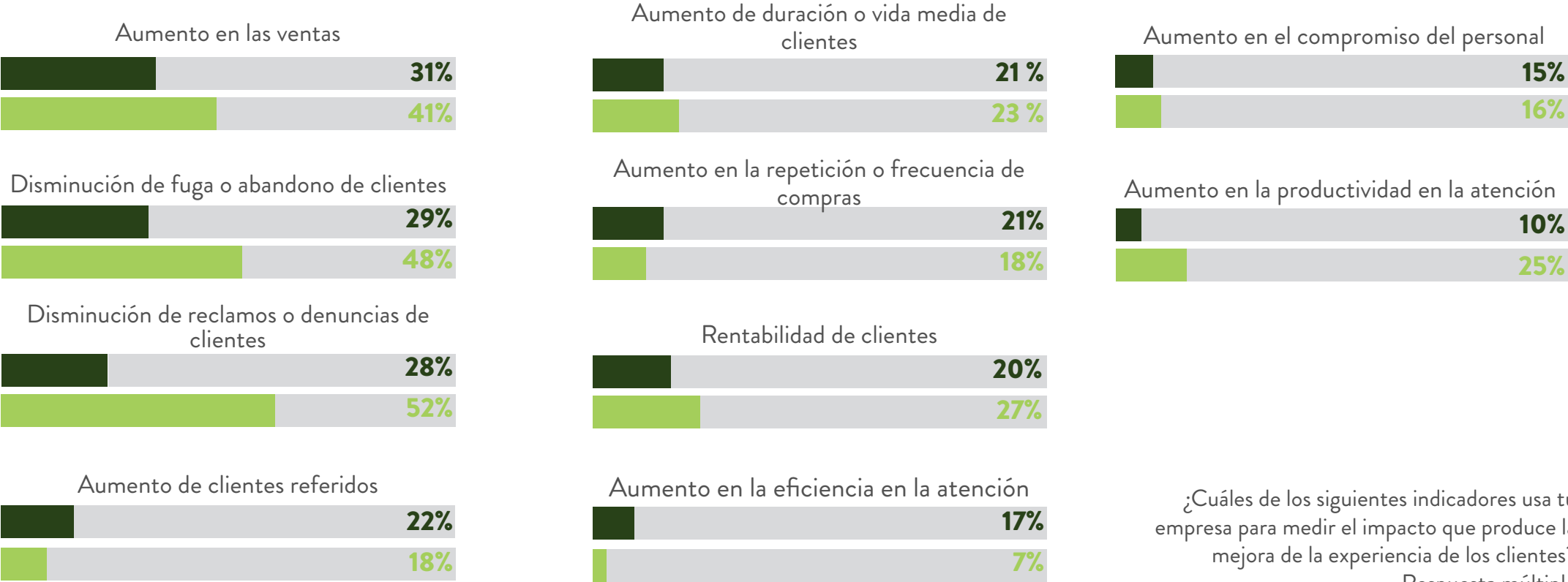


¿Cuáles de los siguientes indicadores usa tu empresa para medir el impacto que produce la mejora de la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 91 casos

Evaluación de impacto de la experiencia de cliente



¿Cuáles de los siguientes indicadores usa tu empresa para medir el impacto que produce la mejora de la experiencia de los clientes?
 Respuesta múltiple
 Base: Total encuestas correspondiente a cada año

● 2018 ● 2017

.....

LOGRO DEL

compromiso estratégico

.....

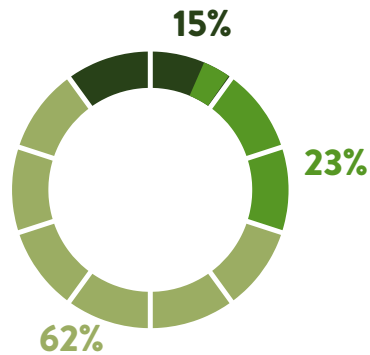
¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para lograr el compromiso estratégico con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

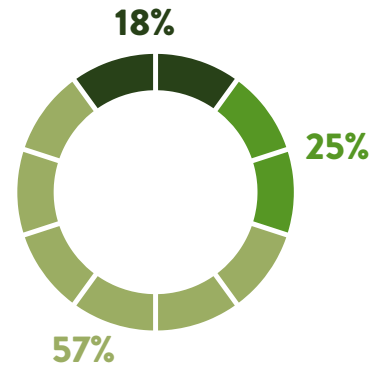
Base: Total encuestas, 91 casos

Prácticas para el compromiso estratégico con la experiencia de clientes

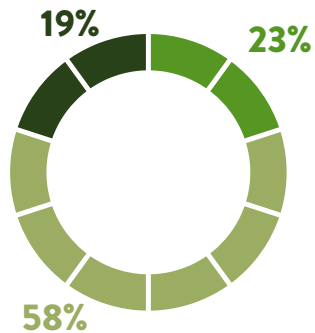
La experiencia de clientes está integrada en las definiciones y planes estratégicos de la empresa



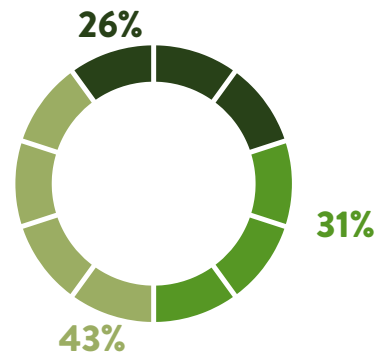
Se desarrollan iniciativas para lograr el compromiso gerencial



Existen áreas dedicadas a gestionar y mejorar la experiencia de los clientes



Existen recursos y un presupuesto asignado para mejorar la experiencia de clientes



- Poco o nada
- Algo
- Muy y bastante

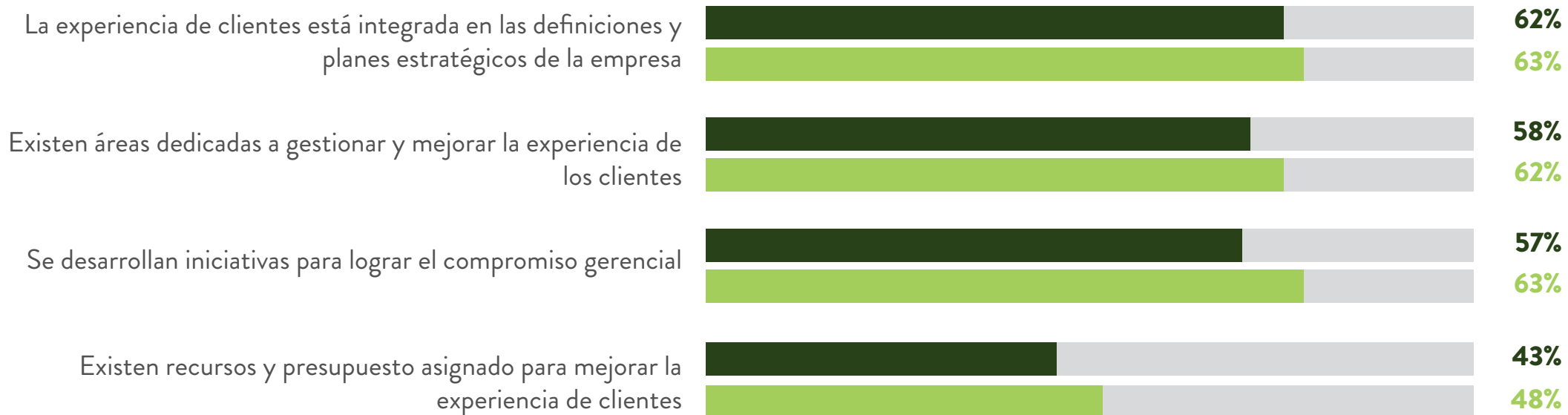
¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para lograr el compromiso estratégico con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

Prácticas para el compromiso estratégico con la experiencia de clientes

%Bastante o Mucho



● 2018 ● 2017

.....

INTEGRACIÓN DE LA *perspectiva de clientes*

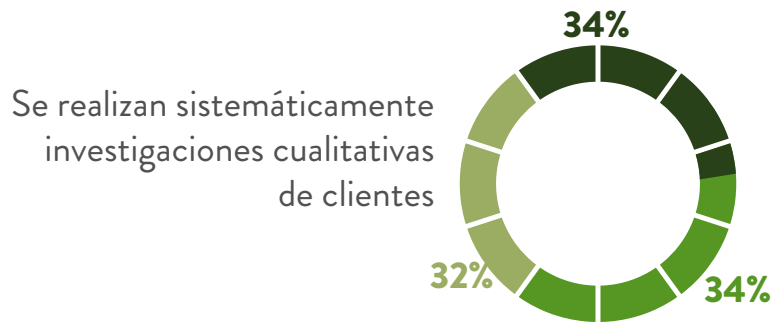
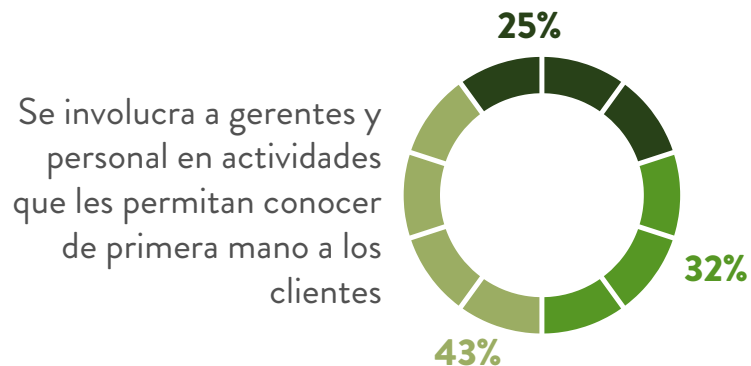
.....

Prácticas para incorporar la voz de los clientes en la gestión de la empresa

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para incorporar la voz de los clientes a la gestión de la empresa?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas, 91 casos



- Poco o nada
- Algo
- Muy y bastante

Prácticas para incorporar la voz de los clientes en la gestión de la empresa

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para incorporar la voz de los clientes a la gestión de la empresa?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



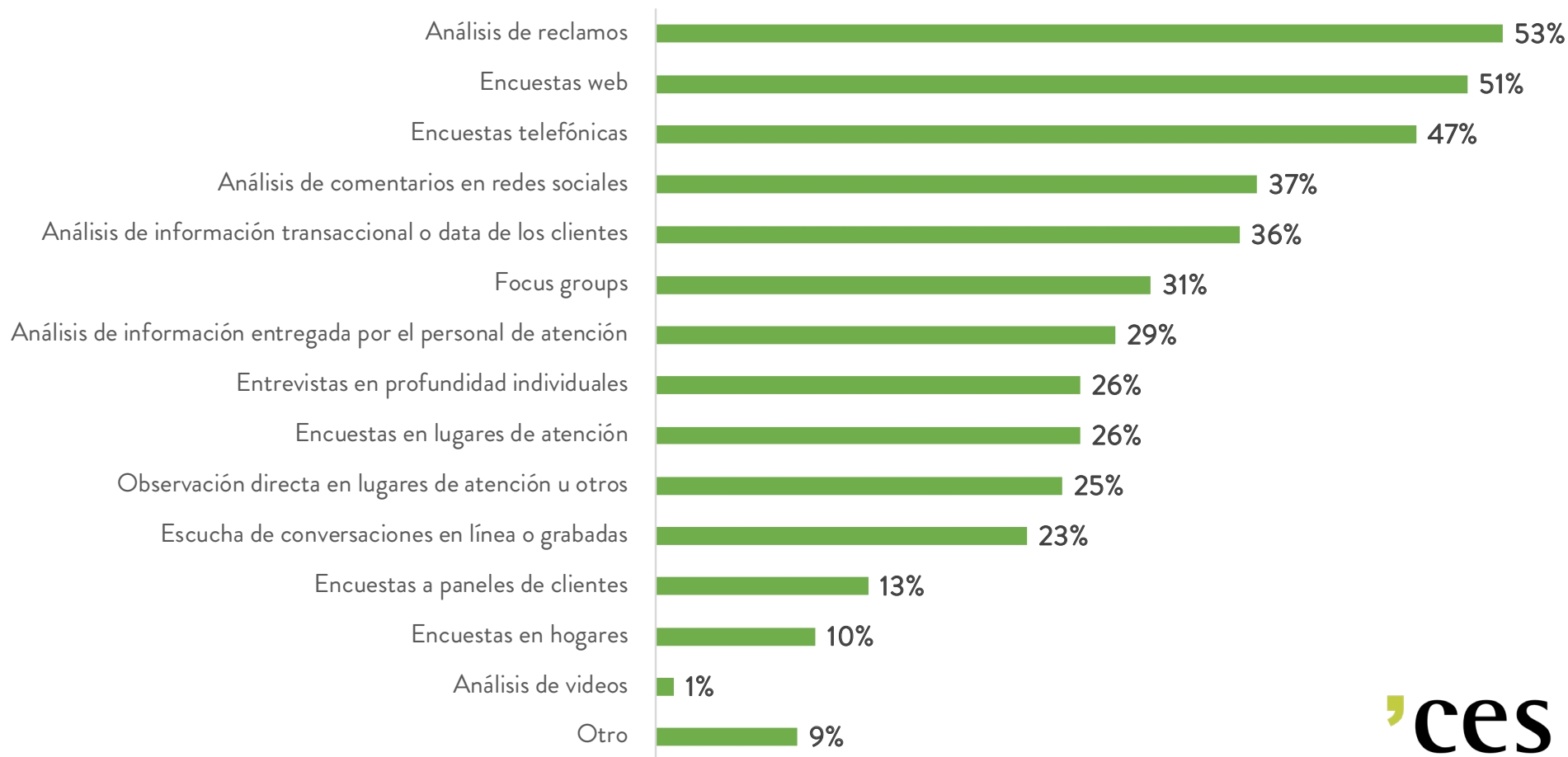
● 2018 ● 2017

Mecanismos para comprender y obtener retroalimentación de los clientes

¿A través de cuáles de los siguientes mecanismos tu empresa obtiene sistemáticamente comprensión y retroalimentación de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 91 casos



Mecanismos para comprender y obtener retroalimentación de los clientes

¿A través de cuáles de los siguientes mecanismos tu empresa obtiene sistemáticamente comprensión y retroalimentación de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



Tipos de información de clientes que se obtiene en la empresa

¿Cuál de los siguientes tipos de información de los clientes se obtiene sistemáticamente en tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 91 casos



Tipos de información de clientes que se obtiene en la empresa

¿Cuál de los siguientes tipos de información de los clientes se obtiene sistemáticamente en tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



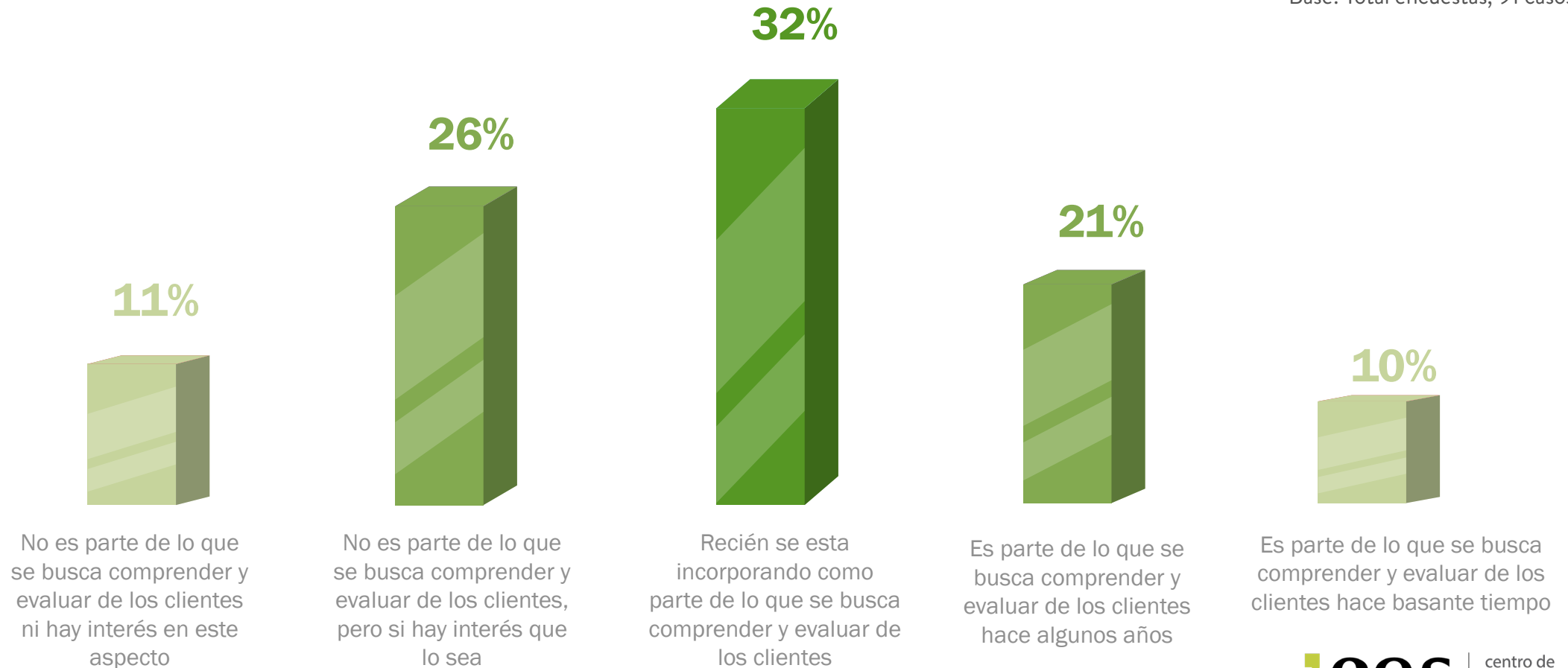
● 2018 ● 2017

Importancia de comprender y evaluar las emociones de los clientes

¿En qué grado se consideran las emociones de los clientes como un aspecto importante de comprender y evaluar en tu empresa?

Respuesta única

Base: Total encuestas, 91 casos

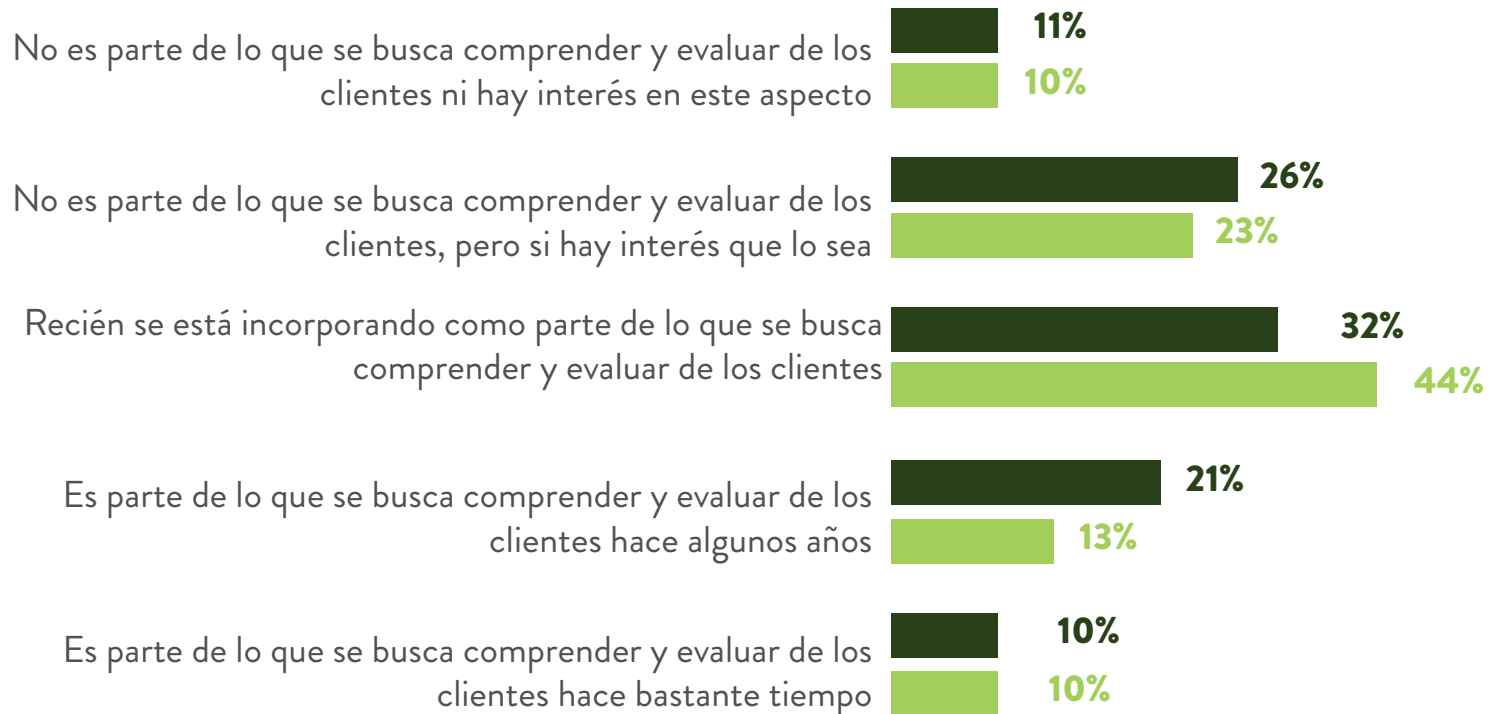


Importancia de comprender y evaluar las emociones de los clientes

¿En qué grado se consideran las emociones de los clientes como un aspecto importante de comprender y evaluar en tu empresa?

Respuesta única

Base: Total encuestas correspondiente a cada año



● 2018 ● 2017

.....

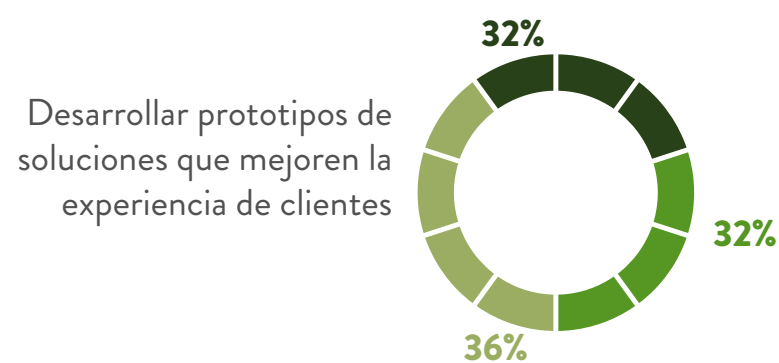
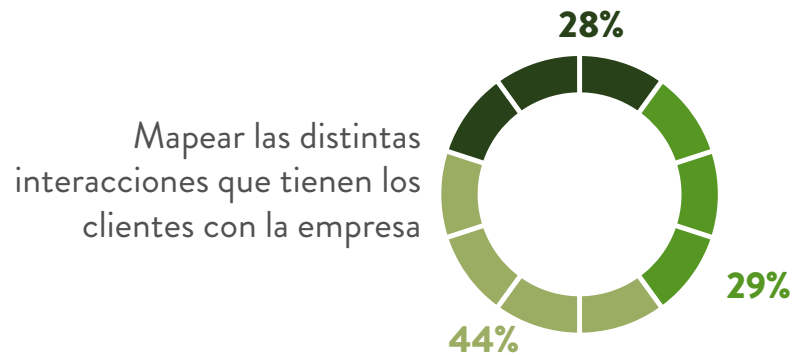
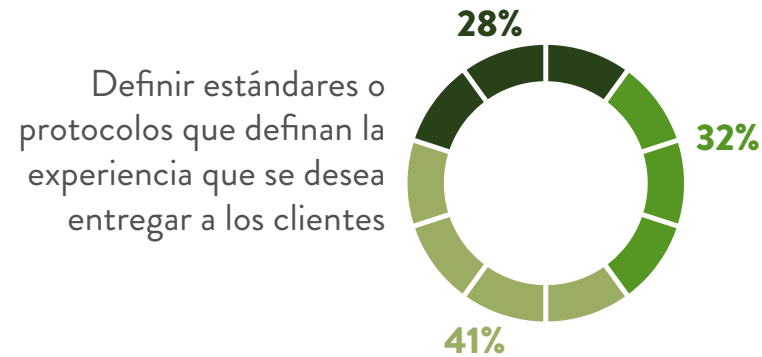
DISEÑO DE LA

experiencia de clientes

.....

Prácticas de diseño de la experiencia de los clientes

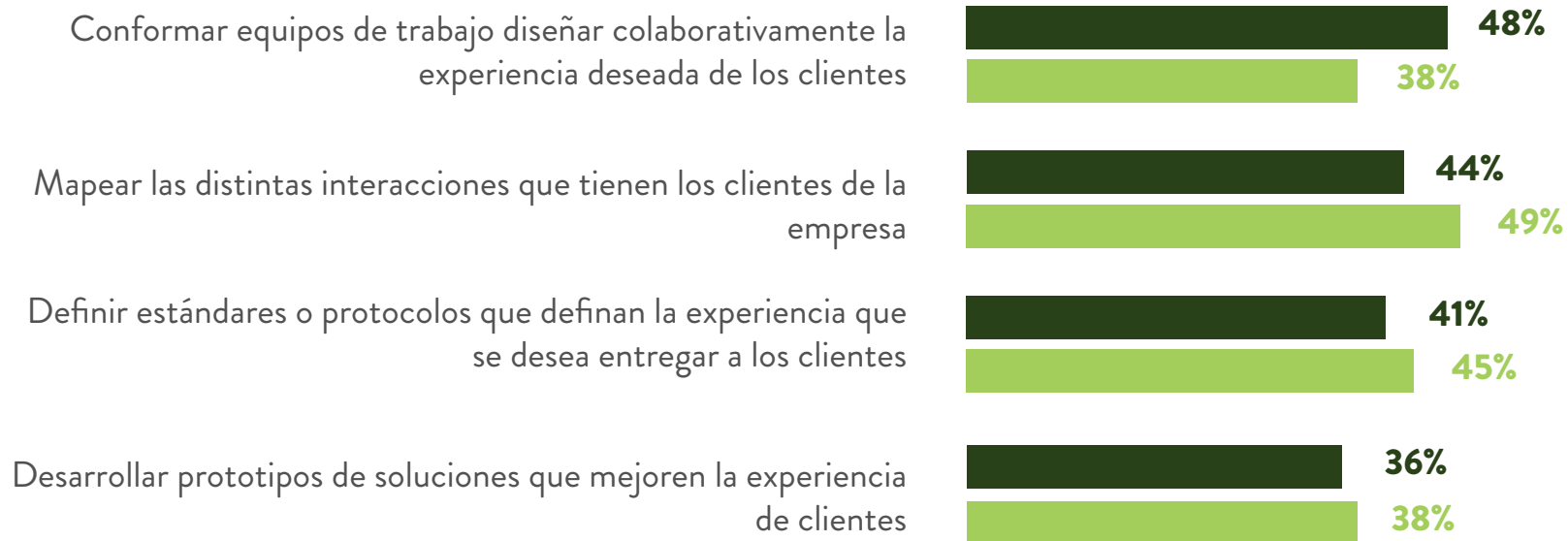
¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para diseñar o rediseñar la experiencia de los clientes? | Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho” | Base: Base: Total encuestas, 91 casos.



- Poco o nada
- Algo
- Muy y bastante

Prácticas de diseño de la experiencia de los clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para diseñar o rediseñar la experiencia de los clientes? | Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho” | Base: Total encuestas correspondiente a cada año.

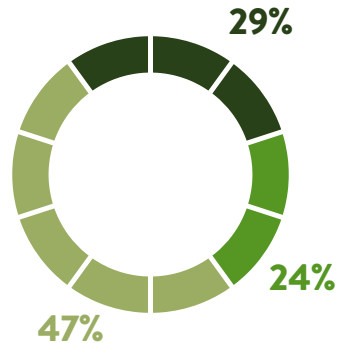


● 2018 ● 2017

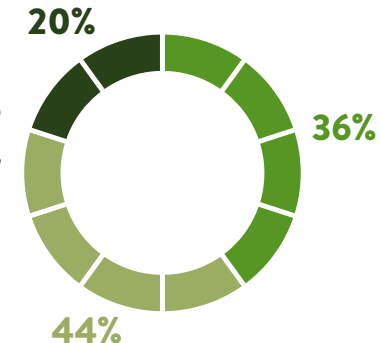
Prácticas para desarrollar estructura y soporte para la experiencia de clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para desarrollar una estructura de recursos y soporte necesario para la gestión de la experiencia de clientes? | Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho” | Base: Total encuestas, 91 casos.

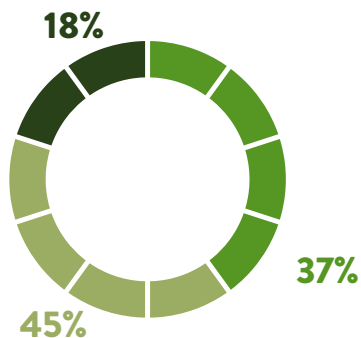
Automatizar funciones o implementar nueva tecnología



Fortalecer el soporte necesario y la coordinación de los canales de atención



Desarrollar mejoras y/o integración de procesos interno

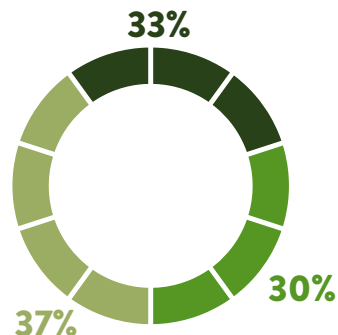


- Poco o nada de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Muy y bastante de acuerdo

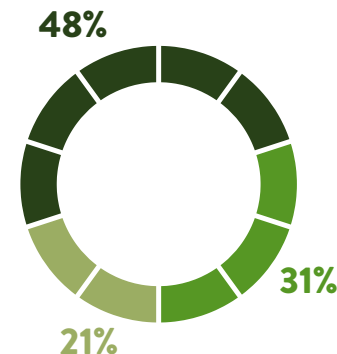
Prácticas para desarrollar estructura y soporte para la experiencia de clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para desarrollar una estructura de recursos y soporte necesario para la gestión de la experiencia de clientes? | Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho” | Base: Total encuestas, 91 casos.

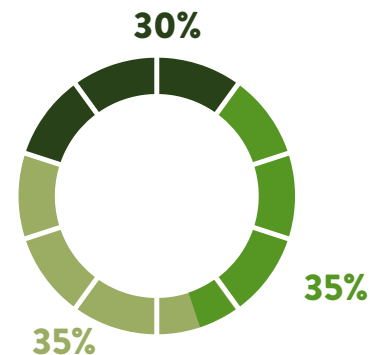
Realizar cambios en la estructura organizacional



Externalizar procesos o funciones



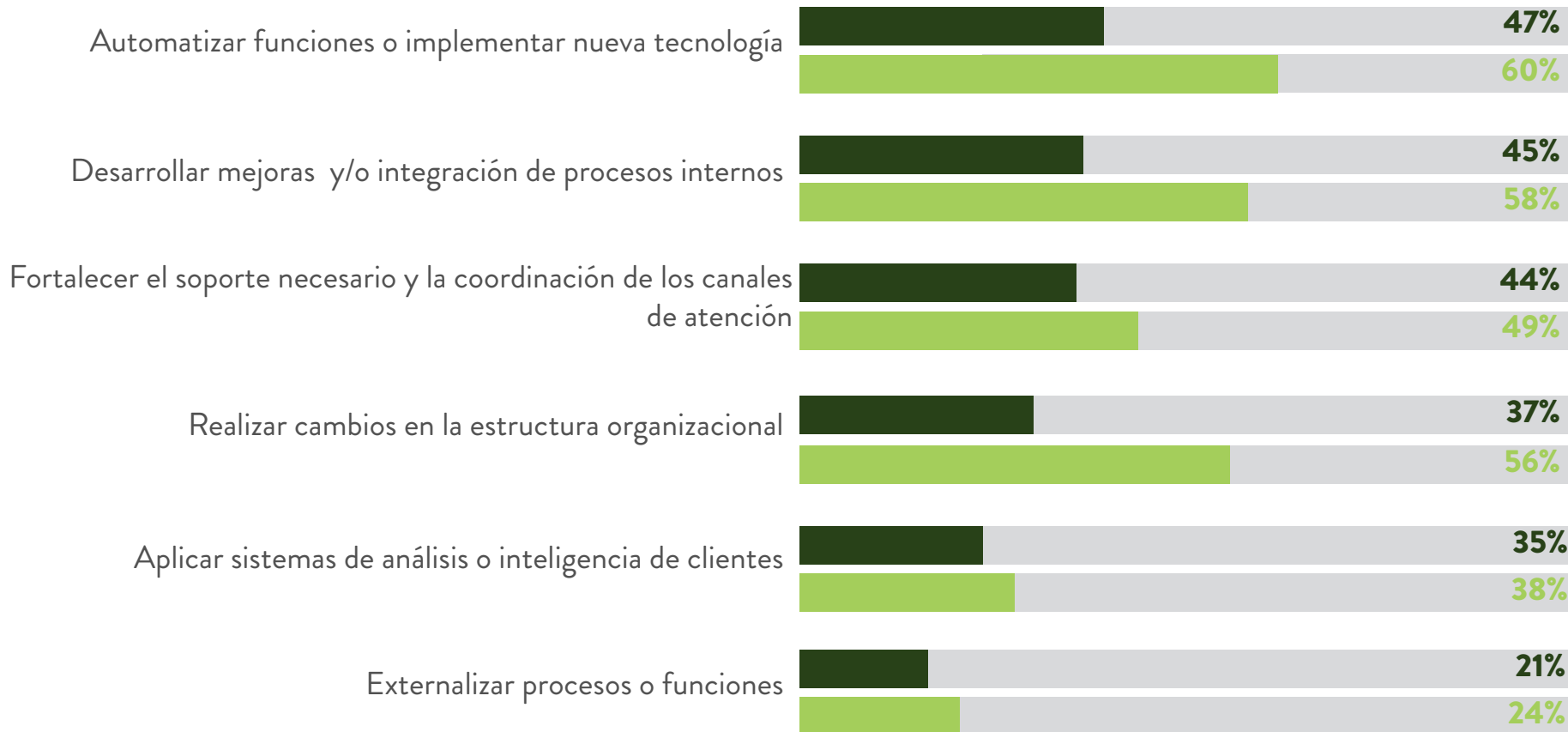
Aplicar sistema de análisis o inteligencia de clientes



- Poco o nada de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Muy y bastante de acuerdo

Prácticas para desarrollar estructura y soporte para la experiencia de clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para desarrollar una estructura de recursos y soporte necesario para la gestión de la experiencia de clientes? | Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho” | Base: Total encuestas correspondiente a cada año.



● 2018 ● 2017

.....

ALINEAMIENTO

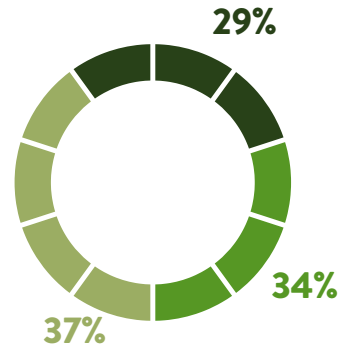
del personal

.....

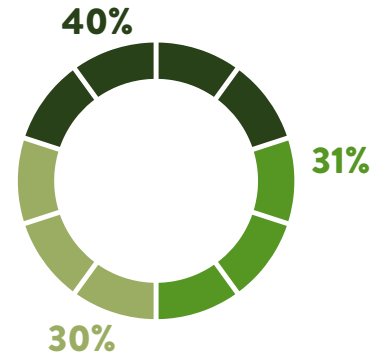
Prácticas para el alineamiento del personal con la experiencia de clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?
Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”
Base: Total encuestas, 91 casos

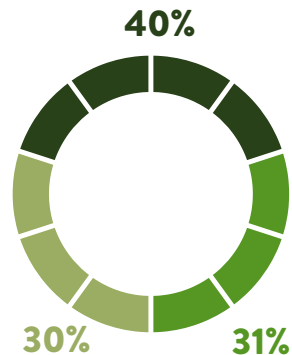
Definir y socializar determinados principios y pautas de comportamiento en base a la experiencia de clientes que la empresa quiere crear



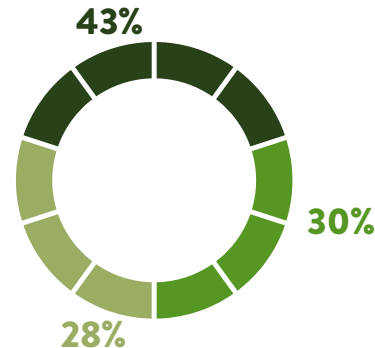
Fortalecer el desarrollo de un estilo de liderazgo coherente con la experiencia de clientes que la empresa quiere crear



Implementar programas de capacitación del personal para la experiencia de clientes que la empresa quiere crear



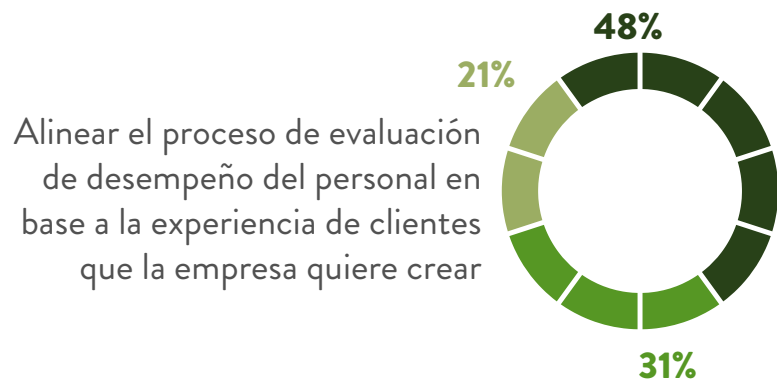
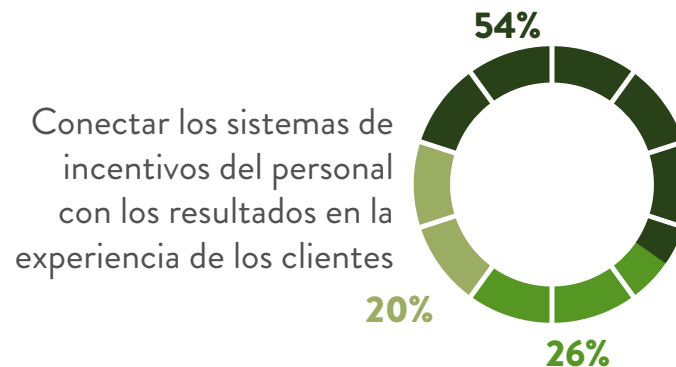
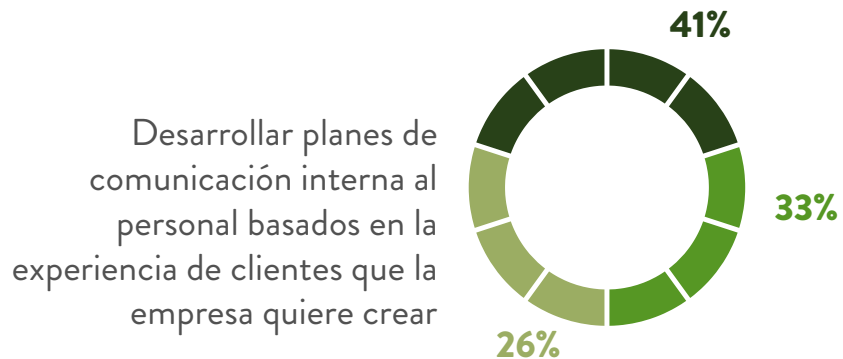
Alinear el proceso de selección de personal en base a la experiencia de clientes que la empresa quiere crear



- Poco o nada
- Algo
- Muy y bastante de acuerdo

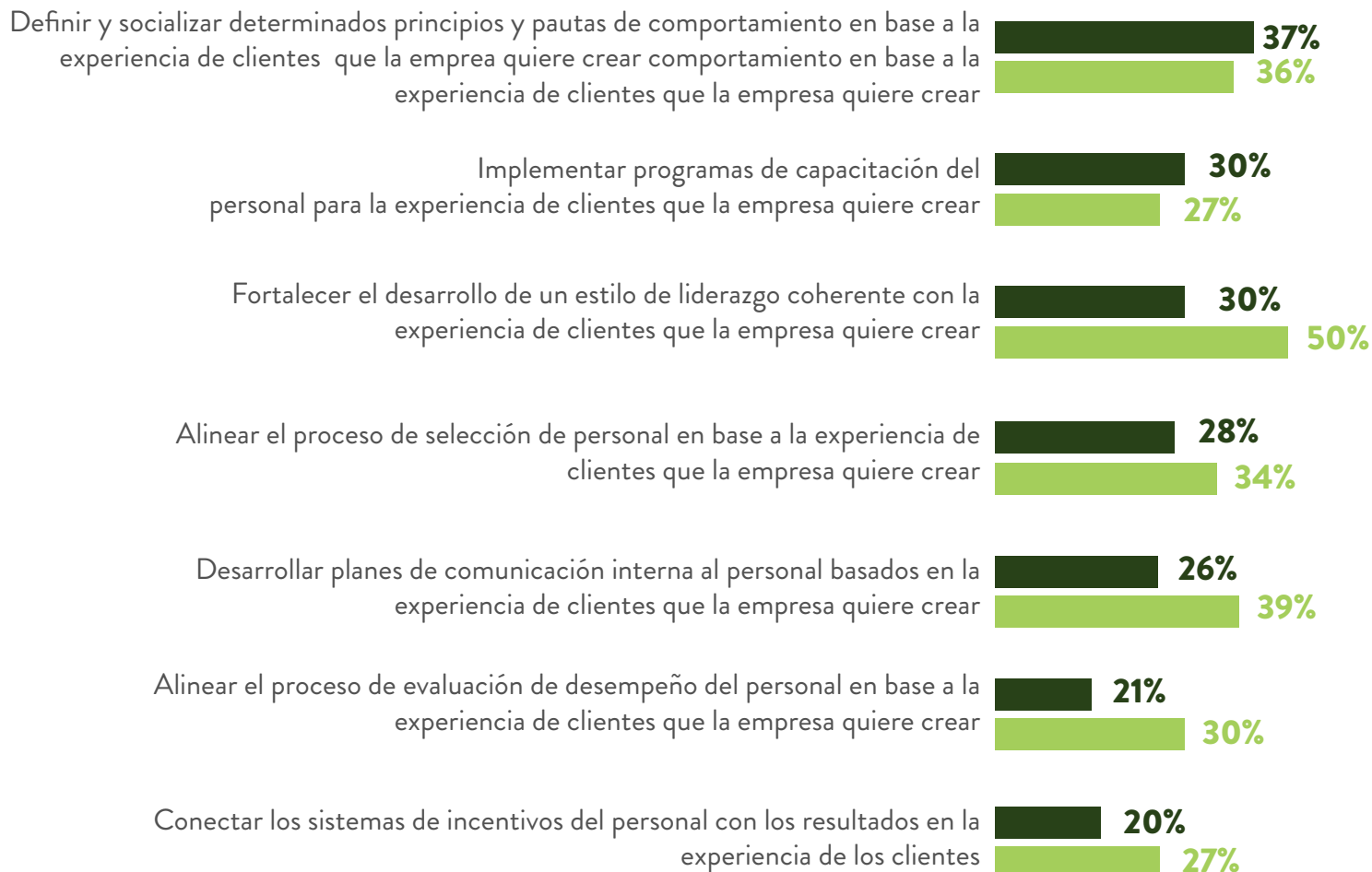
Prácticas para el alineamiento del personal con la experiencia de clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?
Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”
Base: Total encuestas, 91 casos



- Poco o nada
- Algo
- Muy y bastante

Prácticas para el alineamiento del personal con la experiencia de clientes



¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

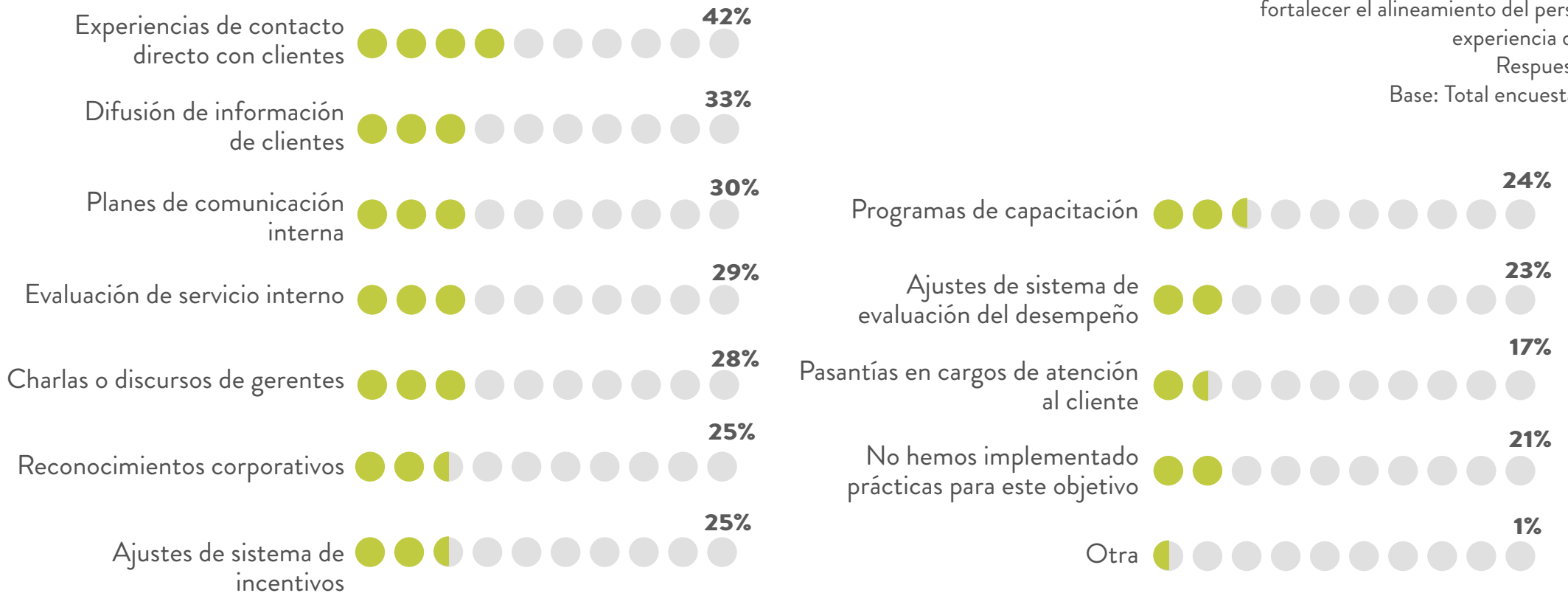
● 2018 ● 2017

Prácticas exitosas de alineamiento del personal con la experiencia de clientes

¿Cuáles de los siguientes tipos de prácticas han resultado más exitosas en tu empresa para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 91 casos



Prácticas exitosas de alineamiento del personal con la experiencia de clientes

Experiencias de contacto directo con clientes



Difusión de información de clientes



Planes de comunicación interna



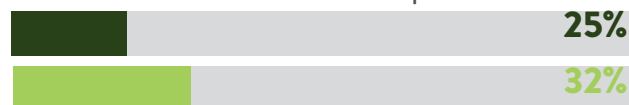
Evaluación de servicio interno



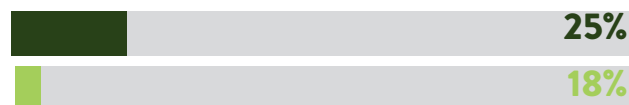
Charlas o discursos de gerentes



Reconocimientos corporativos



Ajustes de sistema de incentivos

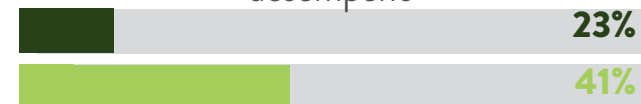


Programas de capacitación



¿Cuáles de los siguientes tipos de prácticas han resultado más exitosas en tu empresa para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes? | Respuesta múltiple
Base: Total encuestas correspondiente a cada año

Ajustes de sistema de evaluación del desempeño



No hemos implementado prácticas para este objetivo



Pasantías en cargos de atención al cliente



● 2018 ● 2017



SECTORES REFERENTES
de buenas prácticas

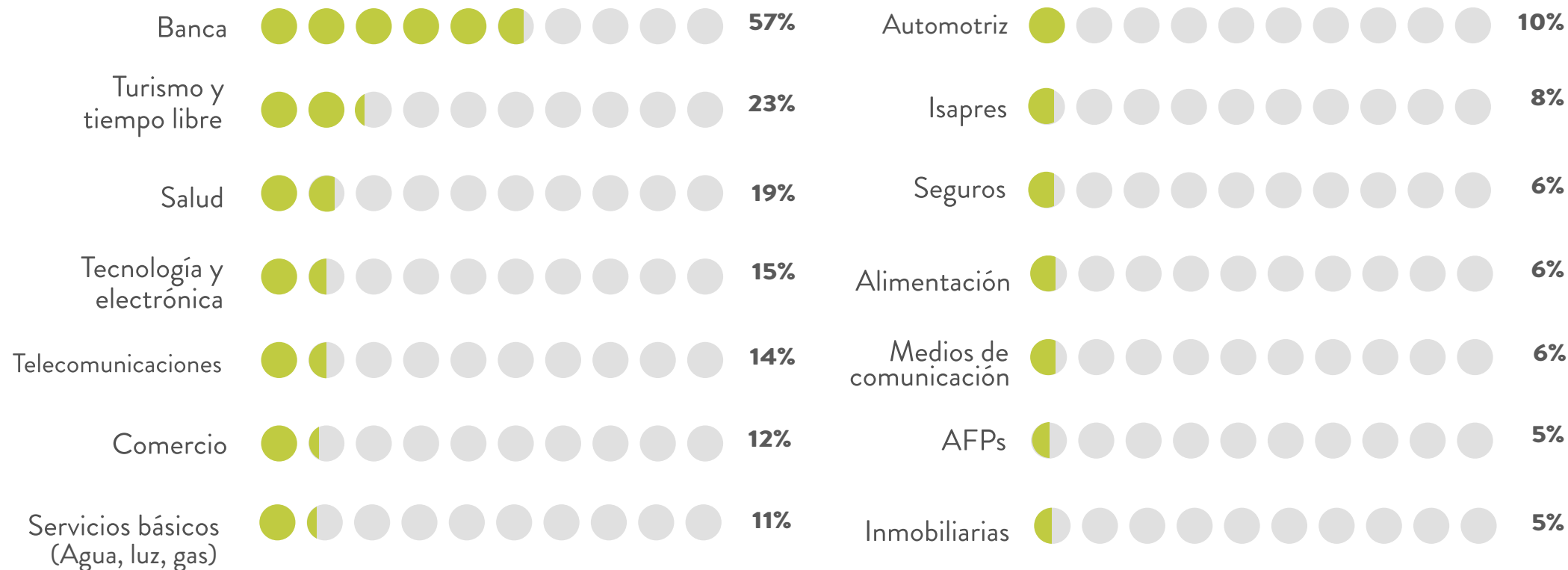


Sectores referentes en experiencia de cliente

¿Cuáles de los siguientes sectores son un referente en lograr una gestión y resultados sobresalientes en la experiencia de sus clientes?

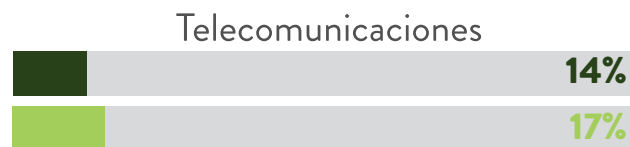
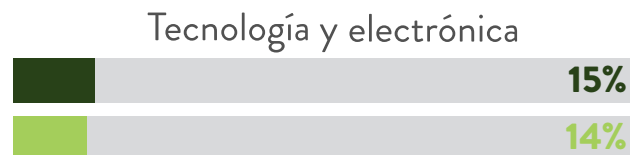
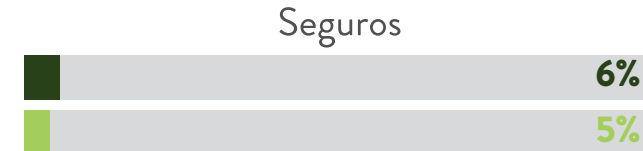
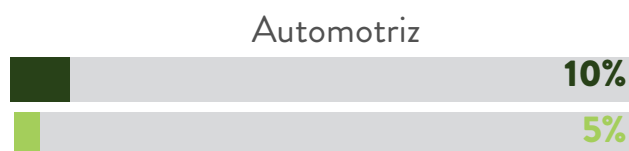
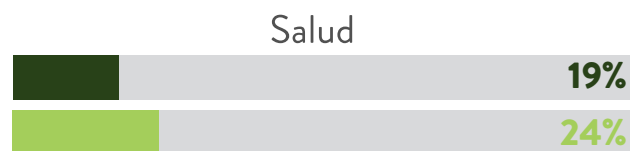
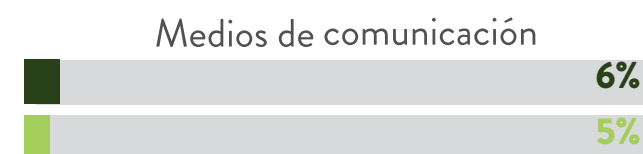
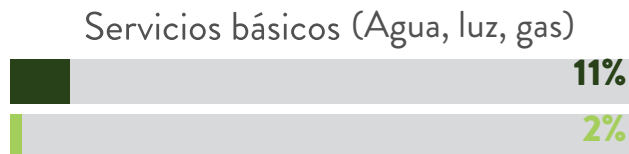
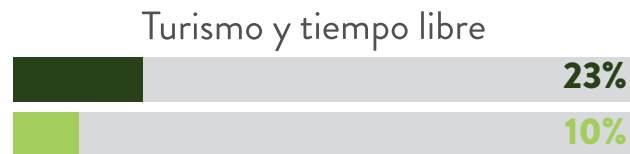
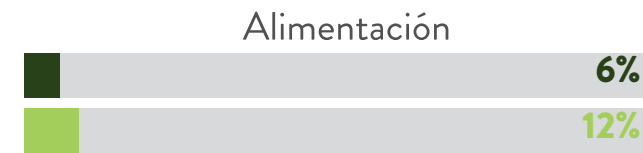
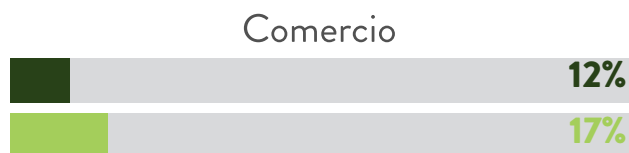
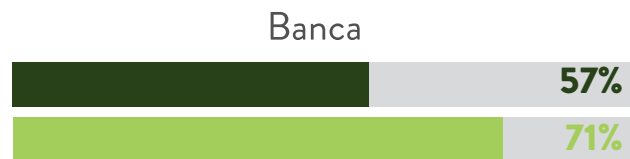
Respuesta múltiple

Base: Total encuestas, 91 casos



*No se presentan datos bajo el 5%

Sectores referentes en experiencia de cliente



¿Cuáles de los siguientes sectores son un referente en lograr una gestión y resultados sobresalientes en la experiencia de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: Total encuestas correspondiente a cada año

● 2018 ● 2017

*No se presentan datos bajo el 5%

.....

RESUMEN

y conclusiones

.....

Resumen y conclusiones

Está instalada una visión de los clientes que implica crecientes desafíos para las empresas para lograr satisfacerlos, aumentando significativamente la idea de clientes cada vez menos leales.

La modalidad de interacción con los clientes de las empresas analizadas es concentradamente a través de canales a distancia, donde a excepción del canal email y chat, el nivel de interacción de los clientes con los canales de las empresas tiende a bajar respecto del año pasado.

Después de los indicadores de tipo financiero y comercial, la experiencia de clientes es el siguiente indicador de éxito de las empresas. Sin embargo, son menos las empresas que consideran relevantes los indicadores de lealtad de clientes.

La importancia asignada y nivel de desarrollo de la gestión de experiencia de clientes en las empresas analizadas es creciente. Sin embargo, sólo un 30% expresa una condición consolidada y un 65% señala alcanzar resultados sobresalientes en esta materia.

La satisfacción de clientes es por lejos el principal indicador que las empresas utilizan para evaluar sus esfuerzos e inversiones en gestión de la experiencia de sus clientes. El abandono o fuga y los comentarios en redes sociales tienden a crecer como indicadores clave respecto del año pasado.

Resumen y conclusiones

La palanca principal en la que las empresas se enfocan para gestionar la experiencia de clientes es mayoritariamente el factor personas, lo que redundo en la importancia que se les asigna a las intervenciones en el capital humano de la organización.

El alineamiento de todas las áreas es el principal obstáculo que las empresas tienen para desarrollar la gestión de la experiencia de los clientes, creciendo significativamente la falta de incentivos coherentes como barrera respecto de la medición del año pasado.

El compromiso estratégico con la experiencia de clientes se logra principalmente a través de su integración en la planificación estratégica o la creación de un área especializada en la empresa. Sin embargo, es bastante menos hacerlo a través de su integración en el presupuesto de la empresa.

Es la generación y análisis de información cuantitativa el principal mecanismo que las empresas utilizan para comprender la perspectiva de sus clientes, particularmente a través del uso de la información de reclamos, aplicación de encuestas web y telefónicas. La aplicación de metodologías cualitativas para este mismo fin es significativamente más baja y tiende a disminuir respecto de la medición 2017.

El foco principal de las metodologías que se aplican para comprender a los clientes son comprender las percepciones del servicio. En una significativa menor medida se busca comprender o evaluar las emociones de los clientes. Sin embargo, este último foco tiende a aumentar respecto del año pasado.

Resumen y conclusiones

Las prácticas para abordar el diseño de la experiencia de clientes no se aprecian tan extendidas, siendo la principal la de conformar equipos de trabajo para diseñar la experiencia deseada de los clientes. El desarrollo de prototipos sólo aplica para el 36% de las empresas analizadas.

La tecnologización y gestión de los procesos son las principales estrategias que las empresas utilizan para darle soporte a la gestión de la experiencia de clientes.

Sin perjuicio que el factor persona es el principal foco que las empresas tienen para gestionar la experiencia de los clientes, esto no se condice con la presencia de prácticas concretas para alinear al personal, siendo la principal (en sólo un 37% de las empresas analizadas) es definir y socializar principios y pautas de comportamientos.



centro de
experiencias
y servicios **UAI**

INFORME DE RESULTADOS
ESTUDIO DE PRÁCTICAS DE GESTIÓN
DE EXPERIENCIA DE CLIENTES
NOVIEMBRE 2018

