

## **El 84% de los consumidores se sienten solos una vez está instalado el electrodoméstico en su hogar**

**Según un estudio realizado por el Grupo Electrolux, al 60,6% de los españoles les preocupa la confianza y tener a quién acudir en caso de alguna incidencia o problema con su electrodoméstico y esta cifra aumenta a 65% en el caso de haber comprado producto de lavado o secado**

Consciente de la nueva realidad del entorno, la digitalización y la importancia de acompañar a los clientes en todo el proceso de vida de un electrodoméstico, Electrolux ha diseñado un plan estratégico cuyo eje y foco principal es el cliente. Para ello, se han implementado en este año una serie de proyectos y mejoras destinadas a reforzar la atención y experiencia de sus clientes. El Grupo Electrolux ha abierto nuevos canales, como un chat en vivo para atender a un cliente omnicanal que busca contactar con las marcas a través de los medios digitales. La implementación de plataformas de gestión de redes sociales, soporte en la tienda online a través de chat, implementación de herramientas de social listening y calidad, así como la apertura de un nuevo Centro de Atención al Cliente altamente cualificado, son algunas de las citadas medidas que para el grupo Electrolux ya son una realidad.

El grupo está trabajando en implementar desarrollos tecnológicos que mejoren las experiencias de sus consumidores y clientes, así como en la formación de sus equipos, con el fin de tener gestores altamente cualificados con una orientación muy fuerte al cliente y a su demanda. La formación continua y los programas individuales son clave para poder cumplir las expectativas de los usuarios.

El desarrollo de estas acciones ha corrido a cargo del equipo de Atención al Cliente del Grupo Electrolux y en concreto de Carolina Calvo, directora del Consumer Contact Center que expone: “Nuestro objetivo primordial es estar cerca de nuestros consumidores y clientes. Para ello hemos comenzado por abrir un nuevo Centro de Atención al Cliente en Madrid, donde contamos con una amplia cantera de profesionales con gran experiencia en el cuidado de clientes. Para nosotros es fundamental acompañar al cliente durante todo el ciclo de vida de su producto, ofrecerle soluciones rápidas a través de la digitalización de nuestros puntos de contacto, poniendo a su disposición un gestor o agente que pueda aportar el contacto humano. Además, en el mes de julio, incorporaremos herramientas de escucha activa para detectar de primera mano las posibles mejoras a desarrollar y retroalimentar los procesos existentes, teniendo siempre presente la mejora continua”.

“Un estudio que hemos realizado recientemente demuestra que el 60,6% de los españoles que compra un electrodoméstico para su cocina y 65% en el caso de comprar lavadora o secadora, les preocupa la confianza y tener a quién acudir en caso de alguna incidencia o problema. Y para el Grupo Electrolux el cliente es lo primero, así que hemos querido realizar esta inversión para estar con ellos, no solo durante el proceso de compra e instalación, sino también durante toda su experiencia con nuestro electrodoméstico”, explica Alexander Pierrou, director general de [www.electrolux.es](http://www.electrolux.es)

\* Estudio realizado por Bonamy Finch para Grupo Electrolux EMEA. “Issues about Consumer

Journey”.

\*\* Estudio realizado por GFK para Electrolux España en mayo de 2018 con una muestra de casi 800 hogares.

**Datos de contacto:**

Lourdes

Bertran

619105169

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Consumo Electrodomésticos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>