

El 89% de los usuarios cambiaría de compañía en caso de recibir una mala atención al cliente

Un 82% de la población contactó con algún servicio de atención al cliente en el último año. Inmediatez y personalización, factores clave para los usuarios de los servicios de atención al cliente en España

Sólo el 37% de los usuarios se considera fiel a las marcas, tiendas o servicios. Este dato se desprende del I Customer Observatorium realizado por Elogia para Sotto Tempo Advertising, empresa organizadora del Certamen de los Líderes en Servicio, con el patrocinio de Logikaline y que se presentó la pasada semana en Madrid, Barcelona y San Sebastián. Los sectores más sensibles al abandono son: telefonía, seguros, banca (destacando los hombres) y proveedores de Internet (destacando los más jóvenes, 18-24 años).

En este contexto, contar con un servicio de atención al cliente de calidad es fundamental para las compañías. El 89% de la población declara que la atención al cliente influye en su decisión de compra o recompra y el 80% considera que una buena experiencia con el servicio de atención al cliente incentiva su fidelidad a la marca o empresa. Además el 92% de la población manifiesta que el servicio de atención al cliente influye en la imagen global que tiene de la compañía.

En efecto, una atención al cliente inadecuada es el 4º motivo de abandono de una empresa, por detrás del ahorro económico, las promociones o que los productos o servicios no sean los esperados. Así pues, un 89% de los usuarios se declara dispuesto a interrumpir los servicios de una compañía en caso de tener una decepción o mala experiencia con el servicio de atención al cliente de la misma.

En el último año el 82% de la población contactó con algún servicio de atención al cliente y lo hizo principalmente por 3 canales: teléfono (71%), email (50%) y web (34%). El 69% de estos usuarios consideran que la atención recibida fue muy satisfactoria o bastante satisfactoria. El aspecto que más desearían mejorar los consumidores es la rapidez para contactar con las empresas (68%), seguido de la personalización de los servicios recibidos (52%).

Para los entrevistados, el aspecto más irritante cuando necesita acceder al servicio de atención al cliente a través del teléfono es el tiempo de espera (53%), seguido de mensajes repetitivos (34%) y un asesor encasillado en un guion (33%). Entre los que declaran que el tiempo de espera para ser atendidos telefónicamente es interminable, considera que una espera de 8 minutos de media no es aceptable. Los participantes en el estudio consideran que el tiempo adecuado de espera para ser atendidos telefónicamente debería ser de unos 2 minutos, la espera para una respuesta a través de email de menos de 24 horas, y en caso de contactar por redes sociales la espera debería rondar las 2 horas.

Las iniciativas que se consideran más útiles para mejorar el servicio de atención al cliente son el

asesoramiento personalizado (89%), poder optar a servicios VIP o especiales en función de la fidelidad a la empresa (87%), o poder escoger al asesor más adecuado a la consulta formulada (84%). Un 41% de los consumidores entrevistados estaría dispuesto a ceder algún tipo de información para mejorar la atención recibida.

El 86% de los usuarios valoran muy positivamente que las empresas ofrezcan canales de contacto innovadores como las redes sociales o las aplicaciones móviles. Este dato es significativamente superior a otros países de referencia como Francia, donde se sitúa sólo en el 45%.

Uno de los principales motivos parece ser el esfuerzo que requiere cada canal de contacto. El teléfono, a pesar de ser el canal más utilizado, es de los que requiere mayor esfuerzo, mientras que el chat o mensajería instantánea es el considerado de menor esfuerzo por un 73% de los encuestados.

Ante esta situación, invertir en un servicio de atención al cliente de calidad que ofrezca inmediatez, personalización y sencillez es la clave para lograr fidelizar a los clientes.

Descargar el estudio completo en: www.lideresenservicio.com/descubre-el-estudio-customer-observatorium-la-calidad-en-atencion-al-cliente/

*Encuesta online realizada por Elogia a 1.196 personas representativas de la población española entre 18-64 años en Enero de 2016

El error muestral de los datos globales es de $\pm 2,8\%$ con un nivel de confianza del 95,5% y $p=q=0.5$

Datos de contacto:

Ana Banquer
Directora de Comunicación Líderes en Servicio
932058580

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

Categorías: [Franquicias](#) [Marketing](#) [Seguros](#) [Consumo](#) [Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>