

# Avaya afirma que los usuarios esperan una experiencia omnicanal

La firma Avaya ha visto, tras un estudio, que cuando se trata de servicio, **la brecha entre el deseo de los clientes y la realidad actual de los servicios prestados por organizaciones de servicios financieros es grande**, pero no insuperable. Las empresas que lo están realizando correctamente reportan grandes dividendos en términos de retención de clientes, repetición de negocios y rentabilidad en general.



Esta es una de las conclusiones de una serie de investigaciones destinadas a sondear la **brecha entre las expectativas del cliente y las realidades del servicio ofrecido por las empresas**, en esta ocasión enfocada en la industria de servicios financieros.

La investigación de Avaya indica que existe una **diferencia significativa entre la perspectiva de un cliente** cuando se trata de cómo espera ser tratado frente a lo que las empresas ofrecen actualmente. Los clientes esperan cada vez más una experiencia omni-canal, personalizada y proactiva. Así, por ejemplo, dice Avaya que **el 70% de los clientes espera que las empresas de servicios financieros vinculen todo el hilo** de la comunicación en tiempo real a través de canales.

Por su parte, el 92% de los encuestados espera ser notificados de un problema de forma proactiva al mismo tiempo que le ofrecen una solución. El **69% espera ser tratado como único** y ser contactado de la forma en que ellos desean, cuando quieren, con productos y servicios adaptados a sus preferencias y hábitos de compras.

Mientras que **la investigación encontró que la mayoría de administradores de empresas (97%)** dijo que experiencia de gestión de clientes es **una parte importante o muy importante de su estrategia de 2014**, el número de empresas afirmando tener un programa integral cae en más de un tercio a un 64%. A pesar de su entusiasmo por la gestión de la experiencia de cliente, solo algunas empresas de servicios financieros pueden ofrecer todos los elementos que los clientes esperan – de hecho, menos de la mitad puede hacerlo.

Como explica un comunicado emitido por los responsables de Avaya en Colombia, Los impedimentos para satisfacer las expectativas del cliente son muchas, pero los **tres obstáculos principales que emergen son las limitaciones de la tecnología (44%), los procesos de negocios inflexibles (37%) y el personal capacitado adecuadamente (32%)**.

Como el proveedor líder de soluciones de contact center, Avaya trabaja con organizaciones de servicios financieros alrededor del mundo para ayudar a cerrar la brecha entre las expectativas del cliente y la prestación de servicios omni-canal. Actualmente, nueve de los diez primeros bancos del mundo **utilizan soluciones CEM de Avaya** desplegadas en sus instalaciones o en modelos de nube privada o híbrida.