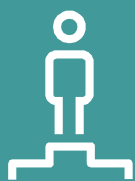


Global Voices of Experience 2023

En la situación global, según los profesionales de Experiencia del Cliente (CX) y Experiencia del Colaborador (EX) destaca la creciente importancia de CX / EX, el nivel de madurez, las áreas clave, oportunidades y desafíos... Y cómo abordarlos.

La importancia de la inversión en Gestión de la Experiencia (XM) está siendo reconocida, pero hace falta mejorar la entrega.



RECONOCIMIENTO

82%

de los profesionales de CX consideran que las empresas que continúen invirtiendo en CX superarán a sus competidores

60%

de los profesionales XM esperan que aumente el reconocimiento de la importancia de EX & CX en los comités directivos



INVERSIÓN

52%

esperan aumentar la inversión en iniciativas EX & CX en los próximos 12 meses

35%

esperan hacer crecer sus equipos EX y CX en los próximos 12 meses



ENTREGA

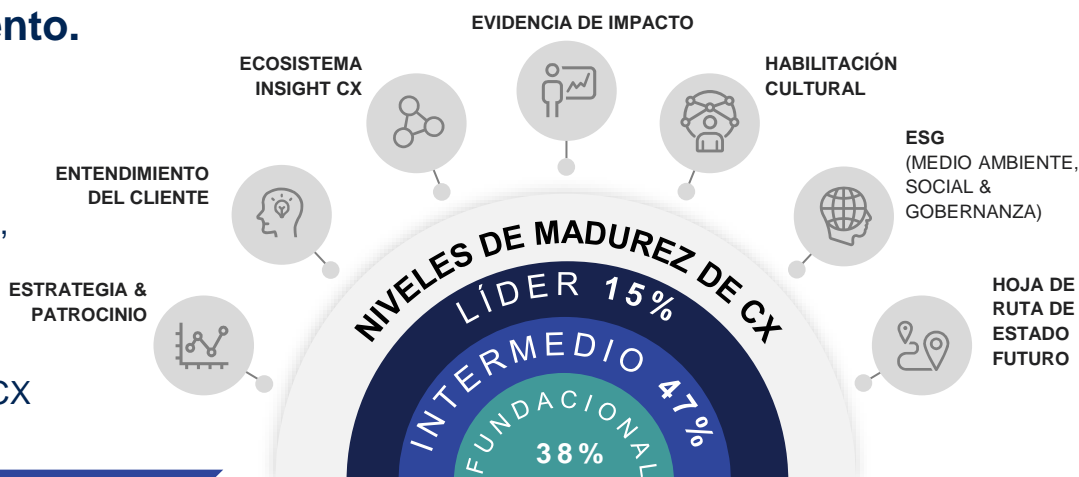
SIN EMBARGO 28%

admite que las experiencias que sus organizaciones están entregando a los clientes son generalmente peores de lo prometido.

Los niveles de madurez de CX continúan mejorando, pero a un ritmo muy lento.

Sólo el 15% de los profesionales CX consideran que su organización es 'líder', según el marco de madurez de Ipsos

- Siete competencias clave
- Tres niveles de madurez de CX



¡Hay trabajo por hacer!

ENTONCES, ¿QUÉ SIGUE? LAS 3 PRIORIDADES DE LOS PROFESIONALES DE CX

1

Desarrollar una hoja de ruta estratégica de CX

La necesidad de una gobernanza de CX, con una clara rendición de cuentas, es evidente

PERO solo el **52%** de las organizaciones tienen una estructura de gobernanza formal de CX

2

Personalización

La falta de datos totalmente integrados está siendo obstáculo para la personalización

Y solo el **22%** afirma tener ecosistemas diseñados y gestionados de una manera que permita la Integración de datos

3

Cerrar la brecha en la entrega de promesa de marca

4 veces más probabilidades de no cumplir con la promesa de marca cuando EX y CX no están alineados

Desafío #1 de los profesionales de CX: La omnicanalidad

Solo 1 de cada 5

afirman que tienen canales totalmente integrados y un verdadero enfoque omnicanal

Los desafíos comunes de los profesionales de CX / EX incluyen la integración de IA

46%

apuntan a poner la IA como uno de sus principales desafíos para mejorar sus negocios



EX y CX se están uniendo lentamente...

Pero sólo 18%

de los profesionales de EX pueden afirmar que existe una colaboración sólida y continua entre EX y CX

38%

de los profesionales de EX admiten que los datos de EX y CX nunca se analizan juntos

Programas CX y EX de clase mundial de Ipsos

Ipsos es líder mundial en el diseño, medición y entrega de valor de los programas de experiencia del cliente y del colaborador.

Nuestros equipos de expertos en todo el mundo ayudan a las organizaciones en todas las etapas de la medición y gestión de la experiencia, utilizando una combinación única de soluciones de investigación, tecnología, análisis y asesoramiento.



Para ver la grabación de nuestro webinar **Global Voices of Experience 2023**, haga clic aquí

Acerca de la investigación:

984 profesionales de Experiencia de más de 65 mercados de todo el mundo completaron la encuesta en línea entre el 22 de mayo y el 14 de julio de 2023.

Los datos mostrados representan las opiniones de los profesionales de XM (incluidos los profesionales de CX y EX), a menos que se indique lo contrario.

www.ipsos.com

CustomerExperience@ipsos.com

