**Más del 60% de los consumidores prefieren una experiencia al cliente personalizada**

* *Los factores que más valoran los mexicanos son: una atención premium o de alta calidad, la efectividad de las marcas al resolver sus solicitudes y una atención humana.*
* *Una encuesta realizada por Atento con motivo del día del cliente revela las preferencias de los mexicanos al interactuar con marcas.*

**Ciudad de México a XX de septiembre de 2021.-** Cerca de dos tercios (64%) de usuarios prefieren una experiencia de cliente personalizada, es decir, que las marcas conozcan sus intereses y se adapten a sus gustos. Además, 43% esperan una experiencia de alta calidad o “premium”. Dichos datos fueron arrojados en una encuesta realizada por Atento —empresa especializada en Experiencia al Cliente (CX)— con motivo del día del cliente, misma que busca conocer las preferencias de las personas al interactuar con las marcas.

70% de los usuarios valoran como prioridad la efectividad de las empresas al resolver sus solicitudes, mientras que 60% de los encuestados le prestan mayor atención a los tiempos de respuesta. Con porcentajes alrededor de 40%, a estos factores le sigue el trato amable y la disponibilidad de diversos canales de comunicación para contactar a las marcas— redes sociales o plataformas de mensajes como: WhatsApp, Telegram, Facebook, Twitter, Instagram o LinkedIn—.

Entre los resultados de la encuesta se destaca que la mitad de los consumidores prefiere interactuar con marcas a través de plataformas de mensajes —WhatsApp o Telegram—. La segunda opción más popular fueron las redes sociales —Facebook, Twitter o Instagram, por ejemplo— con 46% de preferencia, dejando a las llamadas telefónicas en tercer lugar con 43%. Resulta interesante que ninguna persona eligió la opción de mensajes SMS.

“En Atento, nuestra misión es ayudar a las compañías a entregar experiencias memorables y eficientes a sus clientes, y aunque en la gestión diaria nos encargamos de medir indicadores clave, éstos están limitados a los específicos de cada operación y marca. Por este motivo, en el marco del día del cliente, encontramos una oportunidad inmejorable para analizar el panorama completo y escuchar de la misma voz de los consumidores cuáles son sus preferencias, y poder alinearnos a expectativas más reales”, dijo Rubén Rivera Cortés, Director Comercial Atento México.

Por otro lado, para 2 tercios de los encuestados siguen prefiriendo ser atendidos por un humano, independientemente si es vía telefónica o en algún formato escrito —como redes sociales, chats o plataformas de mensajes—. Mientras que el tercio restante asegura no importarle si es un robot o un humano quien los atiende, siempre y cuando sus solicitudes sean resueltas en tiempo y forma.

Ofrecer una atención de alta calidad se ha convertido en una prioridad para 45% de las compañías para los próximos 5 años, de acuerdo con un estudio de Super Office, incluso superando en importancia a factores tradicionales como producto o precio. Esta transformación hacia estrategias comerciales enfocadas en el cliente tienen sentido, considerando que 86% de los consumidores están dispuestos a pagar más por una experiencia premium. En caso contrario, la firma PwC encontró que 1 de cada 3 personas abandonaría una marca tras sólo una mala experiencia, e incluso el porcentaje de abandono llegaría a 92% después de 2 o 3 decepciones.

**---**

**Sobre Atento**

Atento es uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial de servicios de gestión de las relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) y líder en Latinoamérica. Atento es también un proveedor líder de servicios CRM/BPO nearshoring para compañías que desarrollan su actividad en Estados Unidos. Desde 1999, la sociedad ha desarrollado su modelo de negocio en 13 países y cuenta con presencia en España y una plantilla de 150.000 empleados. Atento cuenta con más de 400 clientes a los que presta una amplia gama de servicios CRM/BPO a través de múltiples canales. Sus clientes son empresas multinacionales líderes en sectores como la tecnología, las nuevas empresas digitales, las telecomunicaciones, las finanzas, la asistencia sanitaria, el consumo y la administración pública, entre otros. Las acciones de Atento cotizan bajo el símbolo ATTO en la Bolsa de Nueva York (New York Stock Exchange). En 2019, Atento fue reconocida por Great Place to Work® como una de las 25 Mejores Multinacionales para Trabajar en el Mundo y como una de las 25 Mejores Multinacionales para trabajar en Latinoamérica. Para más información [www.atento.com](https://www.atento.com/)