

Los clientes prefieren marcas pequeñas

Publicado el Jueves, 29 de Junio de 2017.

Las marcas pequeñas prestan mas atención a los clientes

El 53 de los consumidores europeos opina que las marcas más pequeñas prestan más atención a sus necesidades que las grandes marcas. Según el [estudio 'Triple R' encargado por el Grupo Ricoh](#) [1], solo una quinta parte el 21 de los encuestados opina que las grandes marcas les prestan más atención a pesar de que normalmente tienen a su disposición más recursos para ello.

Según la Comisión Europea, las pequeñas y medianas empresas (pymes) representan el 99% de todas las compañías del continente. En este sentido, la investigación señala una enorme oportunidad para fidelizar a los consumidores mediante la prestación de un servicio al cliente excelente. Sin embargo, las pymes deben evitar ser demasiado invasivas. El 61% de los consumidores opinan que las marcas, independientemente de su tamaño, deberían ser transparentes con respecto a los datos que recaban sobre ellos para personalizar las comunicaciones.

Dado que los consumidores tienen infinitas opciones para elegir cómo y dónde quieren gastar su dinero y las marcas más importantes se aseguran de que sus clientes se sientan valorados, las marcas pequeñas y medianas deben utilizar la calidad de su servicio al cliente para aventajar a empresas de mayor tamaño. En este sentido, la tecnología les ayuda a mejorar la eficiencia y la velocidad, así como la relación con sus clientes".

Un uso más inteligente de la tecnología para comunicarse con los clientes es, sin duda, una apuesta ganadora. Solo una cuarta parte, el 27 % de los encuestados no está de acuerdo con que las mejores marcas, independientemente de su tamaño, son las que emplean tecnología innovadora con sus clientes. Sin embargo, parece que las empresas más pequeñas aún tienen camino por recorrer.

Las encuestas a PYMES muestran que tan solo el 36% de los encuestados cree que han mejorado su servicio de atención al cliente con la incorporación de tecnologías digitales. En la economía europea, es fundamental la inversión en inteligencia empresarial para personalizar las comunicaciones y así llegar al corazón de los consumidores y conseguir una mayor cuota de mercado.

Estos datos nos hacen perseverar en Rex Rotary a la hora de ofrecer una marca que potencie la incorporación de nuevas tecnologías que permitan a nuestro canal indirecto mejorar sus servicios y comunicaciones a los consumidores finales

(c) Rexrotary Ibérica

URL de origen: <https://www.rexrotary-iberica.com/blog/los-clientes-prefieren-marcas-pequenas>

Enlaces:

[1] <http://thoughtleadership.ricoh-europe.com/es/triple-r/>