El 75% de los consumidores en España mejora su confianza en el ecommerce gracias a una atención al cliente eficaz

7 de cada 10 consumidores españoles han dejado de comprar en el comercio electrónico después de una mala experiencia con su servicio de atención al cliente

lunes 12 de septiembre de 2022



PcComponentes, el *ecommerce* español líder en tecnología, ha realizado un Estudio sobre la Atención al Cliente en *ecommerce*. Con él, la compañía, ha querido conocer más sobre la percepción que los españoles tienen de este servicio a la hora de realizar sus compras online. Entre los principales datos del estudio, destaca que el 75,2% de los consumidores considera imprescindible un buen servicio de **atención al cliente** para confiar en un *ecommerce*.

El estudio también recoge cómo los consumidores recurren a este servicio de las compañías mayoritariamente para la resolución de incidencias posventa como **problemas en envíos** (67,4%) o **gestión de cambios y devoluciones** (54,5%).

No obstante, los equipos de atención al cliente también tienen un papel fundamental de **asesoramiento en el proceso de compra**, el 61,7% de los consumidores recurre a ellos ante **dudas** cuando están adquiriendo un producto o servicio y el 20,2% para recibir **consejos** antes de realizar la compra.

Gracias a estos datos, puede verse cómo el **asesoramiento que una tienda ofrece a sus consumidores** tiene cada vez un papel más importante a la hora de realizar una compra en Internet.

En la actualidad, el consumidor online español no solo valora la atención al cliente como un aspecto positivo en una compañía, sino que se trata de uno de los pilares fundamentales para poder desarrollar una relación de confianza consumidor-marca.

En este sentido, los datos del informe reflejan que 7 de cada 10 consumidores afirman haber dejado de comprar en una tienda online debido a una mala experiencia con su servicio de atención al cliente.

Alimentación y turismo, a la cola en servicios de atención al cliente

Si analizamos en qué sectores se está realizando un servicio mejor valorado por el cliente, los españoles lo tienen claro. El 67,3% de los encuestados eligen los servicios de atención al cliente del sector de la tecnología, por delante de la moda y el calzado (31,4%) o alimentación y turismo (21,2%).

Según señala el estudio, lo que más valoran los españoles del servicio de atención al cliente es la atención rápida, sea cual sea el canal a través del que se realiza la consulta, y que la persona que está al frente de la incidencia conozca el sector y sea experto en la materia.

Las claves de la excelencia para un servicio 5 estrellas

Los servicios de atención al cliente han evolucionado al mismo tiempo que el consumidor es cada vez más exigente con las compañías con las que establece una relación.

Los aspectos más valorados por los españoles cuando realizan una compra online y tienen que recurrir al servicio de atención al cliente son la respuesta rápida por parte de la compañía (34,6%), el conocimiento de la incidencia (33,3%) y disponer de diversidad de canales de atención (14,8%).

La implantación de soluciones tecnológicas innovadoras con el objetivo de automatizar tareas ha llegado también al sector de la atención al cliente. Pese a esto, el 75,1% de los españoles encuestados sigue prefiriendo ser atendidos **por una persona**.