

¿Cómo la tecnología mejora la experiencia del cliente? ¿Y qué barreras se interponen en el camino?



Hicimos una encuesta a más de 1,400 encargados de tomar decisiones de TI para averiguarlo.

Crear una experiencia del cliente (CX) excepcional es rentable, y las empresas lo notan.

94 %

de los encuestados con iniciativas de CX en curso en su organización.

La CX ya tiene el control

De forma masiva, los encuestados confirman que la CX es ahora una prioridad estratégica principal.



48 %

Experiencia del cliente



45 %

Seguridad y cumplimiento de normas de TI



41 %

Estrategia de TI

La aceptación de CX está en su punto más alto

Las organizaciones reconocen y aprecian las iniciativas para mejorar la CX, y el **74 %** informa que se consideran organizaciones extremadamente receptivas o muy receptivas. Puede aprovechar esta apertura para obtener el consenso y el presupuesto para llevar a cabo iniciativas audaces respaldadas por el soporte de la organización.

Las aplicaciones son fundamentales

El **55 %** de los encuestados reconoce a las aplicaciones con mejor CX y también indica que las aplicaciones están mejorando:



48 %

Al ofrecer más disponibilidad a los servicios



45 %

Al ofrecer más disponibilidad a la seguridad



41 %

Al mejorar el compromiso con productos y servicios



39 %

Al beneficiar a las mejoras en los procesos

Pero todavía hay obstáculos por superar en el recorrido

Obtener consenso antes de implementar cambios tecnológicos es un obstáculo clave, ya que la aceptación puede llevar **semanas** e, incluso, **años**.



42

Meses



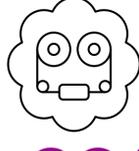
8

Años

Para ahorrar tiempo, tenga en cuenta que las partes interesadas tienen curiosidad por el cambio en donde existe un caso de negocio específico, como la experiencia del cliente, y que el interés podría traducirse en menos resistencia cuando sea el momento de implementar programas.

Los obstáculos tradicionales de la TI también se interponen

Incluso cuando las partes interesadas y la estrategia se alinean, los equipos siguen enfrentando barreras relacionadas con la tecnología.



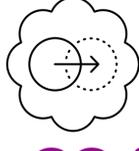
26 %

TI heredada



24 %

Presupuesto



22 %

Falta de competencias



18 %

Experiencia

Pero hay un obstáculo que se presenta en gran medida para la mayoría de las organizaciones...



de los encuestados temen afectar de manera negativa a la experiencia del cliente

Las organizaciones reconocen que se necesita tecnología para mejorar la experiencia del cliente, pero aún están intranquilas en lo que respecta a cambiar la experiencia del cliente actual mediante la implementación de tecnología nueva.

Las aplicaciones forman la base de la experiencia del cliente

Las organizaciones deben centrarse en diseñar un caso de negocio sólido, evaluar las habilidades internas y buscar proveedores experimentados para subsanar las deficiencias.

Aproveche el poder de las aplicaciones para mejorar la experiencia del cliente

Descargue el [informe completo](#) y obtenga más información sobre cómo las aplicaciones residen en la base de la experiencia del cliente y cómo puede crear y perfeccionar su estrategia de experiencia del cliente.

www.rackspace.com/solve/customer-experience-and-technology

¿Por qué Rackspace y Google Cloud?

Lo ayudamos a acceder a toda la agilidad, flexibilidad y escalabilidad que ofrece Google Cloud. Rackspace Technology puede ayudarlo a acelerar la innovación y optimizar los costos al hacerse cargo de las intensas operaciones diarias de la nube, mientras lo ayuda a recuperar el tiempo que necesita para centrarse en sus objetivos empresariales principales.