

ANÁLISIS Y MEJORA DE LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES RESPECTO A COMPRAS ONLINE DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE RETAIL UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

PROBLEMA

Los clientes que realizan compras en canales digitales necesitan alternativas para mejorar su experiencia como cliente digital, la mejora de los tiempos, costos y atención post-venta de los servicios, tener acceso al seguimiento de sus pedidos, información del personal que realiza la compra y entrega de los mismos. Para mejorar lo mencionado anteriormente es importante la asignación de tiendas cercanas a los clientes y un programa de fidelización.

OBJETIVO GENERAL

Identificar una solución que permita mejorar la experiencia de compra online de los clientes.

PROPUESTA

Diseñar un asistente virtual (chatbot) dentro de la App resuelva las inquietudes más comunes de los usuarios y los requerimientos más específicos sean atendidos por una persona capacitada para resolver la inconformidad del usuario en el menor tiempo posible.

Agregar una escala que busque evaluar la satisfacción del cliente, como la escala de satisfacción CSAT, que se basa en realizar una sola pregunta al usuario después de realizada la compra.

Desarrollar estrategias que perfeccionen y customicen a cada tipo de usuario.

Mantener los equipos de transportación de productos de primera necesidad que garanticen inocuidad en el traslado de otros productos delicados donde la calidad pueda verse afectada por una incorrecta manipulación por parte de los deliveries.

Incrementar métodos de pagos disponibles en todos los establecimientos y gestionar una cuenta bancaria para tener como opción las transferencias.

RESULTADOS

En el análisis de las entrevistas realizadas a usuarios con el propósito de conocer la experiencia que han tenido durante el proceso de sus compras a domicilio, se observó en común principalmente lo siguiente:

	SUPER EASY	PEDIDOS YA	TÍA	TIPTI
Formas de pago disponible	Negativo	Negativo	Negativo	Positivo
Búsqueda de ofertas y promociones	Negativo	Negativo	Negativo	Positivo
Tiempo de espera de preparación de pedido	Negativo	Negativo	Neutral	Neutral
Servicio Post-venta	Negativo	Negativo	Negativo	Neutral

CONCLUSIONES

- Los cambios en el comportamiento del usuario a raíz de la pandemia lograron que en meses se evidenciara un avance del sector proyectado para los siguientes 5 años, es esencial para los retails adaptarse y satisfacer las nuevas necesidades del consumidor para captación y fidelización de estos.
 - Los usuarios necesitan contar con aplicativos que tengan un diseño completo y amigable para garantizar el fácil manejo para la población joven y adulto mayor.
- Las aplicaciones móviles deben considerar realizar alianzas con restaurantes y otras principales tiendas que los clientes necesiten, con el objeto de que los usuarios estén en constante interacción con la herramienta digital.
 - Los aplicativos no cuentan con una estrategia comercial ni plan de marketing con precios diferenciados y alianzas con proveedores, lo cual contribuye en la fidelización de los usuarios.

