

Índice Emocional

2024

Comenzamos en:



Índice Emocional

2024



EMOJIS

Los **emojis son una forma común de expresar emociones**, y se han convertido en una herramienta utilizada por muchas empresas para medir la satisfacción del cliente.

¿Usas emojis en tus mensajes a los clientes?



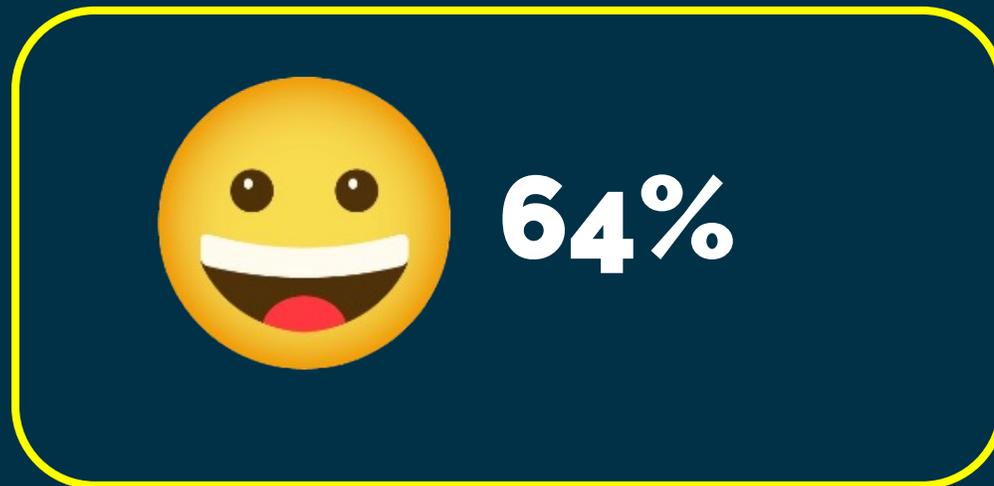
EMOJIS

Examinar su correlación con los principales indicadores de experiencia del cliente, como **el NPS (Net Promoter Score) y el CSAT (Customer Satisfaction Score)**, puede proporcionar una comprensión más detallada de la percepción del cliente. Esto no solo mejora las estrategias de satisfacción del cliente, sino que también permite la creación de cuestionarios lúdicos y entretenidos.

**¿Qué emoji
define mejor
"me sentí
alegre"?**



Resultado de la encuesta



Fase 1

En esta fase inicial, se evaluaron y seleccionaron emojis adecuados para expresar una variedad de emociones comunes, como felicidad, alegría, satisfacción, tristeza, enojo y frustración.

Evaluación de Emoticonos



Vinculación de Emoticonos con NPS y CSAT



Los emojis seleccionados se vincularon con preguntas de Net Promoter Score (NPS) y Customer Satisfaction (CSAT) para evaluar la percepción del cliente durante una experiencia de servicio típica.

Fase 2

**¿Qué emoji
define mejor "me
sentí frustrado"?**



Respuesta del estudio



Frustrado
71%



23%

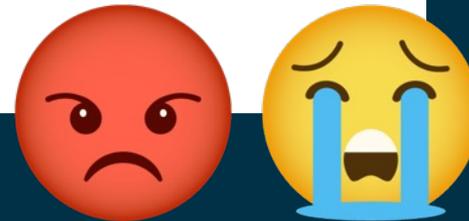


5%

¿Qué significan los emojis?

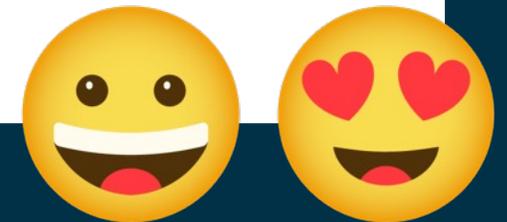
La decepción

se comparte con el "enojo" y la "tristeza"



La felicidad

se comparte con el "alegría" y la "confianza"



De las tres escalas que probamos, el **55% de los encuestados** consideró que la escala de **emojis** es la que mejor expresa su percepción del servicio.



Fase 3

En esta fase, se amplía la muestra de participantes para validar los hallazgos anteriores y realizar ajustes en los emojis según las interpretaciones de las emociones por parte de los clientes.

Ampliación de Muestra y Ajustes

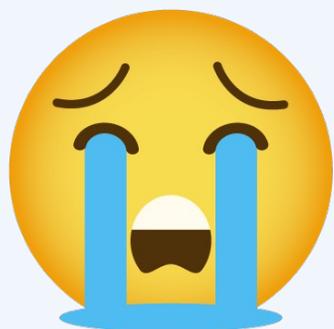


¿Si tuvieras una mala experiencia con un banco como la expresarías ?



¿Elige la imagen que explica mejor lo que te hizo sentir la experiencia con [marca] en tu último contacto?...

La escala final



Fases del estudio



Se lleva a cabo una encuesta en línea a gran escala para obtener una visión más completa y representativa de cómo los clientes perciben y expresan sus emociones durante diversas experiencias de servicio.

Encuesta en Línea a Gran Escala

Fase 4

26 sectores

170 marcas

13,812 evaluaciones

Objetivo

El objetivo de esta investigación fue explorar cómo las emociones se relacionan con **los indicadores clave de la experiencia del cliente (CX), usando emojis** como herramienta de evaluación.



Alcance

Este estudio abarcó el análisis de

26 sectores

170 marcas

+13 mil evaluaciones

para comprender mejor la dinámica entre **de las emociones** ante distintas experiencias de servicio.

Influencer 😊

20 años auditor serviceSM



Muestra

Retail	3,087
Tienda Autoservicio	1,036
Walmart	483
Bodega Aurrera	249
Chedraui	121
Soriana	115
Otras marcas	68
Tienda de Conveniencia	1,027
Oxxo	869
7&Eleven	84
Otras marcas	74
Tienda departamental	1,024
Liverpool	455
Coppel	194
Suburbia	109
Sears	100
Palacio de Hierro	61
Otras marcas	105
Telecom	2,193
Celular	970
Telcel	552
AT&T	192
Movistar	119
Otras marcas	107
Internet	1,223
Telmex	456
Izzi	271
TotalPlay	241
Megacable	193
Otras marcas	62

Financiero	2,131
Banco	1,351
BBVA	565
Santander	183
Citibanamex	169
Banorte	122
Banco Azteca	93
HSBC	77
Otras marcas	142
Crédito automotriz	54
Prestamo Personal	63
Seguro de Vida	89
Seguro de Auto	360
Qualitas	103
Axa	93
GNP	83
Otras marcas	81
Seguro de GMM	214
GNP	63
Otras marcas	151
Turismo	580
Hotel	341
Línea aérea	239
Volaris	77
Aeromexico	73
Viva Aerobus	70
Otras marcas	19
Automotriz	412
Llantas	186
Vehículo	226

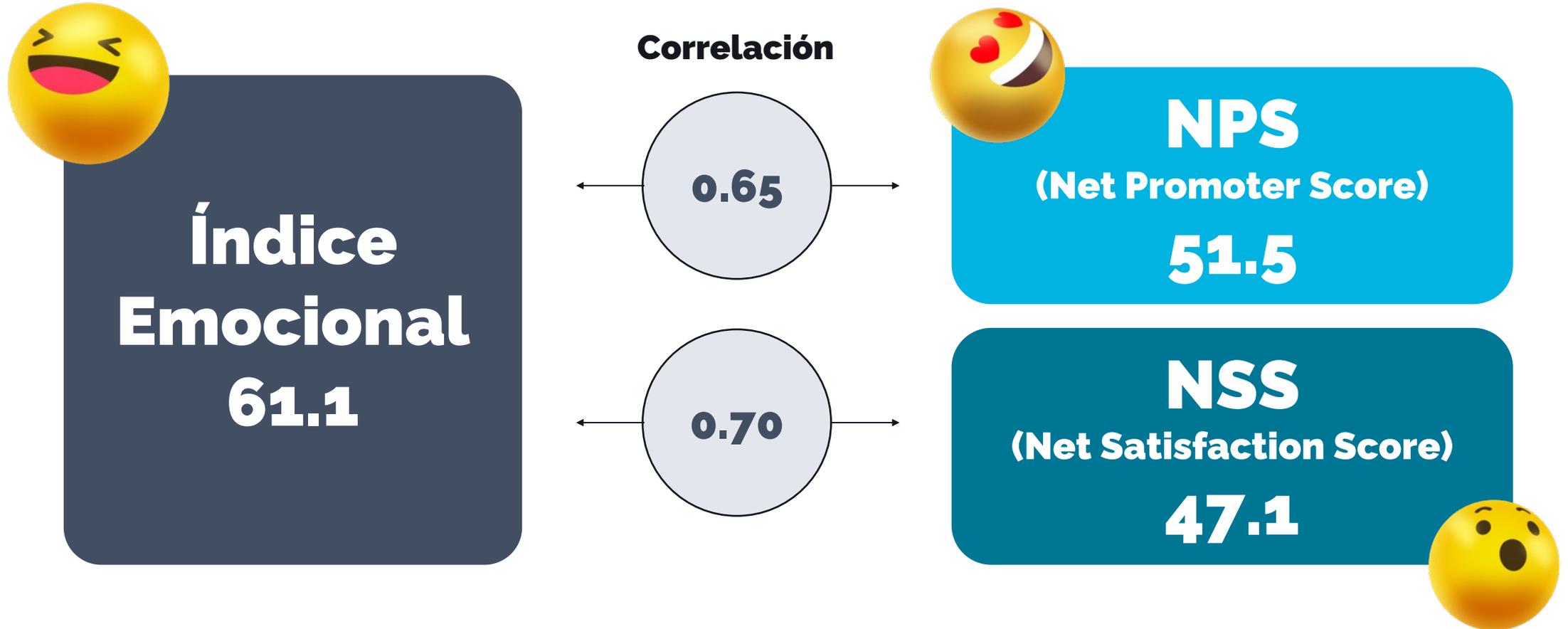
Entretenimiento	1,788
TV de Paga	735
Izzi	212
Total Play	197
Megacable	155
Sky	74
Otras marcas	97
Video Streaming	348
Netflix	165
Amazon Prime	78
Otras marcas	105
Sala de Cine	340
Cinepolis	245
Cinemex	90
Otras marcas	5
Music Streaming	312
Spotify	224
Otras marcas	88
Salud	996
Farmacia	856
Farmacias Similares	249
Farmacia del Ahorro	213
Farmacias Guadalajara	200
San Pablo Farmacias	99
Otras marcas	95
Hospitales	140
Hospitales del IMSS	59
Otras marcas	81

Otros Servicios	1,286
Gasolinera	885
Pemex	416
Oxxogas	66
BP	63
Otras marcas	340
Mensajería	401
DHL	164
Estafeta	98
Fedex	63
Otras marcas	76
Alimentos	1,121
Cafetería	355
Starbucks	188
Otras marcas	167
Cómoda Rápida	766
Little Cesar	186
KFC	138
Mcdonald's	113
Carl's Jr.	100
Burger King	93
Dominos	82
Otras marcas	54

Base: Se recopilaron un total de 13,812 evaluaciones abarcando 26 sectores diferentes, realizadas entre febrero y marzo del 2024.

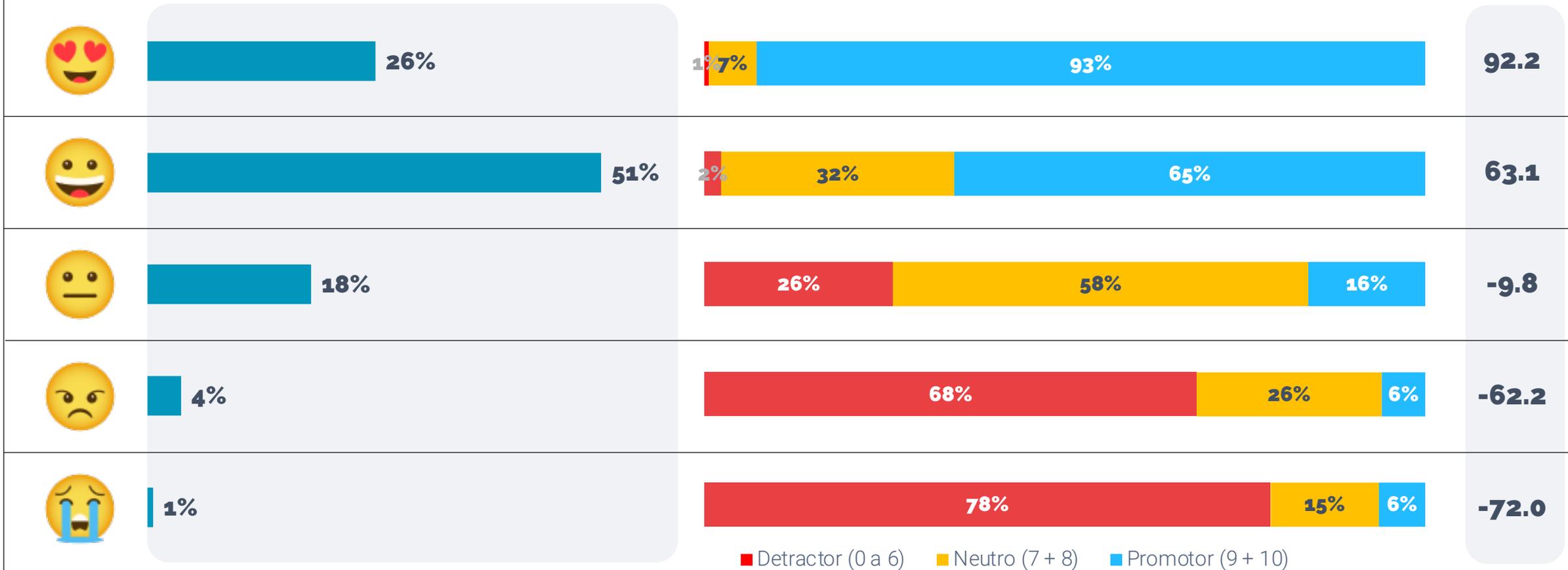
Indicadores Principales

Los clientes más satisfechos, según el NPS, expresan emociones positivas con emoticones, revelando una correlación significativa entre la satisfacción y la intención de recomendar.



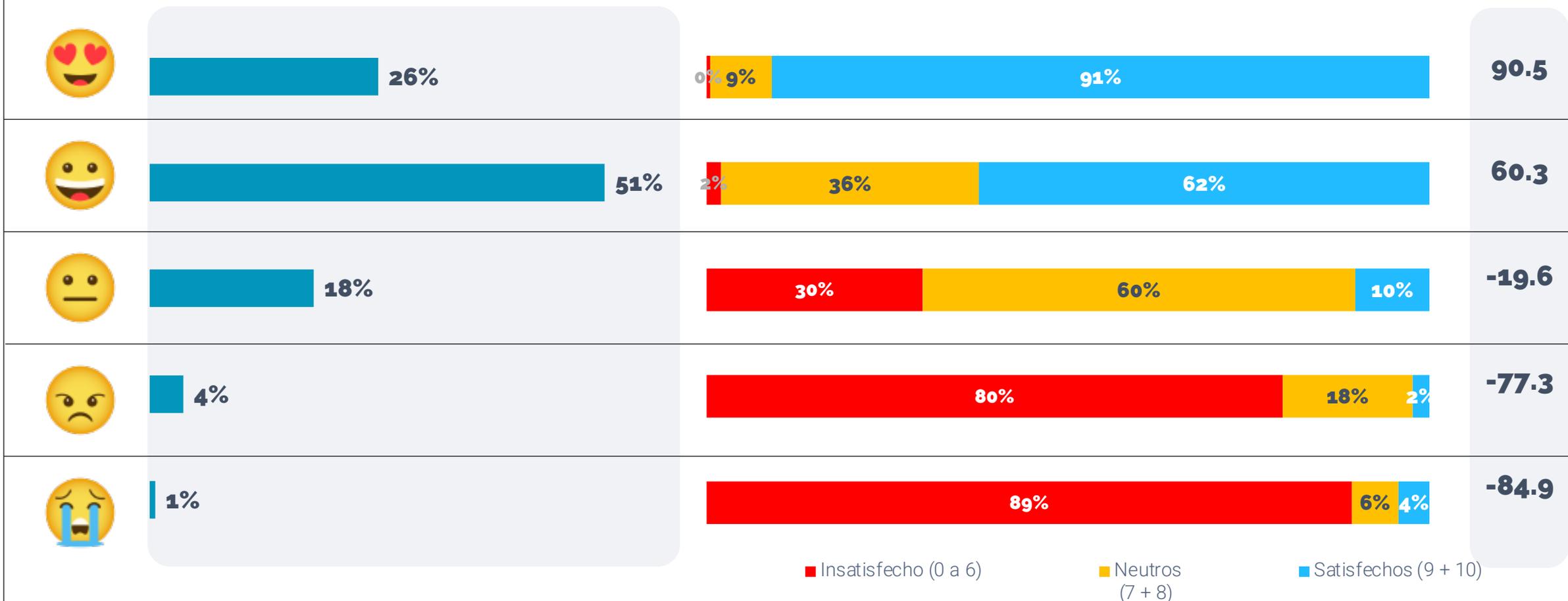
Emociones vs NPS

Es evidente que aquellos que eligen 😍 otorga el mayor nivel de Net Promoter Score (NPS), lo que se traduce en un mayor número de promotores. Por el contrario, las expresiones de 😭 generan los niveles más bajos de NPS y conllevan el mayor número de detractores.



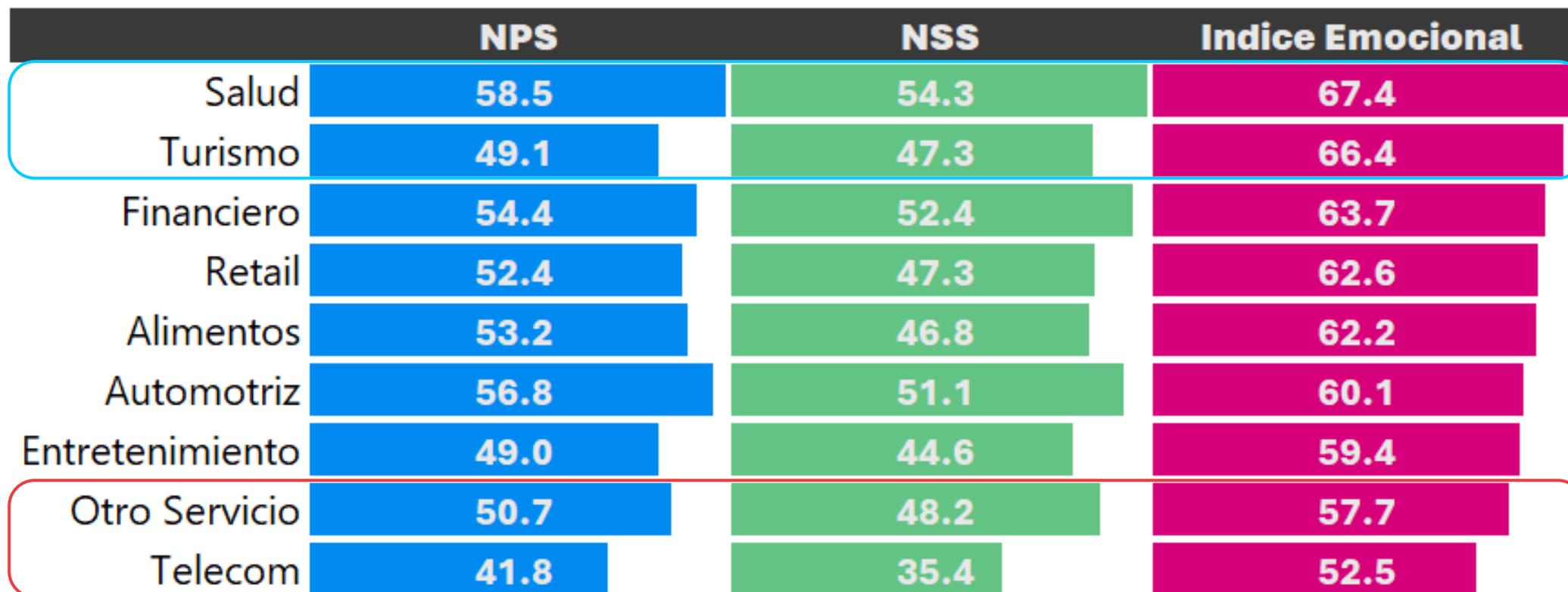
Emociones vs NSS

Es evidente que quienes eligen el 😍 otorgan el mayor nivel de NSS, lo que se traduce en un mayor número de personas satisfechas. Por el contrario, las expresiones de 😭 generan los niveles más bajos de NSS y conllevan el mayor número de personas insatisfechas.



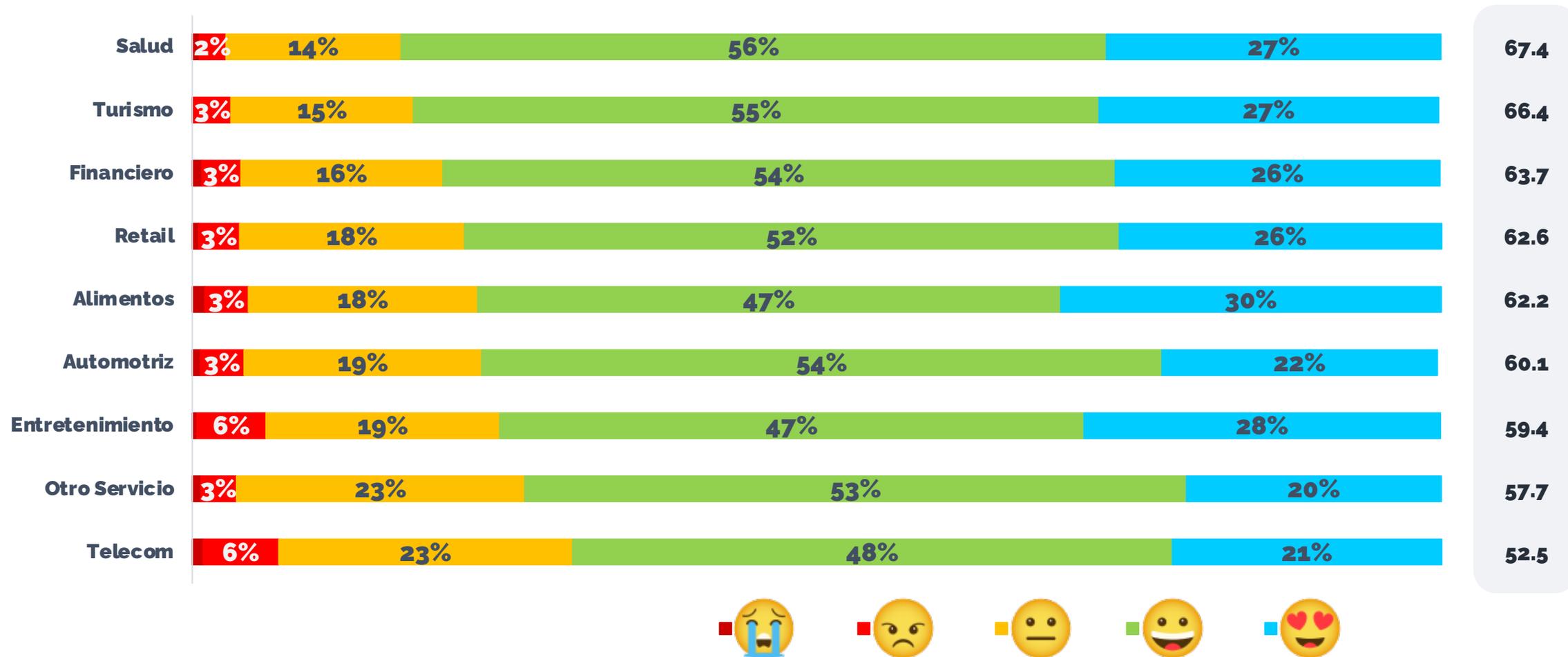
NPS, NSS e IE por industria

La industria de la salud y turismo lideran en la generación de emoticones positivos, mientras que las calificaciones más bajas en experiencia del cliente se encuentran en el sector de las telecomunicaciones y los otros servicios (*mensajería y gasolinera*)



Índice Emocional por industria

Las industrias que generan mayor 😍 son los servicios de alimentos, con un 30%, seguidos por el entretenimiento, con un 28%. En contraste, 😞 se manifiesta con más frecuencia en el entretenimiento (6%) y en el sector de las telecomunicaciones (6%)



Comparativo IE categorías y marcas

El mayor contraste en el índice emocional se observa en los sectores de bancos y televisión de paga e internet, mientras que los sectores con menor variación son gasolineras, salas de cine y tiendas de conveniencia





Los **emojis** 😍 y 😱 están **altamente correlacionados** con los niveles de satisfacción del cliente, donde 😍 se asocia con los mayores niveles de **Net Promoter Score (NPS) y satisfacción del servicio (NSS)**, generando más promotores y personas satisfechas.

Por otro lado, 😱 está **vinculado a los niveles más bajos de NPS y NSS**, resultando en más detractores y personas insatisfechas.

En resumen

Las industrias **de salud y turismo lideran en generar emociones positivas**, mientras que las telecomunicaciones y otros servicios (como mensajería y gasolineras) presentan las calificaciones más bajas en experiencia del cliente. Los sectores con mayor contraste emocional e intención de recomendar entre marcas son **bancos, televisión de paga, e internet**.



El uso de **esta escala de emojis** no solo es **más lúdico y llamativo**, sino que también nos ayuda a comprender las emociones que influyen en la satisfacción y el compromiso del cliente.

Proporciona una **herramienta eficaz para evaluar y mejorar la experiencia del cliente** en distintos puntos de contacto a lo largo de su Customer Journey.

¿Preguntas?



Contamos con una muestra representativa en **58 marcas**, y estamos preparados para ofrecer un análisis individualizado de **su desempeño de los 3 indicadores, NPS, CSAT e Índice Emocional.**



20 años | auditor service

Gracias

d|R
de la Riva group



(+52) 55 3640 1119

info@auditorservice.com

www.auditorservice.com

Síguenos en:

LinkedIn

