

MARCAS Y RECLAMOS
MARCAS Y RECLAMOS
MARCAS Y RECLAMOS
MARCAS Y RECLAMOS
MARCAS Y RECLAMOS

Durante la pandemia • Noviembre 2020 • jelly.cl

jelly



EL CONTEXTO .
EL CONTEXTO .
EL CONTEXTO .
EL CONTEXTO .
EL CONTEXTO .



EL ECOMMERCE

EXPLOTÓ EN EL MUNDO

No sólo durante la pandemia, se espera que el comportamiento se mantenga post Covid-19.



pero nos dimos cuenta

de que los reclamos

también se dispararon

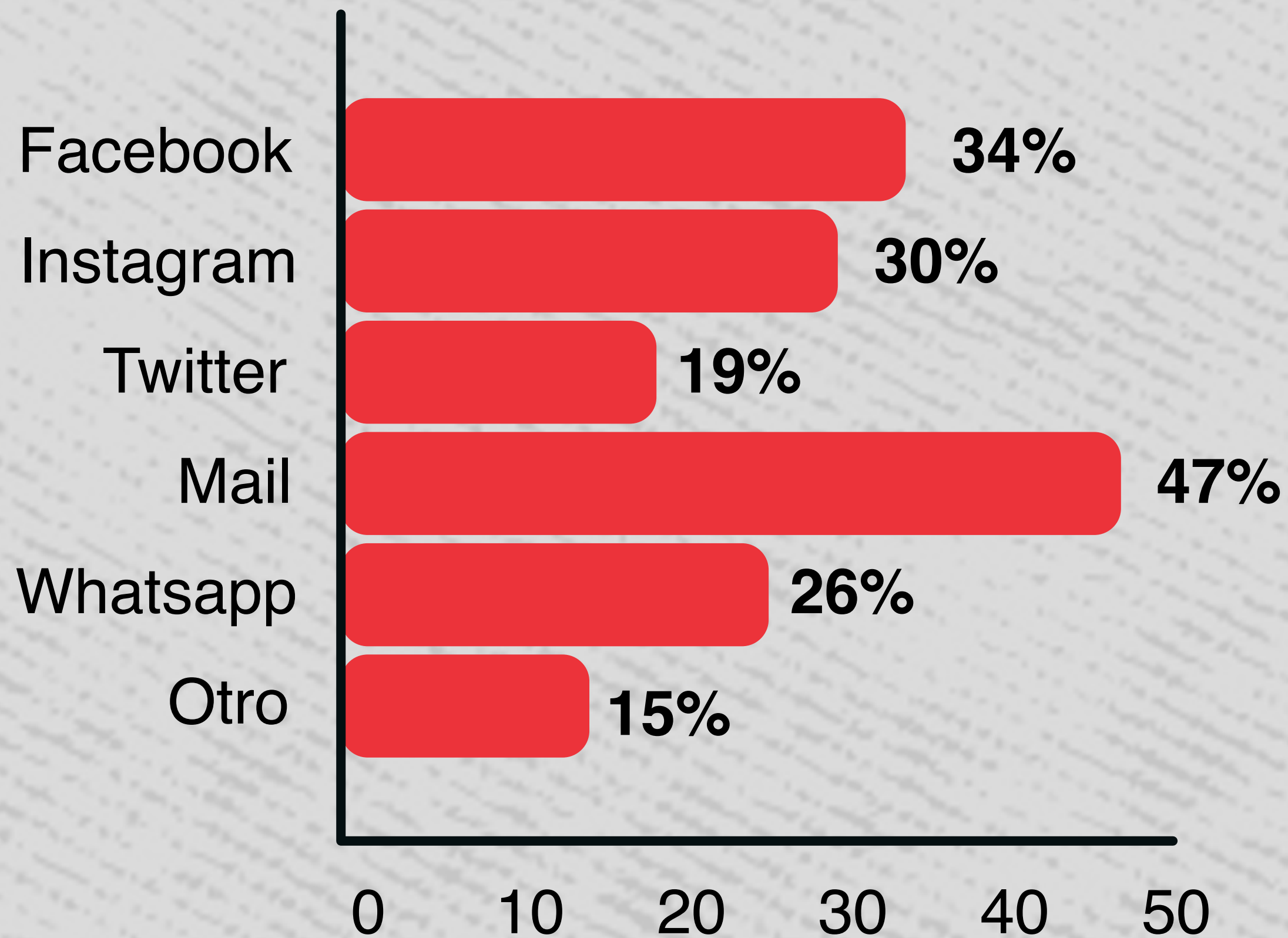
Sólo desde marzo hasta julio, **el Sernac recibió cerca de 72 mil reclamos** relacionados con retardo en la entrega de los productos comprados via e-commerce. **Por eso quisimos estudiar qué pasa con los reclamos en digital** y la experiencia al comprar.



jelly

EL ESTUDIO

A nivel digital, ¿Qué canales usaste para reclamar?

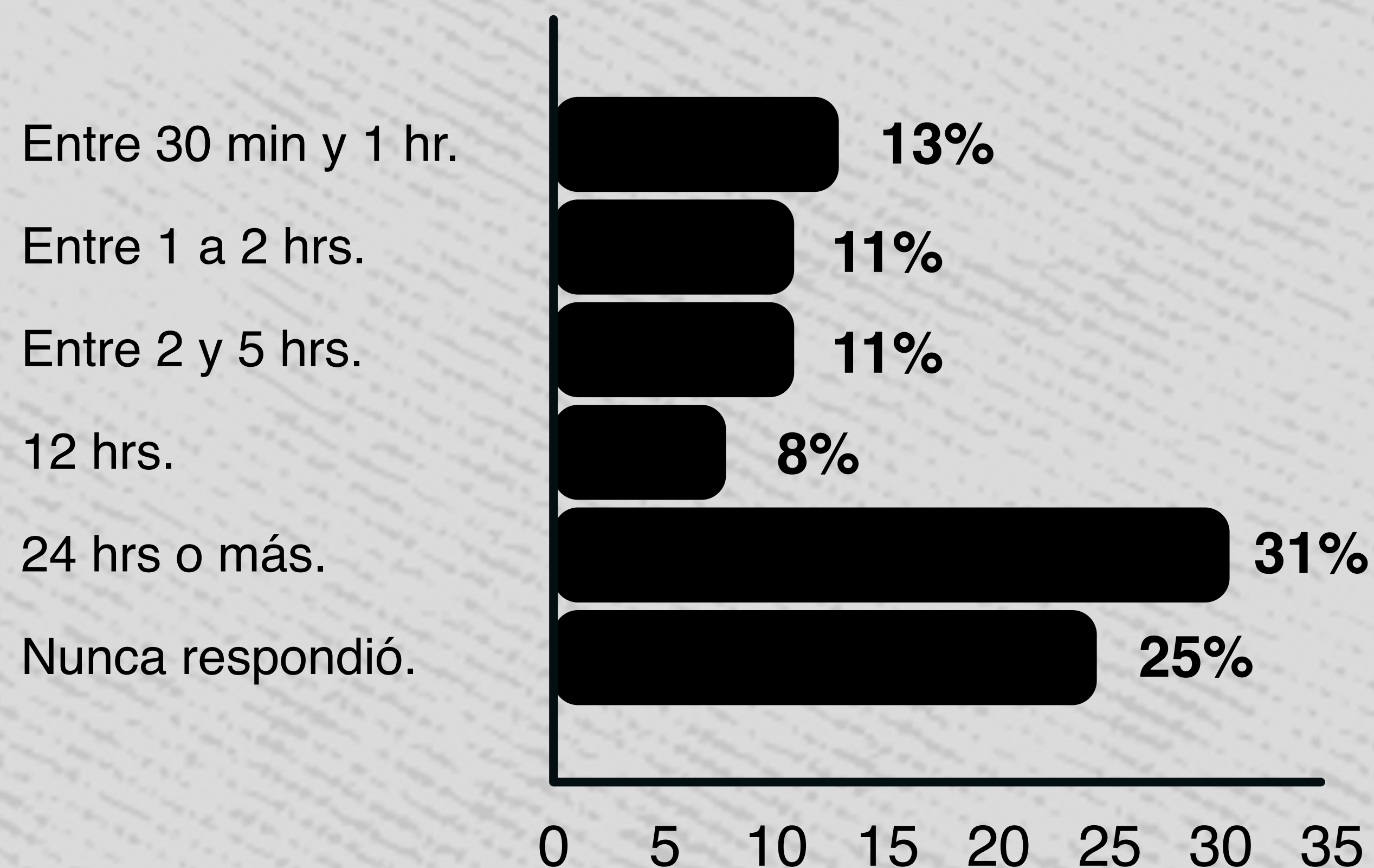


*** EL 47% RECLAMÓ POR MAIL, EL 34% LO HIZO VÍA FACEBOOK Y UN 30% USÓ INSTAGRAM.**

La generación z: un 40% reclamó por Instagram, mientras que a nivel de los millenials, el 43% lo hizo a través de Facebook.

la marca a la que le reclamaste,

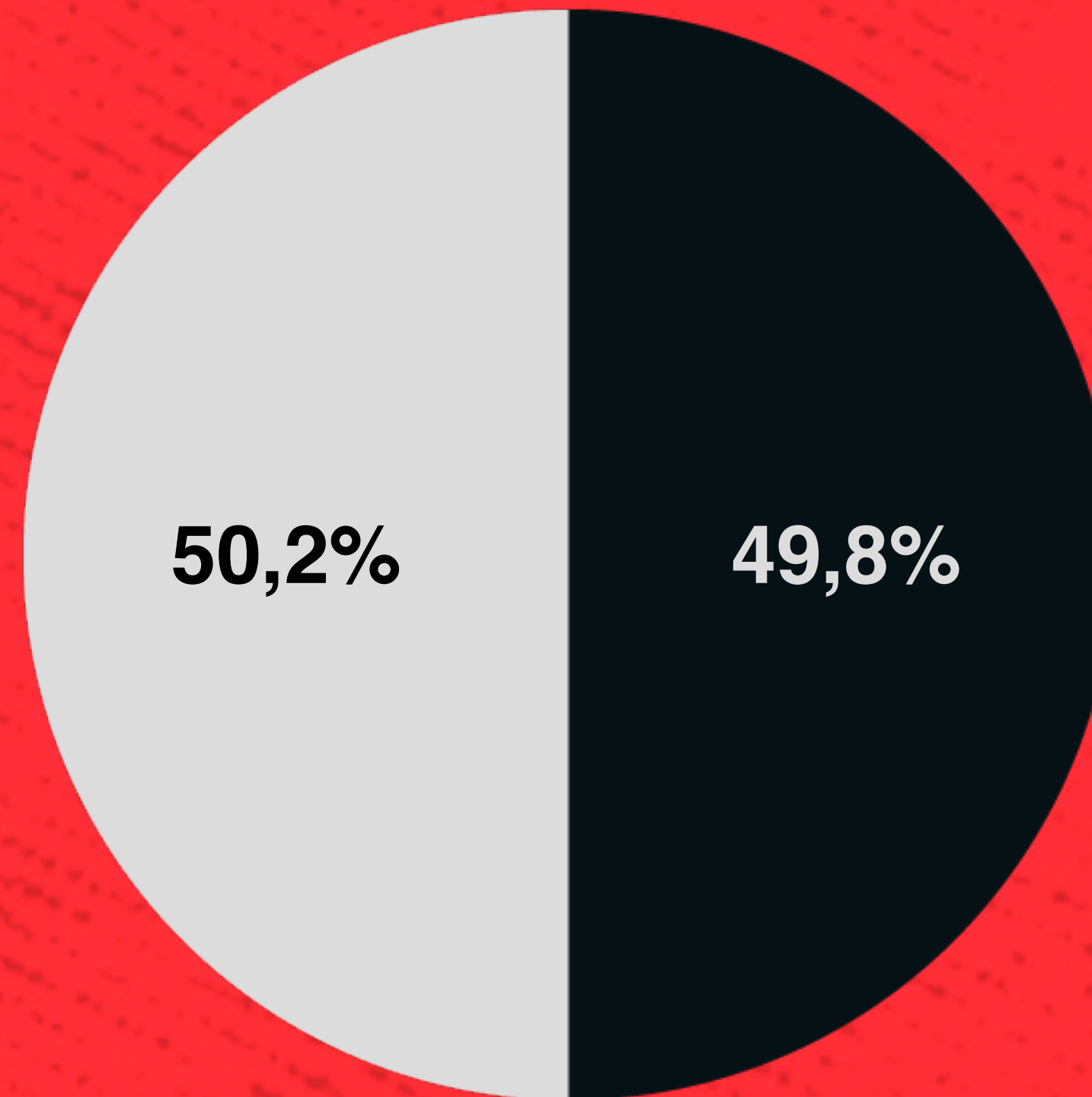
¿cuánto se demoró en responder?



*** EL 31% DICE QUE LA MARCA SE DEMORÓ 24 HRS O MÁS EN RESPONDER. Y UN 25% NUNCA RESPONDIÓ EL RECLAMO.**



¿Y TUVISTE SOLUCIÓN AL PROBLEMA?



**Si, la marca me
dio una solución**

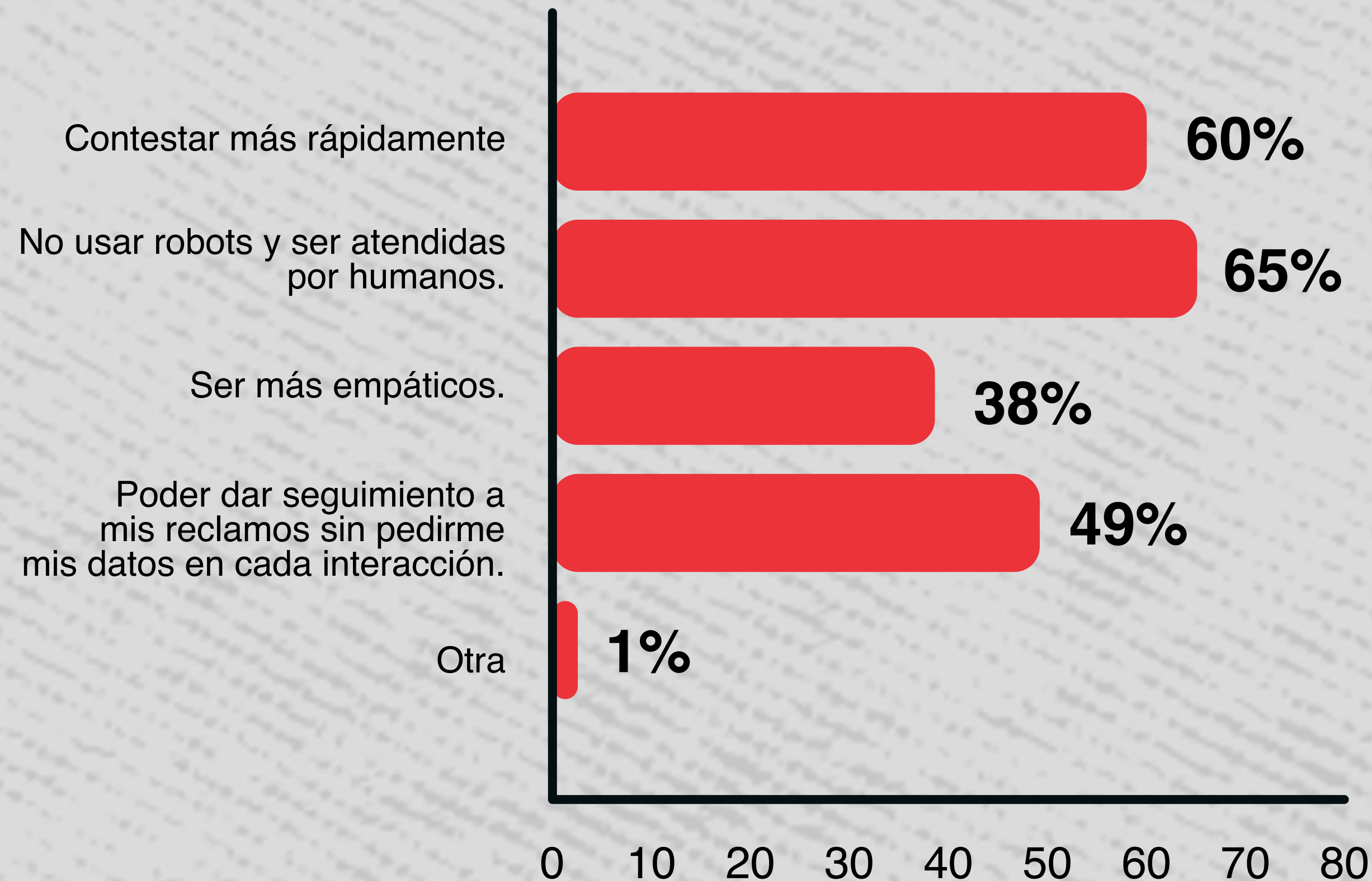


No tuve solución



**EL 49,8% DE LOS
PROBLEMAS NO
TUVO NINGÚN TIPO
DE SOLUCIÓN.**

según tu experiencia, ¿Qué le falta
a las marcas a la hora de
responder **reclamos en digital?**

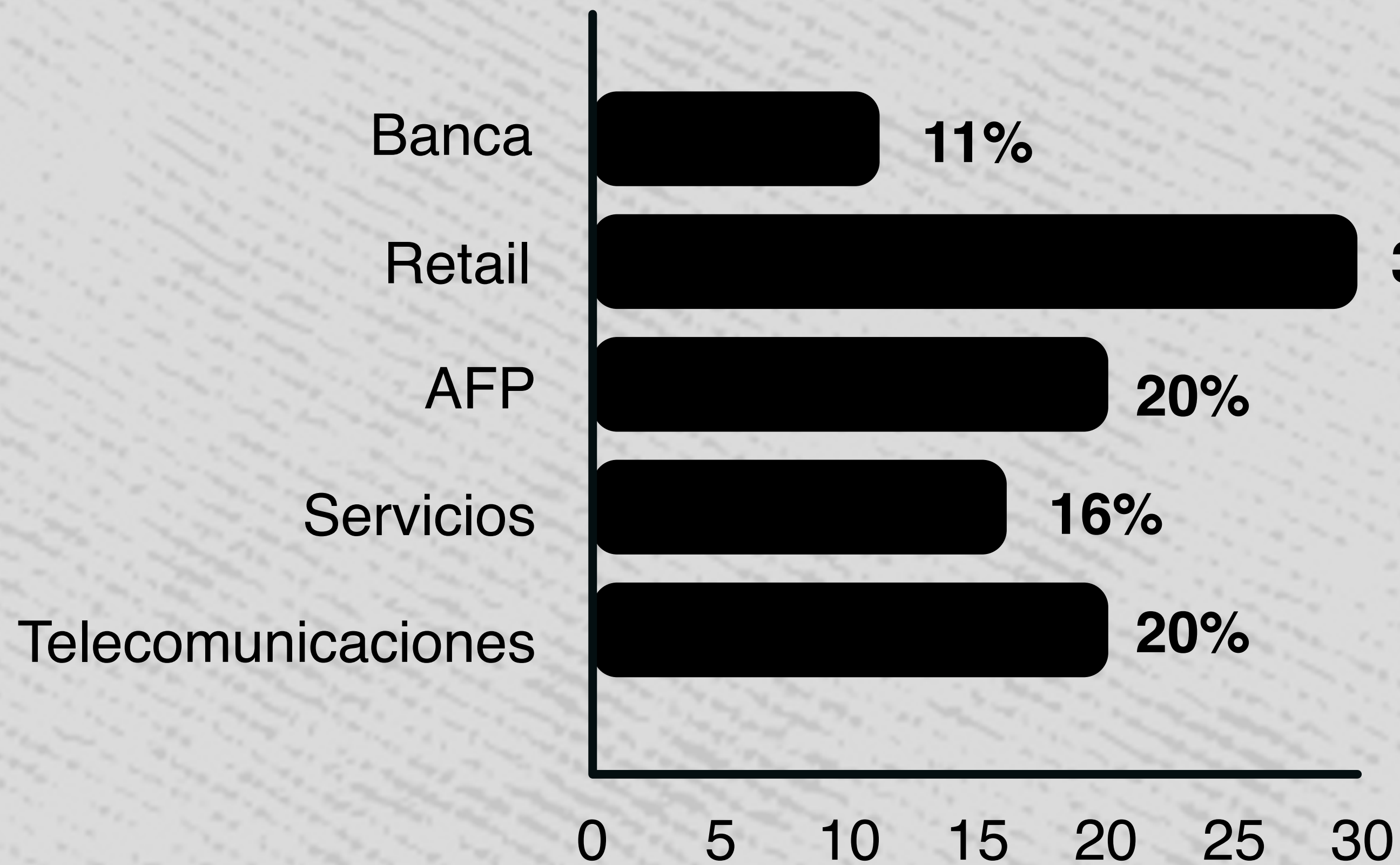


EL 65% PIENSA QUE LAS MARCAS DEBEN DEJAR DE USAR ROBOTS Y ATENDER LOS RECLAMOS POR PERSONAS. EL 60% DICE QUE CONTESTAR MÁS RÁPIDAMENTE ES EL CAMINO.

las marcas de qué industria **son**

las que peor lo hacen a la hora

de contestar reclamos en digital





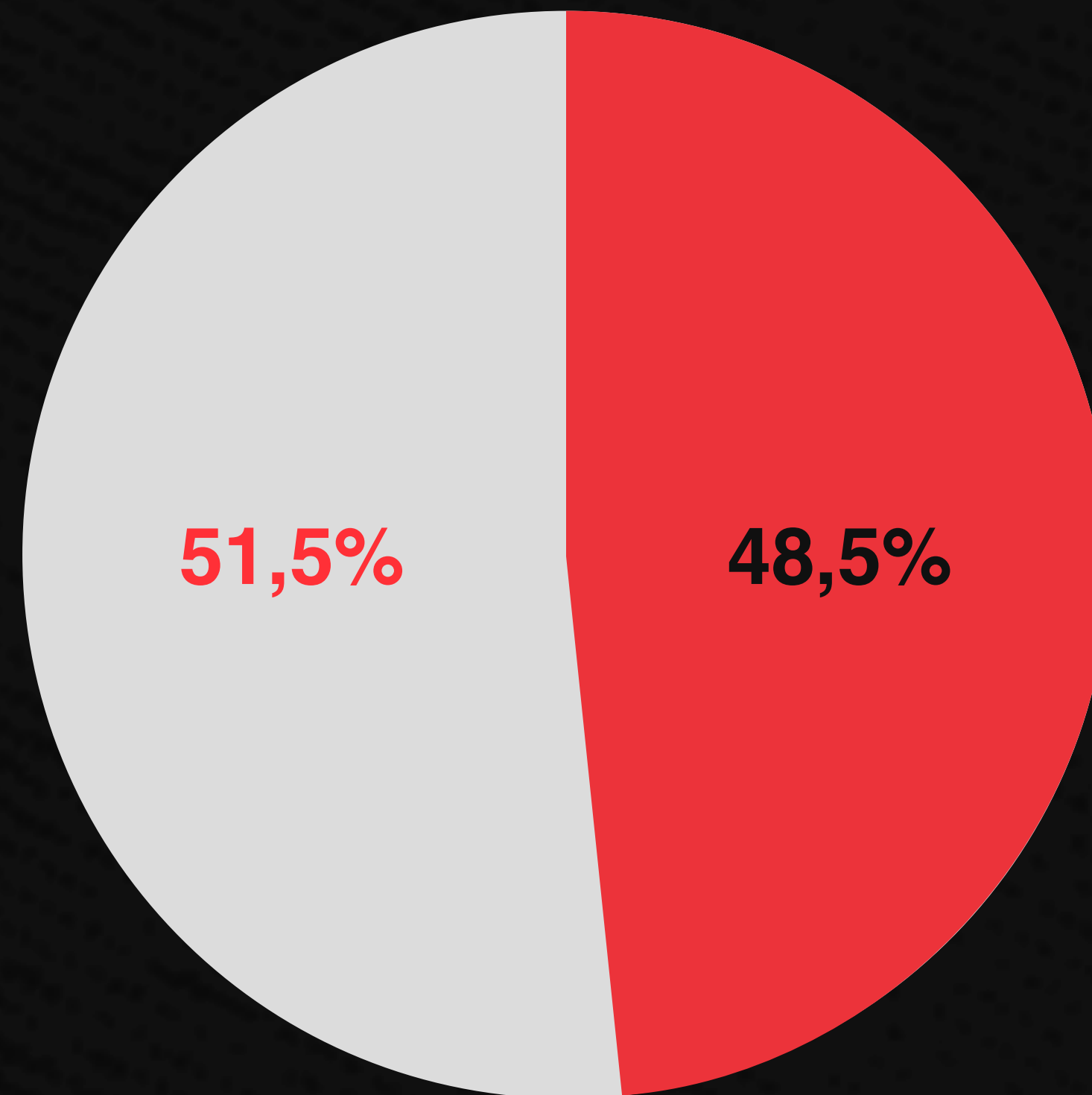
¿has tenido mejores experiencias de compra
con grandes marcas y establecidas
o con la pyme y marketplace?



PYME



Grandes marcas



**EL 51,5% HA TENIDO UNA
MEJOR EXPERIENCIA DE
COMPRA EN UNA PYME Y
MARKETPLACE.**

¿qué le hace falta a las marcas

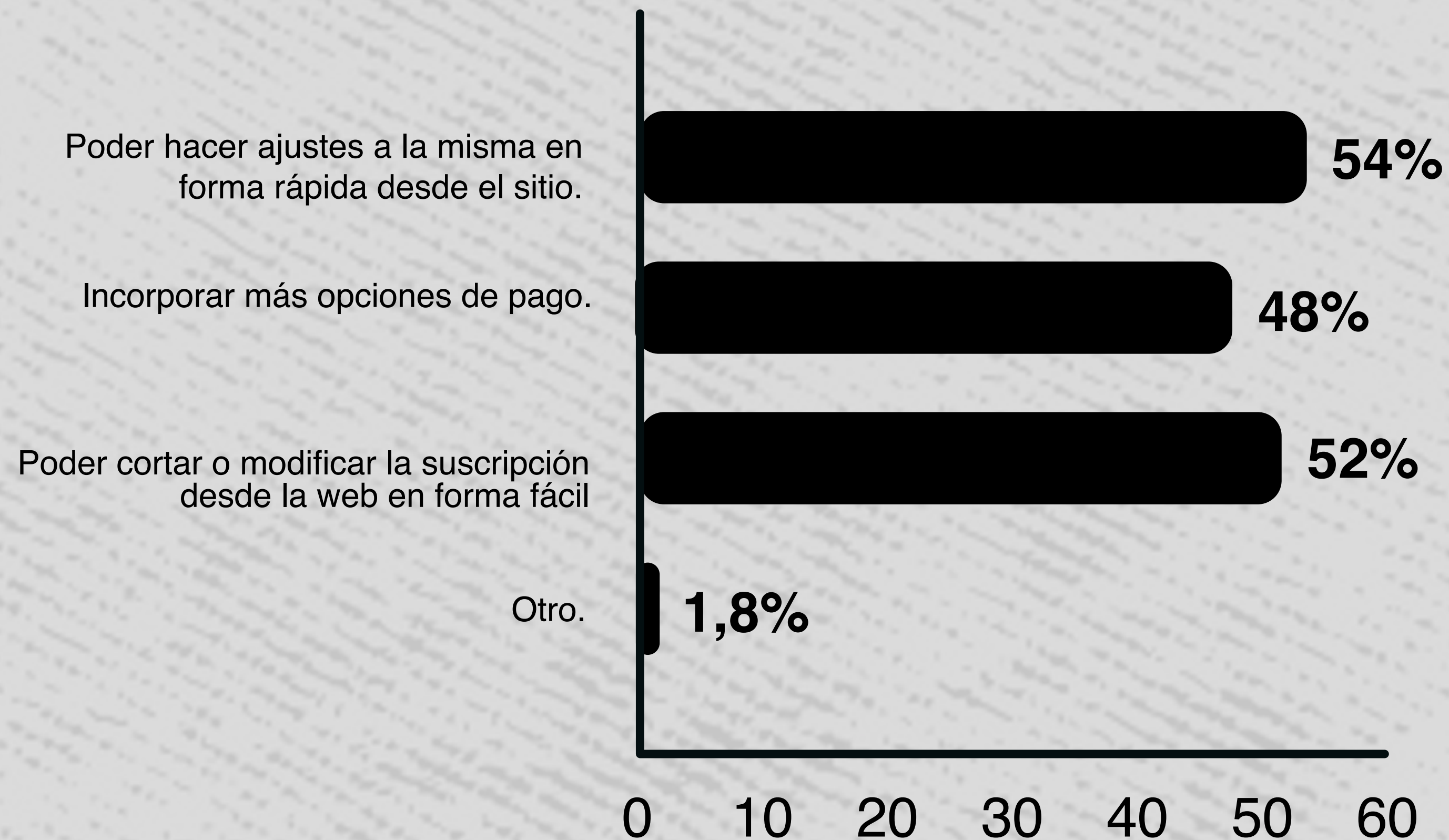
grandes para mejorar su

experiencia de compra online?



EL 62% PIENSA QUE LAS MARCAS GRANDES NECESITAN MEJORAR SU ATENCIÓN DE RECLAMOS A NIVEL ONLINE COMO CAMINO A MEJORAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA EN INTERNET.

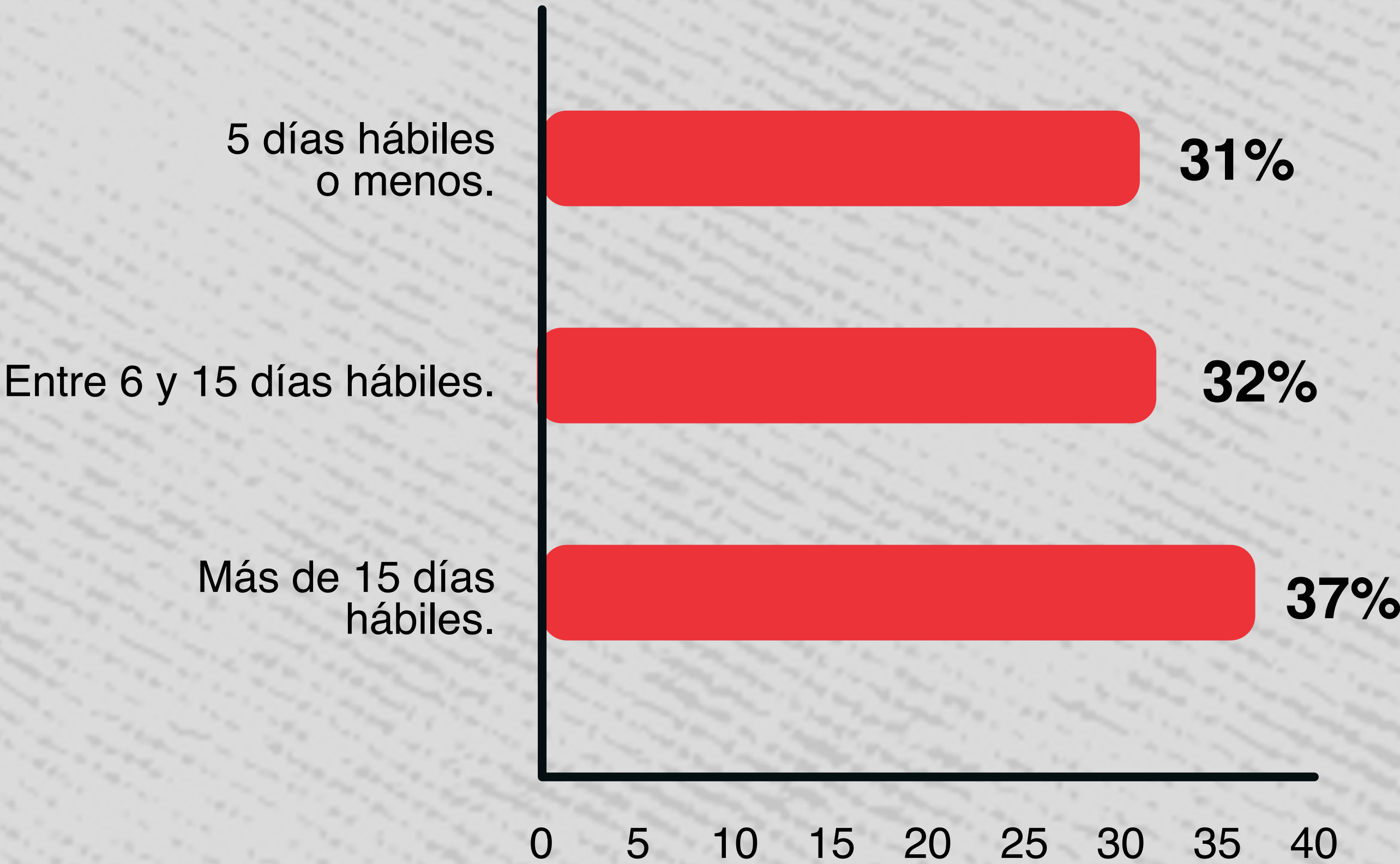
¿qué le hace falta a las marcas
grandes para **mejorar su experiencia**
de **SUSCRIPCIÓN** DE SERVICIO Online?



desde el momento **del reclamo**

hasta la solución

¿cuánto tiempo transcurrió?

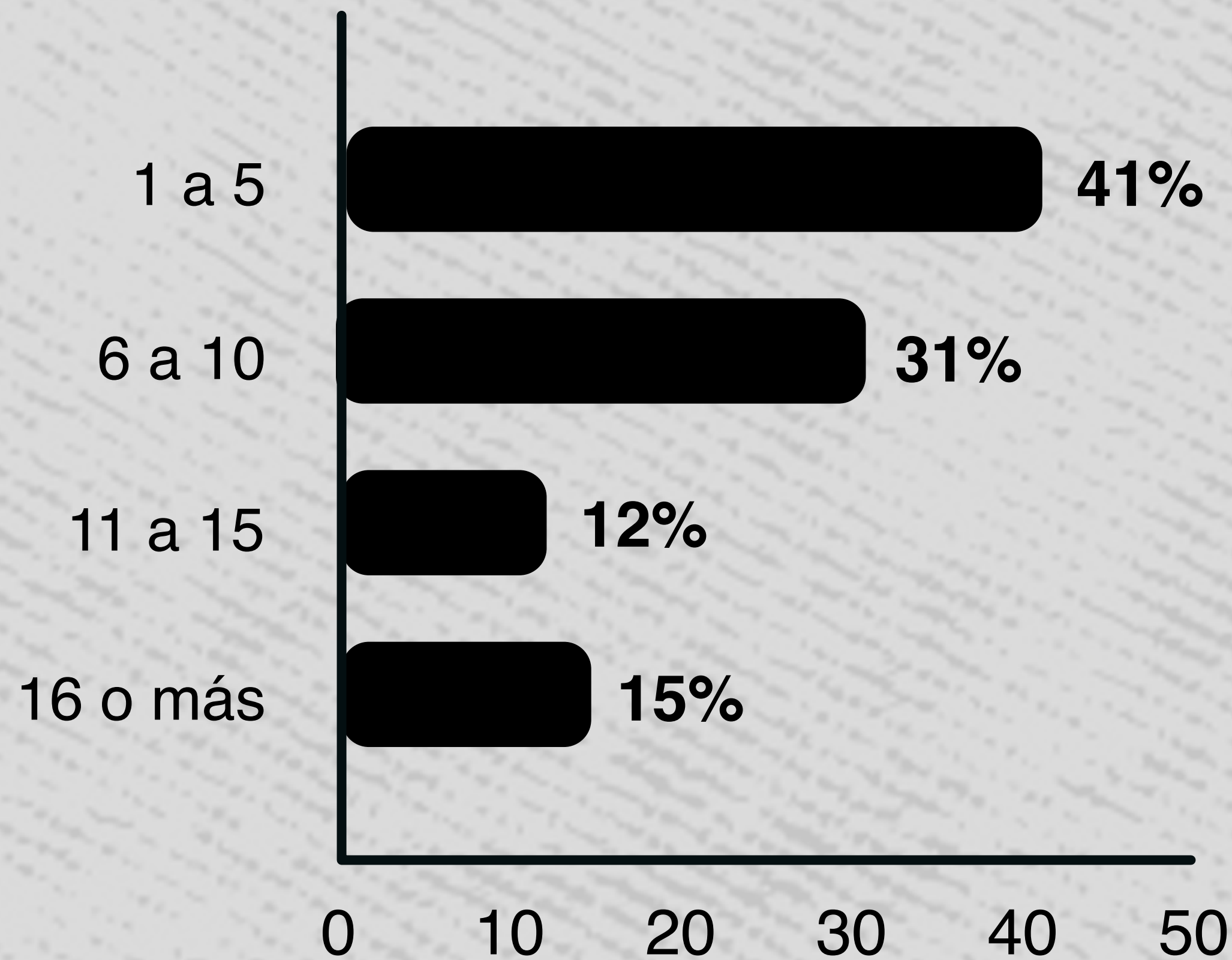


EL 37% DE LAS PERSONAS DICE QUE DESDE EL RECLAMO, LA SOLUCIÓN SE DEMORÓ MÁS DE 15 DÍAS HÁBILES.

¿a cuántas personas les cuentas

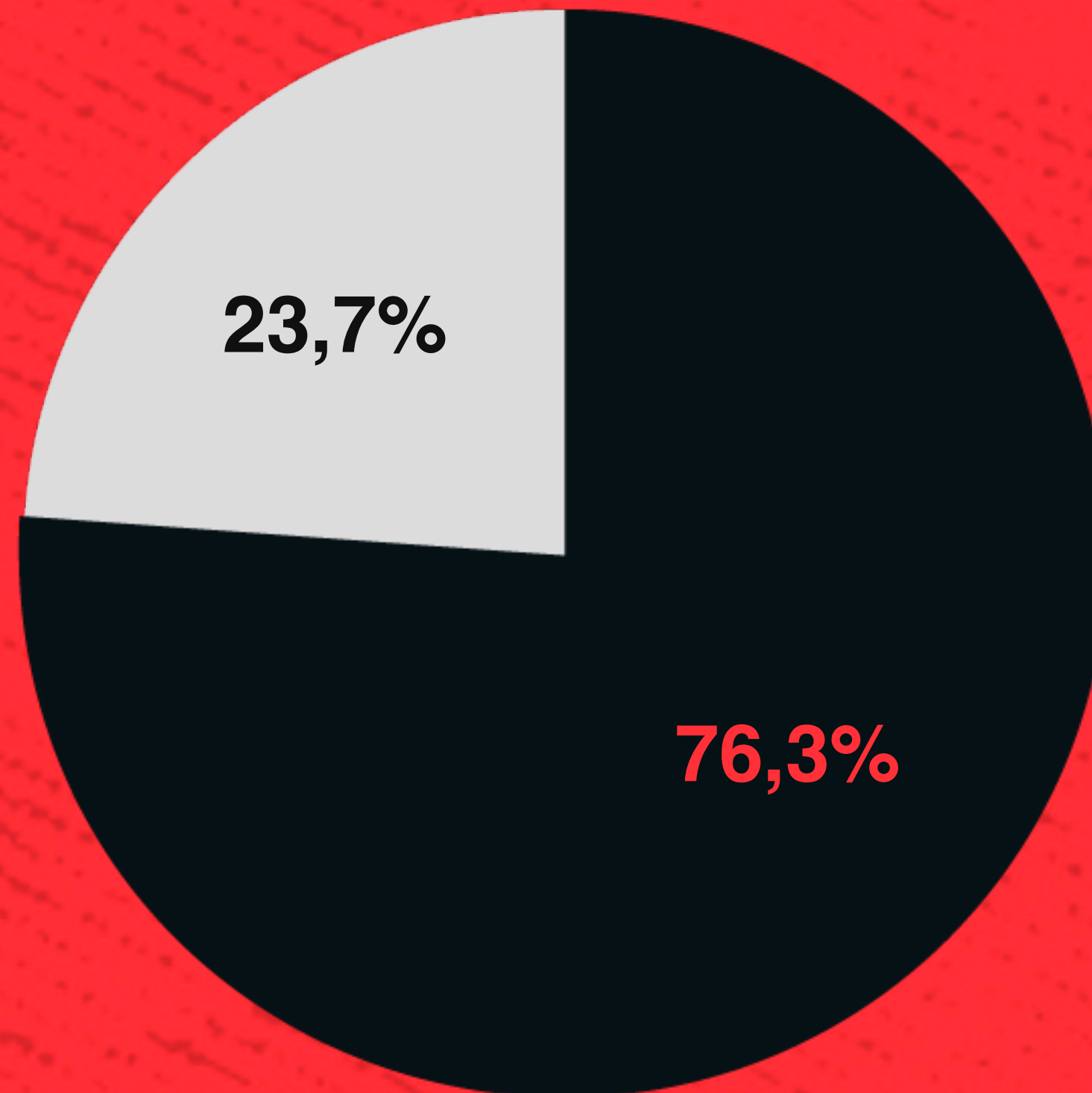
tu mala experiencia con un

reclamo a una marca?





**¿recomendarías a una marca que
dio solución a tu reclamo a nivel digital?**



**EL 76,3% DE LAS
PERSONAS
RECOMENDARÍA UNA
MARCA QUE LE DIO
SOLUCIÓN A SU
RECLAMO A NIVEL
DIGITAL.**

jelly

LA METODOLOGÍA



metodología del estudio

JELLY, AGENCIA CON ALMA DIGITAL, REALIZÓ, DESDE EL PANEL ONLINE OFFERWISE UN ESTUDIO CUANTITATIVO CONSISTENTE EN 400 ENTREVISTAS AUTOAPLICADAS.

EL PÚBLICO OBJETIVO DE ESTE ESTUDIO FUERON PERSONAS ENTRE 18 Y 45 AÑOS, SIN LÍMITES TERRITORIALES EN NUESTRO PAÍS.

EL ÚNICO FILTRO PARA PODER SER PARTE DE ESTE ESTUDIO FUE HABER RECLAMADO A NIVEL DIGITAL DURANTE LA PANDEMIA.

A hand holding a megaphone is shown in a semi-transparent, reddish-orange overlay. A thin, dark circular line is drawn around the megaphone's bell. The background is a solid, vibrant red with a fine, diagonal hatched texture.

HABILEMOS
HABILEMOS
HABILEMOS!
HABILEMOS
HABILEMOS

ר
ר
נ
ר
ר

ם
ם
ם
ם
ם