

¿Cómo fidelizar a los consumidores digitales?

Ante la avalancha de servicios digitales, no solo el precio será un elemento diferenciador.

El cliente busca la simplificación, tanto del servicio como de sus facturas, por lo que la oferta combinada de llamadas y datos móviles más servicio de banda ancha y telefonía fija ha marcado una clara línea de tendencia que ha de ir ampliándose con la aparición de nuevos servicios, que incluyan la seguridad y la domótica, para cubrir una demanda clara de los usuarios.



01 Soy 'screenager'

02 Lo quiero fácil

03 ¿Eres de confianza?

04 Gánate mi lealtad

05 Un mundo de nuevas oportunidades



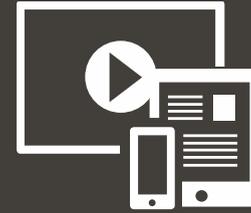
Convergencia de servicios

Esta estrategia genera la fidelidad del cliente, que siente que su vida digital mejora y se simplifica (el 91% prefieren contratar paquetes de servicios a un mismo operador). Además las nuevas ofertas combinadas incluyen la conectividad de más dispositivos cada vez.



Nuevos dispositivos en la cartera de productos y servicios

Smartwatch, casa conectada, coche conectado... la oferta de dispositivos digitales no deja de crecer, por lo que las compañías deberían incluir productos y servicios para ellos en su oferta, no solo de conectividad, sino también servicios digitales que cubran las necesidades y preferencias de los usuarios, como servicios *cloud* que faciliten una experiencia sin fisuras entre los diferentes dispositivos.



Contenido diferencial y personalizado

Con la incorporación en la oferta combinada de contenidos como música, películas, deportes, canales temáticos, etc., se genera un ecosistema de servicios convergentes en el que el usuario se siente cómodo y de donde no siente la necesidad de salir. Además, los datos sobre el uso permiten a las compañías emplear la ciencia de datos para hacerle recomendaciones a partir de todos los servicios que usa. De esta forma, el crecimiento se produce dentro de las empresas y ya no está basado en la captación de clientes de la competencia, con los costes asociados que eso conlleva, sino en la penetración y convergencia de servicios dentro de una cartera ya existente.