

El 75% de las empresas reconoce haber visto afectadas sus ventas este año

- De acuerdo con la encuesta realizada por Atento, el 69% de las empresas están redefiniendo su estrategia de ventas. Para lograrlo, el 27% apuesta por adaptar la oferta a la nueva demanda y el 24% por impulsar los canales digitales
- En cuanto a los canales mejor considerados para la venta, el 25% todavía prefieren la atención presencial, frente a un 22% que prioriza el teléfono y un 18% las redes sociales, lo que pone de manifiesto la cada vez mayor necesidad de integrar los canales

Madrid 24 de noviembre de 2020.- La actual crisis sanitaria está teniendo un fuerte impacto en todos los negocios. La Covid-19 ya está afectando incluso a las empresas con mayor volumen de ventas. Según la última encuesta realizada por Atento a más de 160 profesionales de las compañías líderes en sus sectores, el 75% reconoce haber visto afectadas sus ventas, y el 32% de los encuestados apunta que de manera drástica.

El descenso de las ventas se debe principalmente a una ralentización del consumo. Entre las principales causas, el 35% considera que se ha optado por no consumir su producto, el 29% considera que su servicio ya no es una necesidad para los consumidores y apenas un 8% piensa que ha habido una fuga de clientes a la competencia.

La nota positiva del estudio la aportan los tiempos de recuperación que manejan las empresas para volver a los niveles de ventas antes de la crisis sanitaria, apuntando un 60% que esto ocurrirá en un máximo de 1 año, frente a un 34% que indica que serán necesarios más de 12 meses.

“En momentos de incertidumbre y crisis es necesario adaptarse rápidamente. Para reactivar el consumo e intentar recuperar los niveles de ventas pre-covid, es imprescindible transformar los modelos y adecuar la fuerza de ventas a las circunstancias presentes”, comenta Pablo Sánchez, director de Marketing global de Atento. En este contexto, y de acuerdo con la encuesta realizada por Atento, el 69% de las empresas están redefiniendo su estrategia de ventas. Para lograrlo, el 27% apuesta por adaptar la oferta a la nueva demanda, el 24% por impulsar los canales digitales, un 16% apuesta por reducir costes y un 13% por modificar y rediseñar su portafolio de productos.

El confinamiento domiciliario, a raíz de la pandemia, demostró que un modelo de ventas basado únicamente en ventas físicas se convierte en una amenaza en situaciones como esta. De este modo, combinar estratégicamente las ventas físicas y con las que se hacen en remoto, incluidas las que se realizan por teléfono, chat, redes sociales, etc., priorizando la mejor Experiencia del Cliente independientemente del canal, se presenta como la mejor manera de afrontar el futuro de las ventas. Según Atento, 6 de cada 10 encuestados revela su decidida apuesta por combinar los modelos presenciales con la venta en remoto. En cuanto a los canales mejor considerados

para la venta, el 25% todavía prefieren la atención presencial, frente a un 22% que prioriza el teléfono y un 18% las redes sociales, lo que pone de manifiesto la cada vez mayor necesidad de integrar los canales.

Personalización y canales digitales para impulsar las ventas

La tecnología se ha democratizado en los últimos años y la gran variedad de servicios permite atender las necesidades de cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector. Estas herramientas ya están al alcance de cualquiera, pero el reto ahora es definir las necesidades del negocio y elegir la mejor solución. De acuerdo con este estudio, cerca de la mitad de las empresas está actualmente desarrollando herramientas de Analytics para impulsar las ventas, concretamente el 48%. En esta misma línea, los encuestados consideran que adoptar una estrategia multicanal y la personalización de las ofertas, son los principales elementos para impulsar las ventas. La cualificación de los equipos de ventas e invertir en estrategias de retención y fidelización de clientes, son otros de los aspectos que han considerado muy relevantes para recuperar las ventas.

Otra tendencia cada vez más clara es la búsqueda de aliados para optimizar los canales y el volumen de ventas. En este sentido, el 27% de los encuestados recurre a partners para proyectos de operaciones, el 21% para acciones de marketing digital, un 20% busca socios tecnológicos y un 17% apuesta por partners para definir su modelo comercial.

“Acudir a un partner o implantar procesos de externalización de Operaciones supone una gran ventaja para muchas empresas. En este sentido, es prioritario que este socio estratégico tenga la capacidad de analizar previamente, implantar con éxito y, finalmente, quedarse a operar para garantizar que los compromisos marcados con el cliente se cumplen”, añade Pablo Sánchez.

En tiempo de crisis siempre surgen nuevas oportunidades, a pesar de los datos negativos en la caída de ventas de prácticamente todas las industrias, lo cierto es que están erigiendo con fuerza nuevos sectores, principalmente digitales. Hace apenas unas semanas Atento constataba un aumento de 190% en clientes Born Digital y 245% en clientes de tecnología respecto al año anterior, un claro ejemplo de lo que deparará 2021 en cuanto a tendencias se refiere.

Sobre Atento

Atento es uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial de servicios de gestión de las relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) y líder en Latinoamérica. Atento es también un proveedor líder de servicios CRM/BPO nearshoring para compañías que desarrollan su actividad en Estados Unidos. Desde 1999, la sociedad ha desarrollado su modelo de negocio en 13 países y cuenta con presencia en España y una plantilla de 150.000 empleados. Atento cuenta con más de 400 clientes a los que presta una amplia gama de servicios CRM/BPO a través de múltiples canales. Sus clientes son empresas multinacionales líderes en sectores como la tecnología, las nuevas empresas digitales, las telecomunicaciones, las finanzas, la asistencia sanitaria, el consumo y la administración pública, entre otros. Las acciones de Atento cotizan bajo el símbolo ATTO en la Bolsa de Nueva York (New York Stock Exchange). En 2019, Atento fue reconocida por Great Place to Work® como una de las 25



Mejores Multinacionales para Trabajar en el Mundo y como una de las 25 Mejores Multinacionales para trabajar en Latinoamérica. Para más información www.atento.com

Relación con medios Atento España

Atento España
Betsaida Sedano +34 91 740 68 00
bsedano@atento.com

Para más información, por favor contacte con:

Weber Shandwick
Jorge Aguado – jaguado@webershandwick.com
+34 648 953 247