

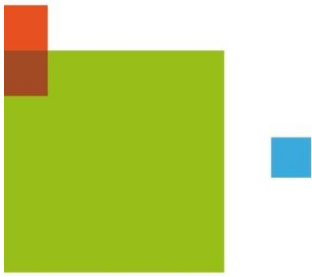


Crear una mejor experiencia digital

Retos difíciles, mejores beneficios
y por qué todo importa

Informe oficial





Contenido

Introducción	3
Alcance de la investigación	3
Resultados clave	3
La transformación digital	4
Gastos	4
Retos para superar	4
Departamentos dispares	5
Beneficios potenciales de las tecnologías digitales	6
Entrega de una experiencia perfecta	7
Priorizar y reconocer la importancia de una experiencia perfecta	7
Mejorar la experiencia digital del cliente	7
Uso de la solución de CA Technologies	10
Información respecto del recorrido del cliente	10
“Llegar hasta” los beneficios	10
¿Por qué apuntar a una experiencia perfecta?	12
Conclusión	13
Cómo CA puede ayudarlo...	13

Introducción

Parece que nunca ha habido un reto más importante para las empresas que el proceso de digitalización exitosa. El avance de la tecnología nunca fue tan rápido e implacable y el impacto instantáneo que está teniendo en los negocios puede ser sofocante para aquellos que intentan mantenerse al día con los últimos avances. Adoptar tecnologías digitales es el objetivo al que todos apuntan y existe un temor real de perder el cambio en el mercado. Un intento fallido en digitalización, o ningún intento, podría dejar a una organización intentando ponerse al día por una década, si es que puede ponerse al día nuevamente.

La transformación digital puede ser un proceso difícil de llevar a cabo correctamente. Una adopción tardía, o una mala inversión, y el proceso se detiene abruptamente.

Ahora más que nunca, es imprescindible que las organizaciones se diferencien y sobresalgan entre los innumerables competidores. Los consumidores nunca tuvieron tantas opciones y las organizaciones nunca tuvieron tantos motivos para seguirlos de cerca.

Entonces, ¿dónde necesitan las organizaciones centrar sus esfuerzos de transformación digital para ser exitosas? La respuesta podría estar en la experiencia del cliente digital. En un mundo donde los clientes están acostumbrados a realizar compras en línea, navegar en docenas de sitios antes de tomar una decisión, una experiencia del cliente perfecta podría ser lo que convierta una navegación en una compra. Los clientes exigen más de sus experiencias digitales: las empresas deben responder a esa exigencia y tomar el siguiente paso con sus servicios digitales y ofrecer un recorrido mucho más completo para los clientes.

Alcance de la investigación

Este documento se basa en un estudio encargado por CA Technologies y realizado por la empresa independiente de investigación de mercado Vanson Bourne. Las entrevistas comenzaron en julio de 2016 y continuaron hasta agosto, se entrevistó a un total de 200 responsables de la toma de decisiones de TI, propietarios de aplicaciones y desarrolladores de aplicaciones en EE. UU. (125) y el Reino Unido (75).

Los encuestados provenían de organizaciones con más de 1000 empleados, o una ganancia anual de más de USD 1 mil millones. Estas organizaciones han tenido que atravesar el proceso de impulsar iniciativas digitales para volverse más digitales y provinieron de los siguientes sectores:

- Servicios financieros
- Fabricación
- Tecnología y telecomunicaciones
- Comercio minorista, distribución y transporte
- Otros sectores comerciales
- Sector público

Los encuestados debían tener alguna participación en aplicaciones móviles o web. 35% de los encuestados tenía responsabilidad global total por las aplicaciones móviles en su organización y el 31% tenía responsabilidad global completa por las aplicaciones web.

De aquí en adelante, salvo que se indique, las estadísticas y los porcentajes en este reporte muestran solo los datos de los encuestados en EE. UU

Resultados clave

- La digitalización exitosa continúa siendo un reto para la mayoría
 - Más del 90% ha enfrentado retos a pesar de que más de la mitad (59%) invierte considerablemente más
- Las organizaciones se están esforzando por ofrecer una experiencia digital perfecta
 - De hecho, solo el 28% de los encuestados cree que su organización es completamente exitosa en esto
 - Esto podría deberse al 88% que carece de información sobre la experiencia digital y al 94 % que necesita mejorar el modo en que mide la experiencia del cliente
- Sin embargo, una solución de CA puede ayudar: con soluciones de CA es menos probable que los usuarios carezcan de información y más probable que tengan clientes satisfechos

La transformación digital

Gastos

La abrumadora presión en las organizaciones para digitalizarse ha hecho que casi todas (96%) las organizaciones de los encuestados invierta en iniciativas digitales en los últimos 12 meses. De hecho, ninguno de los encuestados vio a sus organizaciones reducir las inversiones en este tiempo.

Este impulso de inversión también parece que continuará, más de la mitad de los encuestados esperan que la inversión de su organización aumente considerablemente en los próximos 12 meses (54%) y más allá (52%).

Es probable que un motivador clave para este aumento en la inversión provenga del 99% de los encuestados que creen que su organización gozará de un aumento en las ganancias como resultado de su transformación digital. Estos encuestados prevén un aumento promedio en las ganancias del 21%, un salto considerable independientemente del tamaño de la organización.

Una cosa es segura: las organizaciones están tomando la transformación digital muy en serio, como lo demuestra la cantidad que está invirtiendo en la misma. Con esta inversión extra en la actualidad y en el futuro cercano, es más importante que nunca para las organizaciones garantizar que estén haciendo las inversiones correctas en las áreas correctas; si no pueden hacerlo bien, sus competidores tal vez puedan.

Aumentar las ganancias es una motivación clave, pero no siempre es la principal prioridad para la transformación digital. Para alrededor de un tercio, optimizar el recorrido del cliente (34%), o mejorar el desempeño digital y la disponibilidad (31%) es la principal prioridad. Los encuestados están ansiosos por usar las iniciativas digitales para mejorar la experiencia del cliente y esto podría ser un factor que impulse las inversiones.



Principales prioridades al adoptar tecnologías digitales



Figura 1: "¿Cuáles de las siguientes son las principales prioridades para los esfuerzos de transformación digital de la organización?" Se muestran las respuestas que ocuparon los primeros puestos. Se les preguntó a todos los encuestados y se muestran solo las respuestas de EE. UU. (125 encuestados)

Retos para superar

La transformación digital no es un proceso sencillo para las organizaciones: 90% ha vivido retos empresariales y 91% ha vivido retos tecnológicos al intentar adoptar la digitalización.

Al considerar la necesidad de transformación digital, es importante que las organizaciones puedan navegar con éxito el campo minado de retos cuando adopten la digitalización si desean alcanzar sus prioridades, como optimizar el recorrido del cliente y mejorar el desempeño digital y la disponibilidad.

Solo un tercio (33%) de los encuestados considera el costo tecnológico inicial como un reto y es más probable que las organizaciones de los encuestados luchen por una rápida salida al mercado (44%) y la complejidad tecnológica (42%). Es probable que lidiar con cualquiera de estos aspectos afecte la experiencia del cliente. Parece que el dinero puede comprar casi todo, pero las habilidades tecnológicas son un recurso invaluable.

Esto indica que las organizaciones deberán permanecer receptivas a los posibles retos, aun con la capacidad de utilizar tanto dinero como sea posible. En esta situación, el conocimiento más especializado y técnico es clave, ya sea dentro de la empresa o viniendo de un tercero.

Departamentos dispares

Al adoptar la digitalización, los datos “en silos” dispares son un reto para el 14%, pero las personas “en silos” son también un problema para algunos. Puede ser difícil para las organizaciones lograr sus prioridades si los distintos departamentos adoptan tecnologías digitales a ritmos diferentes.

Sin embargo, una falta de entusiasmo de los departamentos cuando se trata de adoptar la digitalización puede no ser lo único que esté reteniendo la digitalización. Solo una minoría de los responsables de la toma de decisiones de TI cree que otros departamentos (por ejemplo, marketing: 46%) deberían adoptar la digitalización. Esta falta de soporte e incentivo por parte de TI puede detener a otros departamentos, lo que genera mayor disparidad.

Podría ser que los encuestados simplemente no aprecien la necesidad de todos los departamentos de ser igualmente digitales para facilitar la colaboración efectiva. Esto es probable, considerando que los departamentos empresariales se resisten al cambio (48%) y algunos departamentos, como TI, están dejando a otros atrás (34%). Estos retos serán exasperados si el departamento de TI no puede reconocer la necesidad de otros departamentos de adoptar tecnologías digitales por completo.



Desafíos empresariales al adoptar tecnologías digitales



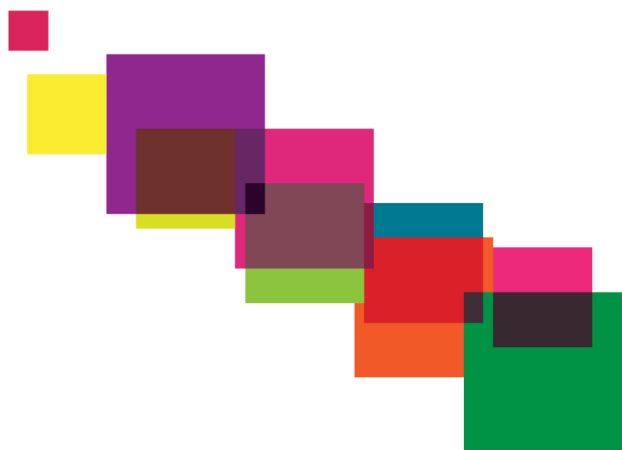
Figura 2: Análisis que muestra los retos empresariales al adoptar la digitalización. No muestra “La digitalización no es particularmente beneficiosa para mi organización y sector” ni “No hemos experimentado retos empresariales al adoptar la digitalización”. Se les preguntó a todos los encuestados y se muestran solo las respuestas de EE. UU. (125 encuestados)

Parece existir una lucha dentro de las organizaciones dado que diferentes departamentos adoptan la digitalización a diferentes ritmos. Esto se debe potencialmente a la falta de colaboración entre los departamentos, que puede causar problemas al desarrollar aplicaciones móviles, ya que la mayoría (84%) requiere la participación de diferentes departamentos al hacerlo.

Beneficios potenciales de las tecnologías digitales

A pesar del distinto grado de entusiasmo y éxito respecto de la digitalización en la empresa, los encuestados aún prevén que su organización gozará de beneficios. De hecho, todos los encuestados (100%) esperan al menos un beneficio como resultado de la adopción de prácticas digitales.

Más de la mitad espera atraer nuevos clientes (54%) y reducir los costos de TI (54%), mientras que más de un tercio (34%) siente que adoptar la digitalización los ayudará a permanecer competitivos en su mercado, algo que es más crucial que nunca, ya que la competencia para los clientes se desplazó al ámbito en línea.



Los beneficios esperados como resultado de la adopción de la digitalización



Figura 3: Análisis que muestra los beneficios ya obtenidos como resultado de la adopción de la digitalización, solo muestra las respuestas seleccionadas por el 30% de los encuestados o más. Se les preguntó a todos los encuestados y se muestran solo las respuestas de EE. UU. (125 encuestados)

A pesar de los retos de adoptar tecnologías digitales, los beneficios potenciales están atrayendo fuertemente a las organizaciones. Y les guste o no, parecería que la digitalización es un desarrollo esencial que las organizaciones deben llevar a cabo para permanecer competitivas en el futuro.

Entrega de una experiencia perfecta

Priorizar y reconocer la importancia de una experiencia perfecta

Solo la minoría (37%) de los encuestados ve la entrega de una experiencia perfecta a través de canales digitales como una de las principales prioridades para la transformación digital en su organización, pero la mitad (50%) lo ve como un área principal en la cual centrarse cuando se apunta a mejorar la experiencia digital para los clientes.

Si bien los encuestados reconocen la importancia de la experiencia perfecta para sus clientes, se están centrando con mayor fuerza en otras áreas, más generales, a través de la transformación digital, como por ejemplo mejorar el desempeño digital (60%). Esto puede deberse a que los retos al adoptar tecnologías digitales han sido mayores y más numerosos que lo que se había previsto al principio. Como resultado, solo el 25% piensa que su organización es "muy buena" en la provisión de esta experiencia perfecta en las diversas plataformas y solo el 28% piensa que su organización es completamente exitosa en esto.

Cuán buena es su organización para proporcionar una experiencia digital perfecta en varias plataformas

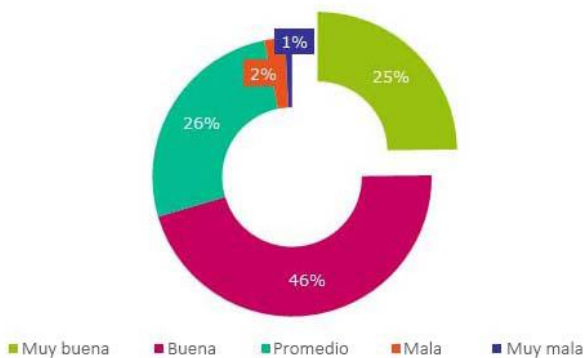


Figura 4: Análisis que muestra cómo los encuestados califican su respecto de proporcionar una experiencia digital perfecta en varias plataformas. Se les preguntó a todos los encuestados y se muestran solo las respuestas de EE. UU. (125 encuestados)

Sin embargo, parece que existe una confusión, ya que los encuestados reconocen la importancia de una experiencia perfecta y desean mejorarla para los clientes, pero optimizar el recorrido del cliente no es una de las tres prioridades principales para casi la mitad de los encuestados (48%) al digitalizar su organización. Nuevamente, quizás más evidencia de que los retos iniciales de seguridad y costos están sobrepasando a las organizaciones y les impiden cambiar su estrategia hacia iniciativas digitales más proactivas.

Además, el 90% de las organizaciones de los encuestados enfrenta retos al intentar entregar una experiencia digital 5 estrellas. Es justo decir que las dificultades al proveer una experiencia perfecta están causando esto. Un flujo omnipresente entre los canales y las plataformas podría verse esencial para una experiencia 5 estrellas y puede reducir los retos que están experimentando las organizaciones para alcanzarla.

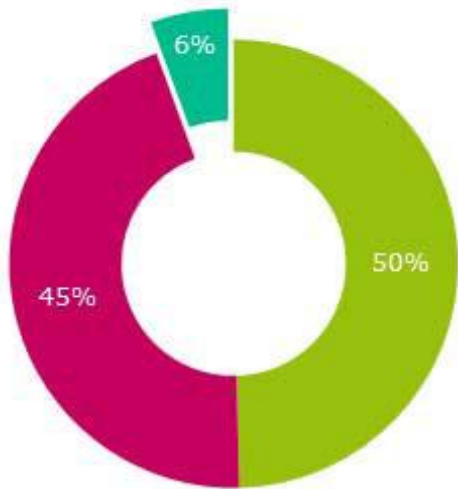
Mejorar la experiencia digital del cliente

Una falta de información respecto de la experiencia digital puede ser uno de los motivos por los cuales tantas organizaciones de los encuestados enfrentan retos al intentar entregar una experiencia digital 5 estrellas. De hecho, la gran mayoría (90%) siente que su organización carece de información. La misma cantidad (90%) acepta que su organización podría hacer más para entender por completo todos los aspectos del recorrido del cliente.

Esta falta de información explicaría por qué la gran mayoría (94%) siente que su organización podría mejorar la manera en la que mide la experiencia del cliente. Esta incapacidad de medir está generando una falta de información respecto de la experiencia del cliente, que a su vez, está haciendo que sea muy difícil entregar la experiencia 5 estrellas.



Su organización necesita mejorar el modo en que mide la experiencia del cliente



- Podríamos mejorar considerablemente el modo en que medimos la experiencia del cliente
- Podríamos mejorar el modo en que medimos la experiencia del cliente
- No necesitamos mejorar el modo en que medimos la experiencia del cliente

Figura 5: “¿En qué medida podría su organización mejorar la manera en la que mide la experiencia del cliente en los canales digitales?” Se les preguntó a todos los encuestados y se muestran solo las respuestas de EE. UU. (125 encuestados)

Entonces, ¿dónde están teniendo problemas las organizaciones específicamente con la información? Más de la mitad (54%) de los encuestados siente que carece de información respecto del análisis del uso que mide la ubicación y la retención de los usuarios, etc.

Alrededor de un tercio siente que carece de información respecto del recorrido del cliente de un canal a otro (42%), el análisis del desempeño para monitorear las transacciones desde un dispositivo de usuario a back-end (36%) y análisis de los desarrolladores respecto de los bloqueos y la optimización del flujo de las aplicaciones (32%).



“¿Qué información le falta a su organización respecto de la experiencia digital?”



Figura 6: “¿Qué información le falta a su organización actualmente respecto de la experiencia digital?” Se les preguntó a todos los encuestados y se muestran solo las respuestas de EE. UU. (125 encuestados)

Estas brechas en la información tienen mayor impacto cuando consideramos que el 99% de los encuestados sentía que su organización debe mejorar al menos un área de la experiencia digital para los clientes. En promedio, los encuestados ven tres áreas que requieren mejora y casi todos (98%) han intentado realizar estas mejoras en la experiencia digital. Sin embargo, el 85% se enfrentó a retos al intentar hacerlo.

Poco más del cuarenta por ciento (42%) de los encuestados carece de cohesión entre los departamentos, que ha generado una falta de estrategia digital clara; y más de un tercio (35%) se preocupa de que carece de las habilidades técnicas dentro de la empresa para mejorar la experiencia digital. La mejora será difícil si faltan una estrategia clara y las habilidades requeridas. Esta falta de estrategia también puede llevar a algunos departamentos a quedar atrás en la búsqueda de tecnologías digitales.

Retos vividos al intentar mejorar la experiencia digital



Figura 7: "¿Qué retos ha experimentado su organización al intentar mejorar la experiencia digital para sus clientes?" Se les preguntó a todos los encuestados y se muestran solo las respuestas de EE. UU. (125 encuestados)

Pero, ¿por qué una organización debería esforzarse para mejorar la experiencia del cliente y qué beneficios tendría para las empresas con presencia en línea? Bien, entre los encuestados, se cree que realizar esta mejora podría tener algunos beneficios dentro de la organización con impactos que cambien potencialmente el juego. Una mayoría (70%) de los encuestados dice que su organización atraería, en su opinión, más clientes, mientras que a más de la mitad le iría mejor al retener clientes existentes (54%) y alienta a más clientes nuevos a comprar (54%).

Beneficios de mejorar la experiencia digital



Figura 8: "¿Qué beneficios experimentaría su organización si pudiera mejorar la experiencia digital para sus clientes?" Se les preguntó a todos los encuestados y se muestran solo las respuestas de EE. UU. (125 encuestados)

Para muchos vendedores minoristas, estos tres resultados son los logros de patrón oro y algo que separa a los vendedores minoristas exitosos del resto y resalta la importancia fundamental de obtener una correcta experiencia del cliente. Y no hay mejor lugar para obtener la correcta experiencia del cliente que en línea, el aspecto más accesible y más visible de muchas empresas.

Uso de la solución de CA Technologies

Las estadísticas en esta sección combinan EE. UU. y el Reino Unido

Información respecto del recorrido del cliente

Hemos visto una preocupante falta de información de las organizaciones respecto del recorrido del cliente, su desempeño y desarrollo. Pero, ¿esto se debe a que las organizaciones no están enfatizando ni dándose cuenta del valor real del análisis preciso en tiempo real, o simplemente porque están usando las herramientas incorrectas? Para muchas organizaciones, el análisis puede ser una actividad "extracurricular" que realizan si tienen presupuesto adicional disponible al finalizar el trimestre. Y cuando este es el caso, las organizaciones pueden recurrir a herramientas genéricas o demasiado simplistas en lugar de invertir en una herramienta especializada y totalmente integrada, de un proveedor como CA Technologies (CA).

Esto queda demostrado por la inversión digital realizada por las organizaciones de los encuestados que usan las soluciones CA App Experience Analytics o CA Application Performance Management de CA para medir la experiencia digital del cliente en los canales digitales, en comparación con aquellas que no usan una solución de CA. Casi dos tercios (65%) de los encuestados que usa una solución de CA ha visto mucha más inversión en iniciativas digitales en los últimos 12 meses, en comparación con poco más de mitad (51%) de los encuestado que no usa una solución de CA. Esto podría indicar una mayor madurez digital entre las organizaciones que usan una solución de CA: organizaciones que toman la experiencia del cliente más seriamente que la mayoría.

Esta inversión adicional por parte de las organizaciones que usan una solución de CA es interesante, ya que estos usuarios también nos informan que es más probable que vean una reducción en los costos de TI como resultado de su iniciativa digital (63% que usa una solución de CA contra 41% que no usa una solución de CA). Con más inversión en general y menos destinada a funciones de TI básicas, estos usuarios pueden ocupar su mente con los aspectos más creativos de la digitalización: con encuestados cuya organización usa una solución de CA con más probabilidad de ver una mayor innovación (53%) que aquellos que no usan una solución de CA (37%).

Beneficios observados por usuarios de CA vs. no usuarios de CA

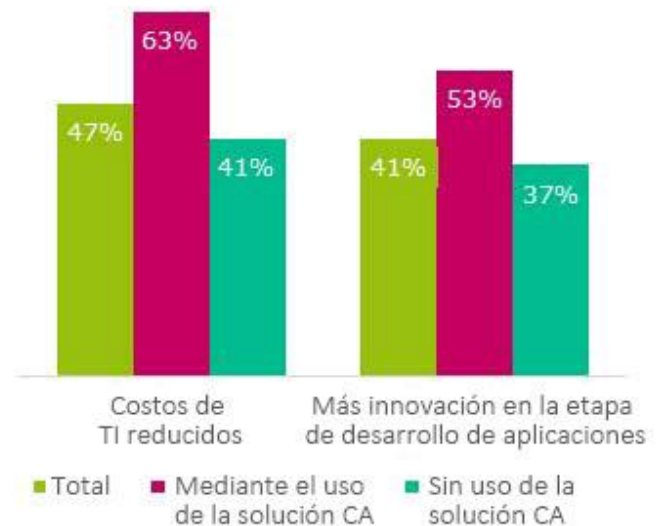


Figura 9: Análisis que muestra a los encuestados que seleccionaron "costos de TI reducidos" y "más innovación en la etapa de desarrollo de las aplicaciones" como beneficios obtenidos por adoptar la digitalización. Se muestran los datos divididos por encuestados cuya organización usa una solución de CA para medir la experiencia del cliente contra aquellos cuya organización no la usa. Se les preguntó a todos los encuestados (200 encuestados)

"Llegar hasta" los beneficios

Además de experimentar estos beneficios, los encuestados cuya organización usa una solución de CA tienen la mitad de probabilidades de experimentar una falta de alineación estratégica (12% contra 24%) y solo un tercio de los usuarios de soluciones de CA tiene problemas con la complejidad tecnológica en comparación con más de la mitad de los no usuarios de soluciones de CA (33% contra 51%). Parece que usar una solución, como CA App Experience Analytics o CA App Performance Management permite a los usuarios una comprensión más amplia sobre la tecnología, lo que permite la innovación adicional y una mejor alineación estratégica. Es más fácil encontrar su destino si sabe cómo leer un mapa.

Estos beneficios solo valen la pena si se pueden convertir en algo más tangible. Bien, este es el caso para los usuarios de soluciones de CA en comparación con los no usuarios de soluciones de CA encuestados. De los encuestados, los usuarios de soluciones de CA tienen

mayor probabilidad de calificar a su organización como completamente exitosa respecto de la confiabilidad de las aplicaciones (43% contra 25%) e innovación (43% contra 30%), tiempo de salida al mercado más rápido (51% contra 22%) e integración de múltiples canales (45% contra 24%). De la base de encuestados, aquellos que usan una solución de CA son mejores en lograr que sus aplicaciones o productos lleguen a más mercados con mayor rapidez y una vez que están allí, son más innovadores y confiables: resultados favorables para todos en estas organizaciones.



Figura 10: Análisis que muestra los encuestados que calificaron su organización como completamente exitosa en los atributos antes mencionados; se muestran los datos divididos por encuestados cuya organización usa una solución de CA para medir la experiencia del cliente contra aquellos cuya organización no la usa. Se les preguntó a todos los encuestados (200 encuestados)

Como se mencionó anteriormente, quizás las organizaciones que buscan herramientas de análisis más especializadas y centradas en el contenido, como aquellas provistas por CA, son más maduras digitalmente que las organizaciones promedio. No solo es más probable que estas organizaciones inviertan considerablemente más en tecnologías digitales, sino que es más probable que tengan equipos de desarrollo y operaciones colaborativos (84% de los encuestados que usan una solución de CA usa DevOps contra 54% de aquellos encuestados que no usan una solución de CA).

Adopción de DevOps en organizaciones que usan una solución de CA

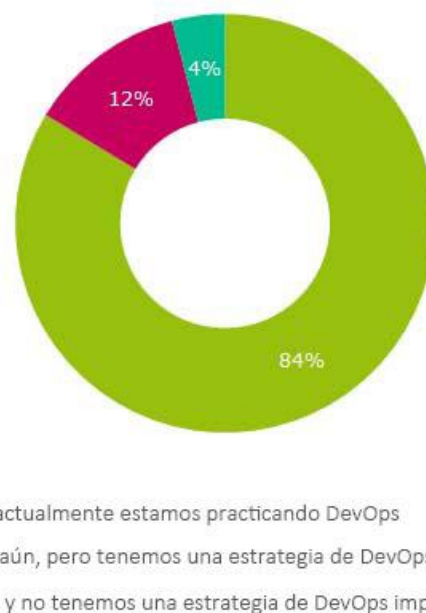


Figura 11: Análisis que muestra el nivel de adopción de DevOps de aquellos encuestados cuya organización usa una solución de CA para medir la experiencia del cliente. Se les preguntó a todos los encuestados y se muestran solo las respuestas de las organizaciones que usan una solución de CA (49 encuestados)

Esto sugiere que en toda la organización, estas empresas están mejor preparadas para la transformación digital. No solo se aseguraron de que los recursos requeridos estuvieran implementados, sino que la estructura y la cultura de la organización permite la colaboración entre departamentos requerida para que la digitalización sea un éxito. Para lograr este éxito, todos los departamentos deben poder trabajar con TI para desarrollar e integrar las iniciativas digitales y se deben tratar los datos dispersos y los departamentos en silos que vimos anteriormente. Algunas organizaciones parecen haber hecho esto.

Respecto de la experiencia perfecta imprecisa, el Santo Grial para el vendedor minorista en línea, ¿puede el beneficio de la innovación adicional proveer una solución a las áreas faltantes en las organizaciones (por ejemplo, información, colaboración departamental y habilidades dentro de la empresa) al intentar proveer esta perfección?

Bien, los encuestados que usan soluciones de CA Technologies tienen casi el doble de probabilidades de calificar a su organización como completamente exitosa en la provisión de una experiencia perfecta en todos los canales (41% contra 23%) que los no usuarios de CA. Por lo tanto, naturalmente, los usuarios de CA tienen mayor probabilidad de aceptar que sus clientes gozan actualmente de una experiencia perfecta en todas las plataformas digitales que los no usuarios de CA (88% contra 69%).

Los clientes de mi organización disfrutan actualmente de una experiencia perfecta en todas las plataformas digitales

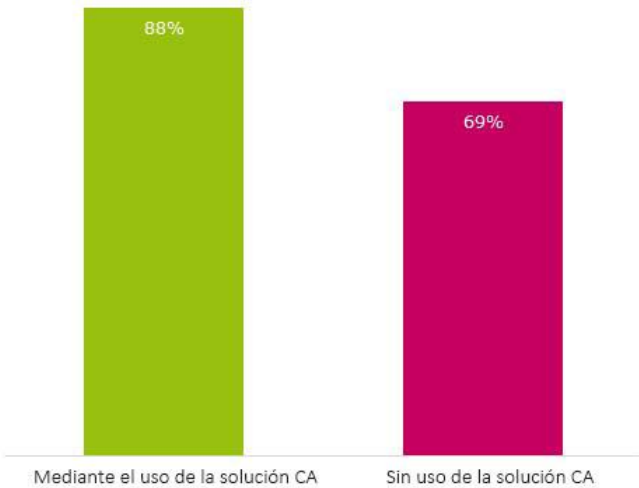


Figura 12: Análisis que muestra los encuestados que aceptan que los clientes de sus organizaciones actualmente gozan de una experiencia digital perfecta en todas las plataformas digitales; se muestran los datos divididos por encuestados cuya organización usa una solución de CA para medir la experiencia del cliente contra aquellos cuya organización no la usa. Se les preguntó a todos los encuestados (200 encuestados)

¿Por qué apuntar a una experiencia perfecta?

El objetivo final de ofrecer esta experiencia del cliente perfecta y mejorada tiene que ser la satisfacción del cliente, algo que hoy es más importante que nunca teniendo en cuenta el acceso instantáneo a otros vendedores minoristas: si los clientes no están contentos con su sitio, la competencia se encuentra a solo un clic de distancia. Los encuestados que no usan una solución de CA para medir la experiencia del cliente son cautelosos al calcular la satisfacción de los clientes de su organización: solo uno de cinco (21%) aceptaría completamente que sus clientes están satisfechos. Esto aumenta a un poco menos de la mitad (47%) cuando se le pregunta a encuestados que usan una solución de CA. Como mínimo, esto demuestra los niveles más altos de confianza en sus productos y servicios que tiene este grupo en comparación con sus contrapartes que no usan CA.

Nivel de completa satisfacción del cliente

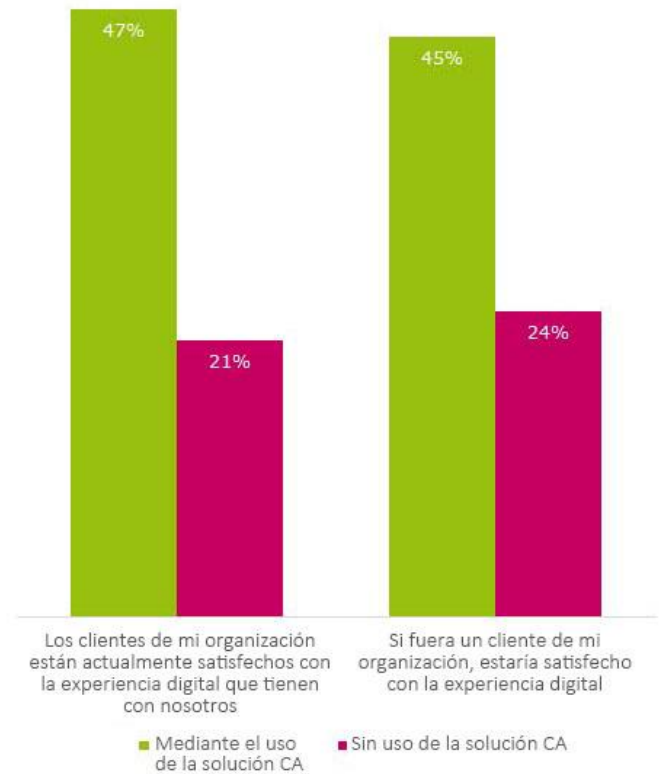


Figura 13: Análisis que muestra el nivel de satisfacción del cliente con los datos divididos por encuestados cuya organización usa una solución de CA para medir la experiencia del cliente contra aquellos cuya organización no la usa. Se les preguntó a todos los encuestados (200 encuestados)

Esto parecería ser un enlace común entre los encuestados que usan una solución de CA, desde costos de TI reducidos hasta mejor información respecto del recorrido del cliente a través de más innovación y confiabilidad de las aplicaciones y un tiempo de salida al mercado más rápido, hasta una experiencia más perfecta y clientes más satisfechos. Esto solo demuestra la importancia de obtener una correcta transformación digital desde el inicio, ya que las consecuencias de implementar las bases correctas pueden llegar hasta el cliente. Y parecería que la selección del socio correcto para guiar y asistir en este proceso es la esencia de esto.



Conclusión

La presión de digitalizarse con éxito continúa y algunas organizaciones, en el mejor de los casos, se están manteniendo a flote. A pesar de los considerables niveles de las inversiones recientes, los retos persisten al adoptar iniciativas digitales, lo que muestra que esto no es un problema que se puede resolver simplemente con dinero. Una inquietud respecto de la futura inversión prevista: la futura inversión incorrecta puede solo verse como una inversión desperdiciada.

Los retos enfrentados, los retos empresariales como datos dispares, departamentos desconectados y falta de empatía de TI y los retos tecnológicos, como la complejidad de las tecnologías, y la falta de innovación, podrían demostrar que son bloques tambaleantes en el camino a la transformación digital exitosa. Las organizaciones reconocen la importancia, que se vio gracias a los altos niveles de inversión, pero en el mundo súper competitivo de los servicios digitales, las organizaciones pueden estar sacrificando su ventaja competitiva a través de una adopción digital fallida.

Por encima de todo, y más probablemente como resultado, las organizaciones están luchando para proporcionar una experiencia perfecta para sus clientes. Esto es algo de gran importancia teniendo en cuenta la llegada de la tecnología móvil y la optimización móvil, que requiere una presencia en todos los canales. Además, los departamentos desconectados pueden ser igual de destructivos para la perfección del servicio digital de una organización. Hasta que se realicen estos cambios, la experiencia perfecta del cliente continúa siendo un sueño distante, ya que requiere que todos los departamentos trabajen juntos para entregar el recorrido del cliente completamente perfecto.

Las organizaciones deben pensar en el siguiente paso: ¿qué pueden ofrecer que le dé más al cliente; y qué puede hacer que su experiencia digital sobresalga? Pero para hacer esto, deben obtener más de las tecnologías digitales, eliminar los errores de nivel inicial y superar los retos al adoptar tecnologías digitales. La respuesta a esto podría estar en la manera que obtienen información respecto del recorrido del cliente.

Esto puede mejorar la experiencia del cliente, que puede aumentar la satisfacción del cliente y generar, potencialmente, la atracción y retención de más clientes. ¿Es CA Technologies el socio correcto para brindar información? Los usuarios de CA Technologies encuestados están observando un tiempo de salida al mercado más rápido, más innovación y mayor confiabilidad. Este podría ser el motivo por el cual tienen mayor probabilidad de tener éxito al entregar una experiencia perfecta a los clientes, lo que genera clientes más satisfechos.

Cómo CA puede ayudarlo...

En la economía de las aplicaciones de hoy en día, la experiencia del usuario final es clave. A pesar de la complejidad de la cadena de entrega de la aplicación actual, los usuarios finales esperan una experiencia sin errores, independientemente de cómo, cuándo o dónde acceden a la aplicación. Para los propietarios de aplicaciones y los equipos de operaciones de TI, quienes son responsables de llevar a cabo la transformación digital y deben entregarle al cliente una experiencia cinco estrellas en la web y en los dispositivos móviles y portátiles, [CA App Experience Analytics](#) ofrece perspectivas proactivas y en tiempo real sobre el comportamiento del usuario, las tendencias de los compradores y el desempeño en múltiples canales.

¿Qué es lo que lo convierte en una excelente experiencia de usuario? Un diseño intuitivo, un código sin errores y un desempeño sin fallas. Necesita una solución de análisis que entregue información sobre experiencias digitales y que lo ayude a determinar rápidamente si un problema con una aplicación reside en el diseño, el código o la infraestructura, de modo que pueda jerarquizar el problema antes de que afecte la experiencia del cliente. Estas perspectivas, junto con la capacidad de hacer un seguimiento del recorrido del comprador e identificar cómo, cuándo y dónde sus clientes usan la aplicación, lo ayudan a entender mejor a sus usuarios y a proporcionarles una experiencia cinco estrellas en la web, las aplicaciones móviles y portátiles.

Con CA App Experience Analytics, usted puede realizar lo siguiente:

Optimizar el recorrido del cliente

Mejorar la experiencia del usuario en la web y en las aplicaciones móviles y portátiles a fin de entregarle al cliente una experiencia cinco estrellas.

Mejorar el desempeño digital

Obtener perspectivas sobre el desempeño a fin de determinar si el problema está relacionado con el diseño, el código o la infraestructura.

Diseño para la experiencia

Mejorar el desarrollo de la aplicación en función de las perspectivas del usuario real.

Para que su aplicación desarrolle toda su potencia, CA App Experience Analytics provee desempeño de las aplicaciones, análisis de los desarrolladores y análisis del uso para las aplicaciones de la web, móviles y portátiles, en un paquete completo.

Comience su [versión de prueba gratuita](#) hoy y póngase en funcionamiento con CA App Experience Analytics en menos de 5 minutos.

Acerca de CA Technologies:

CA Technologies (NASDAQ: CA) crea un software que impulsa la transformación en las empresas y les permite aprovechar las oportunidades de la economía de la aplicación. El software es el centro de cada empresa, en cada sector. Desde la planificación hasta el desarrollo, la administración y la seguridad, CA trabaja con empresas en todo el mundo para cambiar el estilo de vida, realizar transacciones y comunicarse mediante entornos móviles, de nubes públicas y privadas, entornos distribuidos y centrales. Obtenga más información en www.ca.com/ar

Acerca de Vanson Bourne:

Vanson Bourne es un especialista independiente en investigación de mercado para el sector de tecnología. Nuestra reputación para el análisis sólido y creíble basado en la investigación se basa en rigurosos principios de investigación y en nuestra capacidad de buscar las opiniones de los principales responsables de la toma de decisiones en las funciones técnicas y empresariales, en todos los sectores empresariales y en todos los principales mercados. Para obtener más información, visite www.vansonbourne.com