

## FICHA TÉCNICA

Título: Engaging the Digital Consumer in the New Connected World

Año: 2014

Fuente: Accenture

Nº de páginas: 20

Acceso/coste: Gratuito

Localización: [Página Web Accenture](#)

## CONCLUSIÓN PRINCIPAL

El sector de dispositivos electrónicos para el consumidor está en un punto de inflexión. Con el internet de las cosas (IoT) rápidamente convirtiéndose en una realidad y la tecnología conectando cada vez más aspectos de la vida de los consumidores, el cambio a un mundo conectado supone otra gran oleada de cambios para la industria.

Nuevos hallazgos de la encuesta que realiza Accenture sobre el consumidor digital destacan que los consumidores consideran cada vez más relevante para sus vidas las posibilidades que les brinda un mundo conectado.

Sin embargo, para ganarse la confianza del consumidor las empresas de este sector tienen que diferenciarse para poder destacar en un mercado muy saturado con empresas muy fuertes.

## AUTORÍA

El informe es elaborado por Accenture empresa multinacional dedicada a la prestación de servicios de consultoría, servicios tecnológicos y de *outsourcing*.

Para su elaboración fueron consultados 24.000 consumidores de 24 países, con un rango de edad de 14 a 55 años. Los encuestados respondieron acerca de su uso, actitud y expectativas relacionadas con dispositivos digitales, consumo de contenidos, límites de conectividad, confianza digital y el internet de las cosas (IoT).

## DESCRIPCIÓN Y CONTENIDO

El sector de dispositivos electrónicos para el consumidor históricamente se ha movido en ciclos, pasando de la innovación al afinamiento y volviendo a la innovación. Este sector se encuentra en un momento de grandes cambios. Se está evolucionando hacia un mundo en el que todo está interconectado.

Para conseguir que sus productos sean adoptados por el mercado, las empresas de dispositivos electrónicos deben centrarse en tres puntos:

- 1) Ofrecer una experiencia al usuario excepcional “out of the box”.
- 2) Romper con el ruido del mercado, que está dominado por fuertes marcas.
- 3) Proporcionar una seguridad y privacidad al usuario que inspire confianza.

El informe elaborado por Accenture muestra que hay una fuerte demanda e intención de compra a nivel global de dispositivos digitales. Los “cuatro grandes” (smartphones, tablets, portátiles y HDTV) siguen dominando los planes de compra de los clientes.

## ESTRUCTURA DEL INFORME

- 1) **Introduction**
- 2) **An industry in transition**
- 3) **Getting it right, right out of the box**
- 4) **Brand matters: capturing the consumer**
- 5) **Safeguarding digital trust**
- 6) **Take action**
- 7) **Design a phenomenal user experience**
- 8) **Empower digital trust**

## OTRAS CONCLUSIONES

### Una batalla para atraer al consumidor

La batalla es para conseguir atraer al consumidor y cada vez es más complicado. La industria está enseñando a los consumidores la importancia de los dispositivos inteligentes e inspirando la compra entre los más innovadores. Para conseguir que un producto pueda alcanzar su madurez, necesita ganarse la confianza del consumidor. Confianza en la marca y confianza en el producto. Usando analíticas y ciencias digitales durante el ciclo de vida del producto para entregar una experiencia única para el cliente, desde la pre-compra hasta el final de su vida útil, las empresas digitales pueden romper con el ruido del mercado y diferenciarse en un mundo interconectado.

### Crear una marca digital líder conociendo al cliente

Las empresas digitales deben basar su proceso alrededor del consumidor, tiene que estar en contacto con su cliente incluso antes de diseñar sus productos. Las empresas que invierten correctamente pueden analizar su mercado, segmentar sus clientes y entregar los mensajes correctos para interactuar efectivamente con los consumidores.

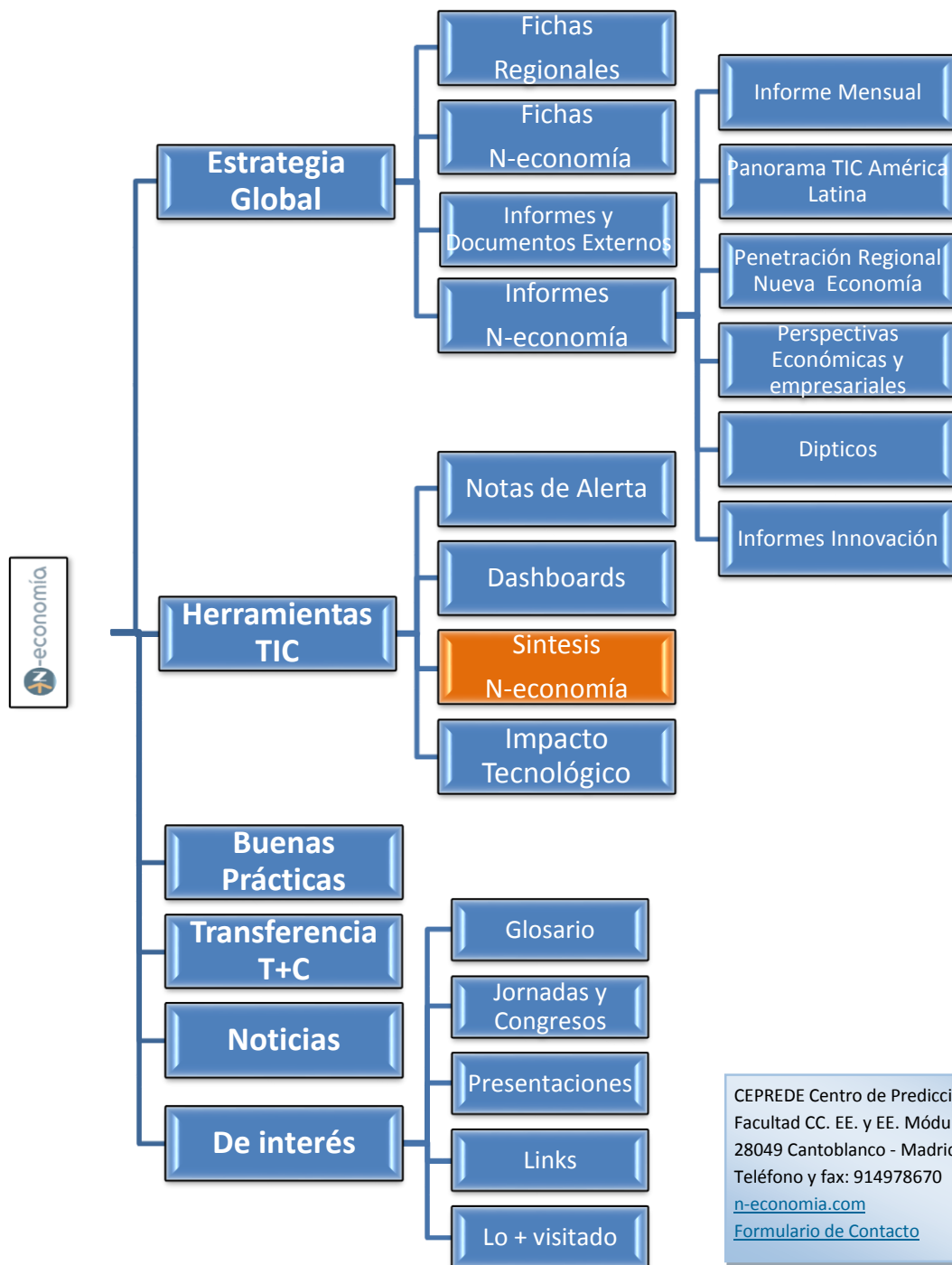
### Diseñar una increíble experiencia del usuario

Resulta esencial ofrecer un servicio integral al cliente. Esto requiere una coordinación entre el departamento de ventas, marketing, ingeniería y soporte técnico. En algunos casos es necesario volver a enfocar estrategias para que estén integradas y apoyadas en nuevas tecnologías.

### Reforzar la confianza

Una fuerte confianza del cliente en la empresa es esencial para que las marcas puedan atraer a clientes. Esto supone diseñar y construir productos y servicios con un elemento de seguridad en mente. También requiere control de datos y privacidad, ofreciendo valor a cambio de esta cesión y siendo responsable de la información que el cliente proporciona a las empresas.

Consulta el resto de nuestro productos N-economía y siguenos en las redes sociales:



CEPREDE Centro de Predicción Económica  
 Facultad CC. EE. y EE. Módulo E-XIV UAM  
 28049 Cantoblanco - Madrid  
 Teléfono y fax: 914978670  
[n-economia.com](http://n-economia.com)  
[Formulario de Contacto](#)

Entidades colaboradoras



N-economía es una iniciativa promovida por:

