

Back Stage

¿Qué quiere el consumidor? La distancia entre marcas y compradores se agranda

F. Marín-Camp
17 feb 2015 - 04:48



Nike, L'Oréal, J. Crew o Lancôme. Estas marcas tienen en común su capacidad para cumplir las expectativas que los consumidores de Estados Unidos depositan en ellas. Así lo confirma el informe *2015 Customer Loyalty Engagement Index*, realizado por la consultora estadounidense **Brand Keys**. Según indica el informe, a menudo hay una brecha entre lo que los consumidores esperan de una marca y lo que esta les acaba ofreciendo.

En este sentido, las expectativas de los clientes potenciales se han incrementado un 23% a nivel global en 2014, pero las marcas sólo han logrado mejorar un 5% su capacidad para satisfacer esas expectativas.

¿Qué marcas han conseguido acortar esta brecha en el último año? En el sector de la moda textil destaca **J. Crew**. La compañía estadounidense, que recientemente ha

Modaes

anunciado su apuesta por el mercado europeo con el salto a Francia, incrementó sus ventas un 9% en 2013, llegando a 2.428 millones de dólares (1.759 millones de euros).

“Las marcas que más capaces sean de identificar las expectativas de sus clientes y de hacer frente a ellas verán resultados tangibles”, asegura **Robert Passikoff**, presidente de **Brand Keys**. Para elaborar el ránking 2015, **Brand Keys** ha contado con las respuestas de 36.605 consumidores estadounidenses de entre 18 y 65 años de edad.

En el listado aparecen empresas como **Google**, **Apple**, **Ford**, **Starbucks** o **DunkinDonuts**. Cada una de ellas lidera su correspondiente categoría. Dentro del negocio de la moda, el informe detalla las marcas por sectores como el textil, la moda deportiva, los grandes almacenes, la cosmética y los grupos de ecommerce.

TEXTIL

J. Crew es la que mejor queda en el ránking, seguida por **Old Navy**, propiedad de **Gap**, **Victoria's Secret**, **Banana Republic** (también de **Gap**), **Foot Locker**, **H&M**, **PacSun**, **Anthropologie**, **Forever 21**, **L.L. Bean**, **Gap**, **Express**, **American Eagle**, **Aéropostale**, **American Apparel** y **Abercrombie & Fitch**. Estos son los grupos de moda textil que mejor cumplen las expectativas de sus clientes.

MODA DEPORTIVA

Nike es la marca de moda deportiva que menos decepciones causa entre sus compradores. Cierran el podio **New Balance** y **Skechers**, a quien les siguen **Adidas**, **Reebok**, **Mizuno**, **Fila**, **Asics** y **Under Armour**.

GRANDES ALMACENES

Marshall's y **TJ Mexx** compiten por la primera plaza entre los grupos de grandes almacenes que más complacen a sus clientes. En tercera posición está **Macy's**. A continuación se encuentran **Kohl's**, **Dillard's**, **J. C. Penny** y **Sears**.

COSMÉTICA

L'Oréal y **Mary Kay** empatan en el primer puesto entre las compañías de cosmética que más satisfacen las expectativas del comprador. En el terreno de la cosmética de lujo, **Lancôme** se sitúa como líder del ránking.

ECOMMERCE

Modaes

Amazon lidera las empresas de ecommerce que más expectativas cumplen entre sus clientes. Las plataformas **Zappos.com**, **eBay.com**, **Overstock.com** y **Buy.com** siguen al gigante estadounidense.