

# COMMUNICATION CRACKDOWN

**RICOH**  
imagine. change.

## EUROPA RECLAMA MEDIDAS ENÉRGICAS CONTRA EL ENVÍO MASIVO DE COMUNICACIONES COMERCIALES Y SPAM

Los consumidores europeos se ven inundados por comunicaciones irrelevantes y correos basura, y siete de cada diez personas se sienten molestas por la cantidad que reciben. Como resultado de ello:



**69%** de los consumidores ha cancelado su suscripción a una lista de correo

**18%** se ha marchado a la competencia

**1 IN 10** Uno de cada diez ha formulado una queja a un organismo autorizado

LOS CONSUMIDORES TAMBIÉN SUFREN LAS CONSECUENCIAS DE LAS COMUNICACIONES DE MALA CALIDAD:

**25%**  **14%**

afirma haber incumplido algún plazo de pago por culpa de los abrumadores volúmenes de comunicaciones

ha incumplido plazos de pago, hasta el punto de que le han cortado algún servicio

Más de un tercio no ha prestado atención a algún consejo que podría haberle ahorrado dinero



¡LAS EMPRESAS DEBEN TENER CUIDADO! Esta avalancha de comunicaciones irrelevantes está acabando con la paciencia de los consumidores...



**57%** está dispuesto a dejar de ser cliente



**63%** dice que gastaría menos dinero en esas marcas



Dos tercios son menos fieles a las marcas que envían comunicaciones irrelevantes

Para garantizar que los consumidores sigan siendo fieles a una marca, las comunicaciones deben ser relevantes y lo más personalizadas que sea posible.

**64%** de los consumidores cree que las marcas deberían hacer más para adaptar las comunicaciones a las circunstancias individuales

LA BUENA NOTICIA ES QUE LOS CONSUMIDORES QUIEREN PONER DE SU PARTE PARA SOLUCIONAR EL PROBLEMA.

**80%** está dispuesto a ceder información personal para garantizar que las comunicaciones sean relevantes y personalizadas

**18%** cedería sus hábitos de navegación por Internet, otro 18 % compartiría su banda salarial y

**1 IN 10** uno de cada diez compartiría su historial médico