

Publicado el Viernes, 12 Julio 2013 22:29

Imprimir Email

El 88% de los compradores online abandona el proceso antes de finalizar

El comercio electrónico aumentará en el mercado español una media de un 18% anual hasta el año 2017, lo que convertiría a España en el país europeo con un crecimiento más alto, según ha afirmado el último informe realizado por Forrester. En cambio, muchos no están seguros de que el país pueda hacer frente a las futuras expectativas del cliente. Es el caso de Luce, empresa especializada en software para la gestión de la experiencia online del consumidor, quien explica los fallos que podrían dificultar las futuras ventas online y busca una solución al problema.



Los usuarios están acostumbrados a que los procesos de compra acaben fallando antes de finalizar, de hecho, la gran mayoría de los consumidores abandona la página antes de tiempo. Esto no solo supone la mala imagen de la empresa sino la desconfianza generalizada de comprar a través de este tipo de plataformas.

En otras ocasiones el problema llega mucho antes, muchos usuarios ni siquiera encuentran lo que buscan en la página. Los problemas en la navegabilidad por el mal diseño de la página web suele ser una de las razones por las que los consumidores optan por abandonar la web. El diseño también afecta en las conocidas 'zonas calientes', áreas en las que el cliente accede a la espera de información y no encuentran nada. Un fallo de contenido forzado por el mal diseño transmitiendo un mensaje confuso.

El último gran fallo que ha destacado la empresa está también relacionado con la apariencia de la página. Un 85% de los usuarios abandona la página por un mal diseño ya que no transmite la imagen adecuada. No adaptarse al público objetivo de la marca convierte en misión imposible que el usuario tenga una buena experiencia online.

En definitiva, un conjunto de problemas que hacen que el 88% de los compradores web abandona el carrito sin completar la transacción. Encontrar los problemas es el gran desafío de las compañías, para lo que cada vez emplean más métodos cualitativos.

Ante esta situación, Luce propone el uso del software IBM Tealeaf, una herramienta transversal a todas las áreas de la empresa que intervienen en el proceso de compra online y que les permite ver y reproducir la experiencia real de sus clientes para identificar las causas de los problemas, sistema que ya han utilizado más de 500 empresas en todo el mundo como UniCredit o ING Direct en Europa.

Fuente: <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/digital/el-88-de-los-compradores-online-abandona-el-proceso-antes-de-finalizar/>

Comentario (0)

Imprimir Email

Publicado el Martes, 02 Julio 2013 17:57

Mozilla: "Queremos llevar la riqueza de la web al móvil"

Mitchel Baker, presidenta de la Fundación Mozilla pretende que su sistema operativo obligue a Apple y Android a ser más abiertos

Después de más de un año de espera, Firefox OS es una realidad. Ya no es solo un navegador, sino también un sistema operativo para móviles. ZTE es el primer teléfono que funciona con este software, que llega de la mano de Telefónica. Mitchel Baker, presidenta de la organización del panda rojo, lo celebra como el principio de una revolución.

Pregunta. Para ser una revolución, el primer modelo parece bastante modesto...

Respuesta. Esto son solo los primeros pasos. Estamos muy satisfechos con el resultado, pero es solo el comienzo. Se trata de una propuesta para los que pasan de un móvil para llamar al smartphone. Esta es la mejor manera de llegar a más gente. No hay que dejarse engañar solo por el hardware, sino por el funcionamiento. Nuestro sistema operativo es de alta calidad. Pronto se verá en móviles más potentes.

P. ¿Veremos Firefox OS en tabletas?

R. Dentro de un tiempo, sí. El mundo estará lleno de aparatos conectados, y también queremos estar ahí. Todos los cacharros serán inteligentes y se comunicarán entre sí.

Aplicaciones fotográficas en Firefox OS.

P. ¿Por qué decidieron dar el paso?

R. Porque era necesario. No tenemos ánimo de lucro, nuestra meta es hacer que la web avance. Cuando lanzamos el navegador nos decían que no hacía falta, sin embargo, nuestra irrupción cambió la concepción de la web, los competidores tuvieron que ser más abiertos, aceptar estándares y competir en igualdad. Ahora mismo tienen demasiado poder. Los desarrolladores son clave para nuestro plan. Nuestro censo es de 12 millones de creadores potenciales. Hasta ahora estaban dedicados a la web porque no tenían claro cómo hacerlo en la web, pagar por una licencia, un sistema de promoción... Lo nuestro será mucho más transparente, con control de calidad, por supuesto, pero con intención de ayudarlos.

P. ¿Cómo promocionarán las aplicaciones?

R. Además de con una lista de correo opcional o, como en la presentación de hoy, hablando de los primeros en salir con nosotros, como es el caso de EL PAÍS, en la pantalla de la izquierda hay un motor de búsqueda en tiempo real. Será nuestro mejor aliado porque busca tanto dentro del teléfono como en Internet; ahí se sugieren aplicaciones relacionadas con la búsqueda y páginas web. Nuestro punto de vista es que lo importante es el contenido, queremos que lo mejor de Internet salga a relucir y este motor es el aliado. Si buscas una noticia, saldrán enlaces de la web, pero también la aplicación de EL PAÍS si hay alguna noticia al respecto. Aparecerá lo más actualizado.

P. ¿Cómo será el pago?

R. Todavía no tenemos un sistema establecido de manera universal. En un principio se cargará en la factura del móvil o el saldo. Es la opción que nos parecía más cómoda y fácil, pero será diferente según cada país. Intentaremos adaptarnos a lo que resulte más cómodo a los consumidores.

Queremos devolver el control a los consumidores

P. ¿Y su tienda de aplicaciones Marketplace?

R. Nuestra intención no es ganar dinero. Por supuesto que queremos crecer, pagar las facturas, tener buenos sueldos... pero no tenemos ánimo de lucro. Pensamos que los grandes beneficiados deben ser los consumidores y los desarrolladores.

