

# Ecommerce y Marketing

VIERNES, 12 DE JULIO DE 2013

## Luce desvela las claves para mejorar el ratio de conversión en procesos de e-commerce y m-commerce



Según el último informe de Forrester, el comercio electrónico aumentará en el mercado español una media de un 18% anual hasta el año 2017, convirtiendo a España en el país europeo con mayor crecimiento. Sin embargo, ¿están las empresas preparadas para asumir este incremento? ¿Sabrán responder a las nuevas y exigentes expectativas del cliente? Luce ([www.luceit.com](http://www.luceit.com)), empresa española de consultoría y desarrollo tecnológico especializada en software para la gestión de la experiencia online del consumidor, desvela los principales fallos que dificultan la venta online y móvil, así como las claves para mejorar la conversión.

### Fallos que incitan al usuario a abandonar la compra

**-Fallos técnicos:** un 75% de usuarios abandona la web cuando el servicio de atención al cliente online falla. Este tipo de problemas, junto con otros como vínculos rotos, páginas que se cuelgan, dificultades a la hora de efectuar el pago, etc. son incidencias que, además de tener una repercusión negativa en la imagen de la empresa e incluso generar problemas de desconfianza, invitan al usuario a abandonar la compra y dificultan la fidelización del cliente online.

**-Problemas de usabilidad:** el 50% de las ventas de Internet se pierde porque los usuarios no encuentran fácilmente el contenido. Los diseños poco intuitivos, contenidos fragmentados, estructuras complejas o la no adaptación de la web a todo tipo de plataformas (como por ejemplo la móvil) agotan en muchos casos la paciencia del cliente antes de que éste haya encontrado el artículo que deseaba o la manera de adquirirlo, acabando de inmediato con el proceso de compra.

**-Información confusa:** o lo que Luce denomina "zonas calientes", son aquellas áreas a las que, de manera intuitiva, trata de acceder el cliente esperando encontrar una información. Si los clientes hacen click de forma reiterativa en esa zona y no sale la información esperada es porque la web no está bien diseñada y transmite una información o mensaje confuso. Ya no se trataría de un fallo técnico sino de contenido.

**-Diseño inapropiado:** un 85% de los usuarios abandona una web por un diseño pobre del sitio. Transmitir una imagen adecuada y adaptada al público al que se dirige la tienda es todavía más importante en un comercio online que en un establecimiento físico. La experiencia online del usuario tiene un alto contenido visual por lo que es importante cuidar el más mínimo detalle.

### Cómo detectar y eliminar estos problemas

Sea por unos errores u otros, en la actualidad el 88% de los compradores web abandona el carrito sin completar la transacción, lo que se está convirtiendo en un auténtico desafío para las compañías que han apostado por el e-commerce y el m-commerce. Si bien la mayoría de empresas emplean herramientas como Web Analytics (91%), formularios de feedback y encuestas a clientes online, cada día son más las compañías que valoran la integración de métodos cualitativos, como mapas de calor, o la reproducción de la sesión que les ayudan a realizar un enfoque integral de la experiencia del cliente online (CEM) para identificar y resolver estos problemas. Más aún, es importante tener en cuenta que los métodos cualitativos que utilice una empresa deben adoptarse en todos los departamentos que, de una manera u otra, estén involucrados en el proceso de compra online.

En este sentido, 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 de conversión y corregirlos. A través de la captura de la sesión completa del usuario, Luce detecta los lugares y momentos que obstaculizan el proceso de compra y analiza su impacto en la empresa. Así, la herramienta aumenta las tasas de conversión en web y móvil, mejora la satisfacción y retención de los clientes, reduce los costes informáticos y de soporte, y mejora la eficiencia del servicio de atención al cliente.

### TRANSLATE

Select Language    
 Powered by [Google Translate](#)

### ETIQUETAS

- 1-editorial (3)
- analítica web (33)
- apps (209)
- buscadores (35)
- cloud computing (188)
- CRM (20)
- curiosidades (1)
- diseño web (119)
- e-gambling (99)
- e-logística (141)
- e-mail marketing (54)
- ecommerce (1641)
- economía y mercados (343)
- formación online (118)
- hosting (90)
- inversiones (156)
- marketing online (501)
- mobile ecommerce (83)
- mobile marketing (121)
- métodos de pago (116)
- open source (9)
- opinión (9)
- publicidad online (244)
- redes sociales (222)
- seguridad web (55)
- servicios TIC (44)
- social media (386)
- software (90)
- videogames online (60)

### ARCHIVO DEL BLOG

- ▼ 2013 (1877)
  - ▼ julio (140)
    - CP Proximity dedica su último "Papel Digital" a Vi...
    - Nominalia acoge Red709.com, primera red social en ...
    - Bread & Butter ha incorporado el e-commerce a su o...
    - El uso diario del email en España cae a niveles de...
    - Luce desvela las claves para mejorar el ratio de c...
    - Rumbo ha editado un decálogo de consejos para viaj...
    - Videology presenta la planificación y gestión de v...
    - Inteligencia artificial para incrementar las venta...
    - Bitcoin y el más difícil todavía: Nace el primer f...
    - Primeramà vende su 23,7% restante de Anuntis Segun...
    - Facebook domina el mercado de las redes sociales e...
    - La publicista Núria Escalona publica "#DIGITALK: c...
    - Instagram permite ya compartir vídeos y fotos
    - La App de LogMeIn, aplicación imprescindible este ...
    - Google sólo muestra un 13% de resultados orgánicos...
    - Gowex adquiere Ideup



Evelyn Weiss, Subdirectora general de Luce

A día de hoy más de 500 empresas en todo el mundo han confiado en IBM® Tealeaf® para mejorar la experiencia de sus clientes. Entre ellas están el 30% de las empresas del Fortune 100, 9 de los 10 bancos más grandes de Estados Unidos y compañías de la talla de UniCredit e ING Direct en Europa. En España, Luce es actualmente la única empresa reconocida como partner certificado de IBM para comercializar e implantar IBM® Tealeaf®.

"En España aún queda camino por recorrer en cuanto al conocimiento del cliente online y la mejora de su experiencia. Debemos observar las medidas que ya se están aplicando en los principales mercados de venta online en Europa, como Reino Unido, Alemania y Francia. A medida que crece la importancia del e-commerce es imprescindible ir integrando herramientas como IBM® Tealeaf® para conocer mejor al cliente y aprovechar todas las posibilidades que ofrece Internet", concluye Evelyn Weiss, Subdirectora general de Luce.

[Share](#) Publicado por Víctor Comas Casademont en 08:00

+1 [Recomendar esto en Google](#)

Etiquetas: [ecommerce](#), [software](#)

[Wuaki.tv espera llegar este año a un millón usuari...](#)

[TripAdvisor dejará que los hoteles independientes ...](#)

[La importancia de leer la letra pequeña al registr...](#)

[Gesthos aprovecha la nube de acens para mejorar su...](#)

[Nace Sturffy, la red social para compartir y encon...](#)

[Fotografía eCommerce lanza dos nuevos servicios: 3...](#)

[Tripsbook prevé consolidar su proyecto y facturar ...](#)

[BidAway suscribe un acuerdo de colaboración con el...](#)

[Apple y Amazon concluyen su disputa por el término...](#)

[1&1 Internet España lanza su nuevo producto 1&1 Ce...](#)

[Chocolates Valor, Consum y Dulcesol, empresas con ...](#)

[La AEDE arremete contra la posición de dominio de ...](#)

[hybris pone en marcha Game Plan B2B E-Commerce For...](#)

[BrainSINS presenta su eBook gratuito 'Herramientas...](#)

