

PUBLICIDAD

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Tus cliente

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Prueba Google AdWords

Google

Soluciones en e-Commerce de Banco Sabadell

Grupo eWorld eMagazine eShow eAwards eDay eRoadshows Logarse Registrar Entrar con Facebook

emagazine the-emagazine.com
eCommerce | Digital Marketing | Mobile | Hosting & Cloud | Social Media

Estamos alojados en **Comon**

En portada eCommerce Marketing Online Mobile Social Media Digital Signage Directorio Videoteca

Últimas noticias **Fotografía eCommerce lanza dos nuevos servicios - Lunes, 15 Julio 2013 09:55**

Portada Marketing Online Secciones Performance

LUCE DESVELA LAS CLAVES PARA MEJORAR EL RATIO DE CONVERSIÓN EN PROCESOS DE E-COMMERCE Y M-COMMERCE

Viernes, Jul 12 2013 | Escrito por eMagazine - eCommerce | tamaño de la fuente

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, 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 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 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 interviene 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.

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.

Recomendar 0 Enviar 0 Twitter 3 Share 2 Compartir 0 Digg 1

PUBLICIDAD

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Tus clientes pote

Te regalamos 75 €. ¡Empieza ahora!

Prueba Google AdWords

Google

PUBLICIDAD

GOOGLE TRANSLATE ON FLY

Buscar contenido ...

LA COLUMNA DE OPINIÓN

Carlos Bages
DOOH Methodology owner, Digital Signage Solution Integrator

Rafael Fernández
CEO en Cithood.com

Antonio Gracia
Director general de FICO para España y Portugal

ÚLTIMOS COMENTARIOS TAGS

Diego Katzman

Y no cabe duda de que acabaremos el año con un porcentaje aún mayor! (tanto en compradores online, c...

El e-commerce ya representa el 14 % del comercio de...

hace cerca de 5 días

Diego Katzman

Excelente artículo y análisis. 'Me ha sorprendido lo del 4% de usuarios quejándose de su experiencia...

Los responsables de marketing no entienden la prom...

hace cerca de 5 días

Carlos Bages

Me encanta! En mi segmento de mercado que eMagazine y (Digital Out Of Home), siempre me han dicho, y ...

'El mercado digital crece muy rápido y debemos ev...

hace cerca de 1 semana

CALENDARIO DE PUBLICACIONES