



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

1. Muchas gracias por tu interés en esta actividad; empezaremos en unos instantes.
2. Recuerda **apagar tu cámara y silenciar tu micrófono**.
3. Durante la sesión para cualquier pregunta, puedes utilizar el chat interno de la plataforma. Al final abriremos micros y turno de preguntas.
4. La sesión será grabada, y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto Digicom; puedes abandonarla en cualquier momento

JORNADAS FORMATIVAS “CÓMO MEJORAR LAS VENTAS DE MI TIENDA ONLINE”



LA CLAVE: LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

¿Qué funcionalidades pueden ayudarnos a mejorar la experiencia de nuestro cliente?

- La **experiencia del cliente** encapsula todo a lo largo de la relación entre un cliente y su negocio:
 - ✓ Servicio al cliente
 - ✓ Experiencia de usuario (UX)
 - ✓ Estrategias de precios
 - ✓ Envío y logística
- Según Gartner, cuando se trata de hacer una compra, el 64% de los clientes encuentran que **la experiencia del cliente es más importante que el precio.**



Servicio al cliente



- La clave para un buen servicio al cliente es hacer todo **lo más fácil posible para la gente**.
- Según Smart Insights, una **política de devolución inconveniente disuade al 80% de los compradores**.
- Por su parte Salesforce indica que es probable que el **74% de las personas cambien de marca si el proceso de compra les resulta demasiado engorroso**.

Experiencia de usuario (UX)

- UX se refiere a las **emociones y actitudes de una persona sobre el uso de su sistema**, servicio o producto.
- **El diseño y la velocidad de carga** de su sitio web pueden jugar un papel importante en UX.
- Un total del **57% de los clientes abandonarán tu sitio si tienen que esperar 3 segundos** o más para que una página se cargue.
- Sin embargo, es más perjudicial es la capacidad de búsqueda. Una vez en tu sitio web, **el 60% de los clientes abandonarán tu sitio si no pueden encontrar lo que estaban buscando** en primer lugar.

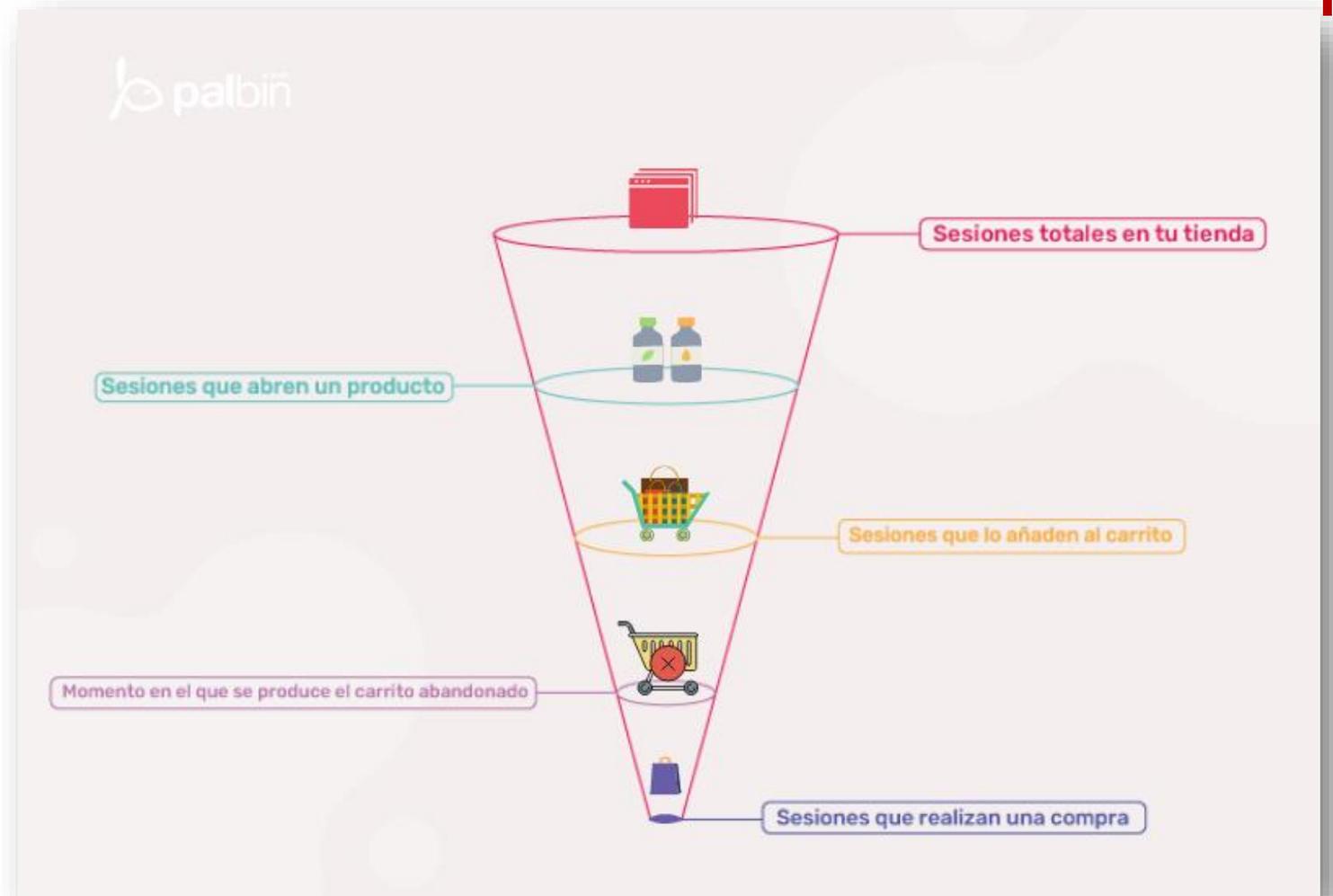


ABANDONO DEL CARRITO

¿Cómo mejorar el ratio de abandono del carrito de compra?

Abandono del carrito de compra

- Algunos estudios dicen que un **75% de los visitantes de un sitio que abandonaron sus carritos planean regresar al sitio** para hacer la compra o seguir investigando.
- Sólo un **2% de los clientes convierten en su primera visita a una tienda de ecommerce.**
- Un **92% de los visitantes primerizos no piensan comprar** de la tienda en ese momento.
- Conlleva alrededor de **5 contactos de media** antes de que un cliente decida comprar del negocio.



Abandono del carrito de compra

- El abandono de carritos de compras es cuando un potencial cliente en tu sitio de ecommerce se encuentra en proceso de pagar (o por lo menos lo tiene agregado a su carrito) y decide que ya no hará la compra.
- Usualmente se mide en el porcentaje de carritos abandonados a lo largo de un periodo de tiempo.
- Esto puede verse afectado por deficiencias en la interfaz de usuario (UI), el proceso de compra y pago, precios confusos, confianza en la marca, etc.
- Actualmente, alrededor del **70% de los carritos de la compra son abandonados**.
- Una forma en que las empresas están reduciendo la tasa de este problema es mediante el **envío de correos electrónicos** abandonados del carro de la compra.
- Según Adobe, el 71% de las compras móviles están influenciadas por los correos electrónicos del minorista, mientras que Salecycle descubrió que el **28,3% de los ingresos del comercio electrónico provienen de los correos electrónicos abandonados**.

Motivos para abandonar el carrito

De acuerdo al Baymard Institute, las razones más comunes por las que los clientes abandonan sus carritos de compras son:

- **Costos de envío muy caros** (55%)
- El sitio obligaba a **crear una cuenta** (34%)
- Proceso de **pago muy largos y complicados** (26%)
- Error con la página de información de la tarjeta de crédito (17%)
- El sitio tenía errores/no funcionaba (17%)
- No tenía suficientes opciones de pago (6%)

Otras razones para el abandono de carritos incluyen:

- Tener un **sitio muy lento**. Un sitio lento puede incrementar el abandono por un 75% y la lealtad bajar un 50%.
- Los **usuarios sólo navegan**. 81% de los clientes sólo están navegando los sitios de ecommerce porque están llevando a cabo una investigación para encontrar las mejores ofertas disponibles. El 55% buscan productos en Amazon y en Pinterest, un 79% buscan un costo de envío gratuito, y un 71% evalúa los costos y políticas de envío.

Tipos de abandonos de carrito

- **Abandono del explorador:** un comprador llega a tu tienda online, examina los productos que venden y abandona el sitio sin añadir ningún producto a su carrito de compra, ni a su lista de deseos.
- **Abandono del carrito:** un comprador llega a tu tienda online con la intención de realizar una compra. Sin embargo, el comprador abandona el carrito sin realizar ninguna compra.
- **Abandono al momento de pagar:** un comprador inicia el proceso de pago, completa toda la información solicitada desde los datos de facturación hasta la dirección de envío, pero no completa la transacción y abandona en la página de pago.



KPIs para rastrear y analizar

- **Número de artículos abandonados en el carrito:** el número de ítems en el carrito de compra al momento de abandonar el sitio web.
- **Valor del carrito de compra:** el valor monetario total del carrito de compra que ha sido abandonado.
- **Tiempo para completar el pedido:** el tiempo total que le llevó al cliente finalizar la compra desde el momento en que comienza a buscar artículos.
- **Longitud de la ruta de transacción:** el número de pasos o páginas que el cliente tiene que recorrer a lo largo del viaje de cliente, desde la navegación hasta completar la compra.
- **Fuente de tráfico:** la fuente de tráfico desde la que el cliente llega a tu sitio web.

Cómo reducir el abandono del carrito de compra

- **Haz más rápida la carga tu tienda online:**
 1. Optimizar las imágenes.
 2. Gestión adecuada de la memoria caché del sitio web.
 3. Comprobar que las prestaciones técnicas del alojamiento web se adecúen a las necesidades de navegación del sitio web.
 4. Optimizar la base de datos de WordPress:
 - Cuando borras un plugin de la base de datos de WordPress usando un método estándar, este típicamente deja atrás las tablas y filas en su base de datos, que, con el tiempo, puede hacer más lento a su sitio web.
 - Cuando tu sitio es muy pesado, puedes optar por limitar las revisiones de las publicaciones o borrar las antiguas.
 - También puedes convertir tablas de MyISAM a InnoDB, y limpiar tu table wp_options.

Cómo reducir el abandono del carrito de compra

- Acorta y **simplifica el proceso de pago**:
 1. Ofrecer un proceso de pago de un paso (como Amazon) o ver formas de reducir el número de pasos durante el pago.
 2. Ofrecer pagos sin crear una cuenta. El 35% de las transacciones en línea son abandonadas usualmente porque el sitio requiere que el usuario cree una cuenta antes de pagar. Algunas de las razones por las que los visitantes no quieren hacer una cuenta incluyen, su privacidad, bandejas de correo llenas, falta de tiempo y duda ante la compra.
 3. Simplifica el proceso de compra y muestra los pasos que quedan hasta completar el pago.
- Ofrece **métodos alternativos de pago**:
 1. Stripe y PayPal son unos de los métodos más comunes para recibir pagos en tiendas online.
 2. Nuevos y próximos métodos de pago a considerar incluyen: Bizum, Apple Pay, Amazon Pay y Google Pay.

Cómo reducir el abandono del carrito de compra

- Considera ofrecer **envío gratis**:
 1. Ofrecer envío gratuito en envíos estándar, pero cargos adicionales por servicios premium, como un envío rápido.
 2. Cobrar el envío por productos de bajo valor, pero ofrecer envío gratuito por productos de alto valor.
- Inspira confianza con una excelente **seguridad y reseñas** de tu sitio:
 1. Incorporar funciones de seguridad adicionales en tu tienda online, como encriptación de contraseña y certificados SSL para demostrar confianza a los usuarios.
 2. Las reseñas demuestran que tu tienda es un lugar legítimo para comprar. Un 84% confía en las reseñas en línea, tanto como las recomendaciones personales. Sé creativo y coloca reseñas de clientes alrededor de tu sitio de ecommerce. Coloca tu mejor reseña en tu página de pago para reducir la probabilidad de que un cliente potencial abandone el carrito.

Cómo reducir el abandono del carrito de compra

- La **optimización móvil** es fundamental: Cada vez son más los usuarios que acceden a las tiendas online desde su móvil, y es por eso por lo que hay que asegurarse de que la plantilla se ve correctamente en las pantallas más pequeñas.
 - Una estrategia que podría emplear para optimizar la simplicidad de uso en dispositivos móviles es la de involucrar el uso de **Google AMP**, el cual ofrece una forma para que los usuarios puedan ver su sitio rápidamente al brindar una versión simplificada de este. Hay varios plugins que puede utilizar para activar esta funcionalidad, como **AMP para WooCommerce**, y **WP AMP**.
- Dar **facilidades para guardar productos en el carrito**: En el caso de que se trate de un cliente que quiera comprar varios productos hay que ser todavía más eficaz a la hora de facilitar y mejorar su proceso de compra.
 - Herramientas que permitan elegir más de un producto a la vez son imprescindibles.
 - Permitir las dos opciones al elegir un producto "Seguir Comprando" o "Ir al carrito" para facilitar el proceso de compra al máximo.

Cómo reducir el abandono del carrito de compra

- **Emails enfocados a carritos abandonados:**

- 45% de los emails de carrito abandonado son abiertos de media.
- 10,7% de los destinatarios completan sus compras.

Las mejores prácticas de email de carrito abandonado:

- **Enviar más de un email.** Las mejores campañas envían hasta tres emails (resultando en un promedio de ventas adicionales de 18,2%). Enviar el primer email dentro de la primera hora. Luego, enviar el segundo email 24-36 horas después del abandono, y el tercero 72 horas después.
- **Ofrecer descuentos adicionales.** Ofrece descuentos más grandes en cada uno de tus emails. Hay ciertas soluciones que ofrecen la posibilidad de crear un código de descuento dinámico en las plantillas del email.
- **El tiempo es importante.** De acuerdo a un estudio hecho por Barilliance, enviar el primer email durante el tiempo ideal puede resultar en un 20,3% de conversión (contra un 12,2% de conversión durante un tiempo no ideal). Esto también afecta la tarifa de conversión de un email de seguimiento (un 17,7% de conversión durante el tiempo más óptimo, contra un 7,7% haciendo lo contrario).
- **Escriba un buen asunto que llame la atención.** La personalización es fundamental, usando el nombre del receptor y recomendando productos basados en lo que quieren a comprar.

- Recuperación de ventas perdidas (blueCart)
- Pop-ups segmentados que personalizan la experiencia de cada usuario y evitan fugas (blueBox)
- Personal shopper automatizado e inteligente (blueRec)
- Soporte personalizado en castellano

 blueknow



Consigue recuperar tus ventas perdidas de manera eficaz. Logra que tus usuarios terminen las compras o contrataciones de servicio que dejaron sin finalizar.



Comunicación especializada

Trasladamos la experiencia de compra a email, y devolvemos al usuario de nuevo al *site* para finalizar la acción que abandonó.



Orientación a resultados

Seguimiento e innovación permanente, que facilita relaciones *win-win*, orientadas a la mejora continua.



Plataforma de A/B testing propia

Disponemos de nuestro propio sistema de A/B *testing* para optimizar la conversión.



Puesta en marcha inmediata

¡Nosotros hacemos todo el trabajo! El cliente solo tiene que cortar y pegar un fragmento de código estático para poner en marcha la solución.



Adaptabilidad

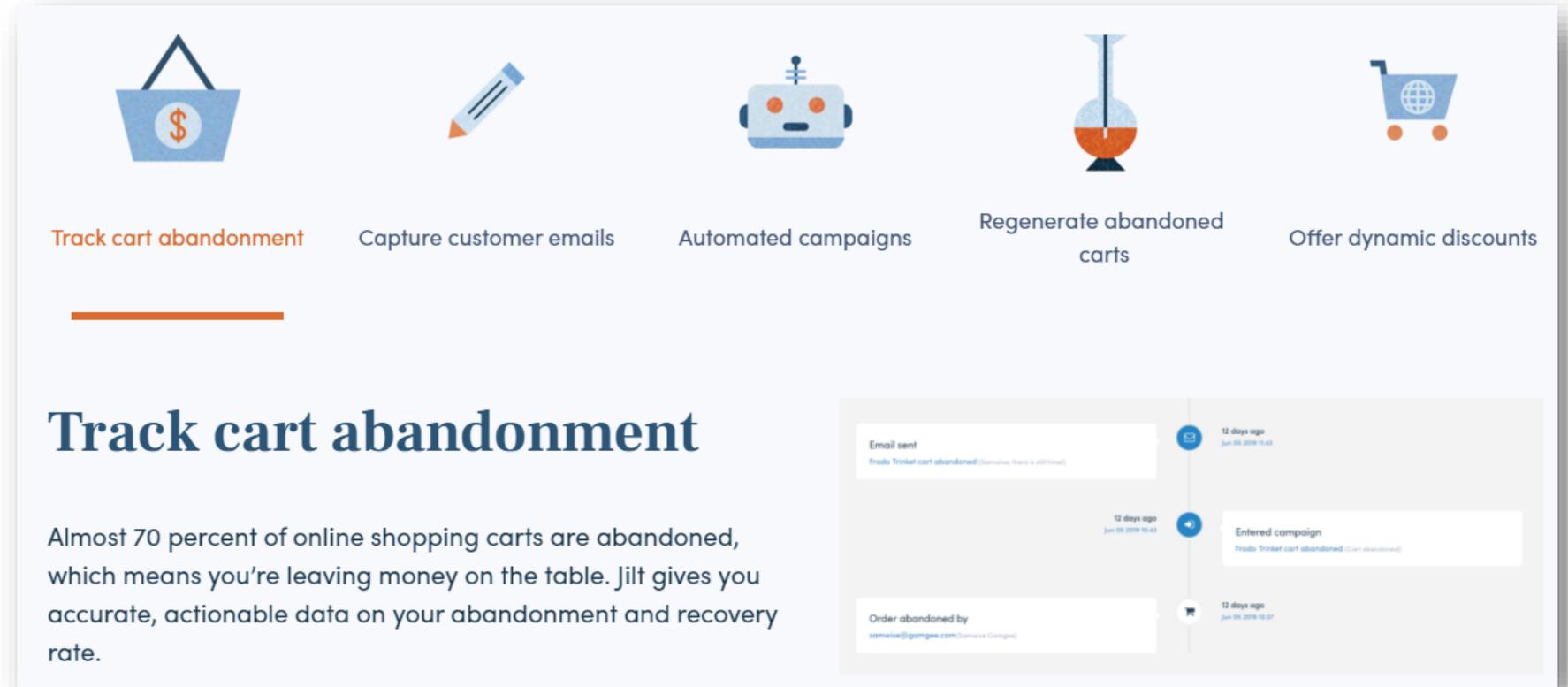
Motor de reglas adaptable que permite definir estrategias de recuperación en función del usuario o de la madurez del proceso de compra.



Pop ups

Complemento para evitar fugas de usuarios y aumentar el embudo de conversión.

- Periodo de pruebas gratuito
- Plugin integrable con las plataformas más habituales:
WooCommerce,
Prestashop, Magento,
Shopify...
- Soporte en inglés



Track cart abandonment Capture customer emails Automated campaigns Regenerate abandoned carts Offer dynamic discounts

Track cart abandonment

Almost 70 percent of online shopping carts are abandoned, which means you're leaving money on the table. Jilt gives you accurate, actionable data on your abandonment and recovery rate.



The timeline shows the following events:

- 12 days ago (Jun 08 2018 15:42): Email sent (Fraud: Trinker cart abandoned (Domestic, Home to all Trinker))
- 12 days ago (Jun 08 2018 15:42): Entered campaign (Fraud: Trinker cart abandoned (Cart abandoned))
- 12 days ago (Jun 08 2018 15:07): Order abandoned by samwise@gangues.com (Domestic - Gangues)

Cómo reducir el abandono del carrito de compra

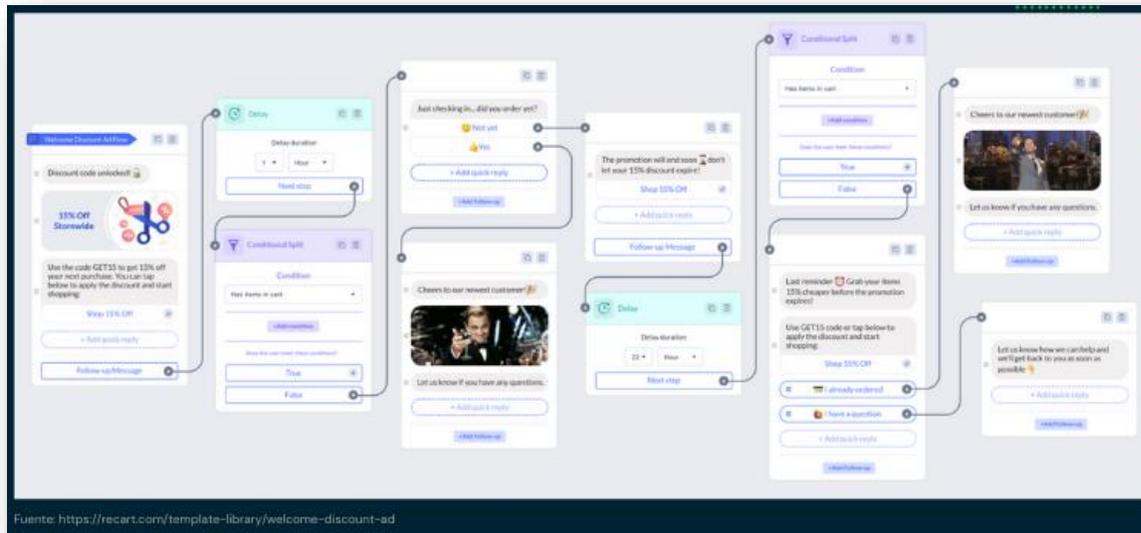
- Recuperación de carritos con **campañas multicanal**:
 - Campañas de eCommerce multicanal más comunes para recuperar carritos de compra abandonados:
 - Carritos abandonados utilizando solo SMS
 - Carritos abandonados utilizando solo correo electrónico
 - Carritos abandonados utilizando solo correo electrónico y SMS
 - Carritos abandonados utilizando todos los canales: correo electrónico, SMS y Facebook Messenger
 - Las herramientas de automatización de marketing multicanal son una solución “todo en uno”. Incluyen marketing de SMS, correo electrónico y facebook Messenger: **Sendinblue, Carts Guru...**



The image shows a screenshot of the Sendinblue website. At the top, there is a navigation bar with the Sendinblue logo, a language selector set to 'ES', a 'Conectarse' button, and a '¡Prueba Gratis!' button. Below the navigation bar, there are three main categories: 'Comunica' (Email marketing, SMS marketing, Chat, Bandeja de entrada), 'Personaliza' (CRM, Marketing automation, Emails transaccionales), and 'Convierte' (Formularios de suscripción, Landing pages, Anuncios de Facebook). The main headline reads 'Toma el control de tu negocio.' followed by the text 'Desata tu potencial. Impulsa tu negocio con una solución de marketing y ventas todo en uno. ¡Incluye todo lo que necesitas para crecer, convertir y vender!'. Below this is an image of a wooden toy car with a person inside. The bottom section of the screenshot shows a 'Marketing automation for e-commerce growth' section with a 'GET STARTED' button and a 'See results for free in 14 days' note. To the right, there is a diagram of a marketing automation flowchart with steps like 'Send Facebook Message', 'Send Email', and 'Send SMS'. The footer contains logos for Principado de Asturias, CCOD, FADE, and others.

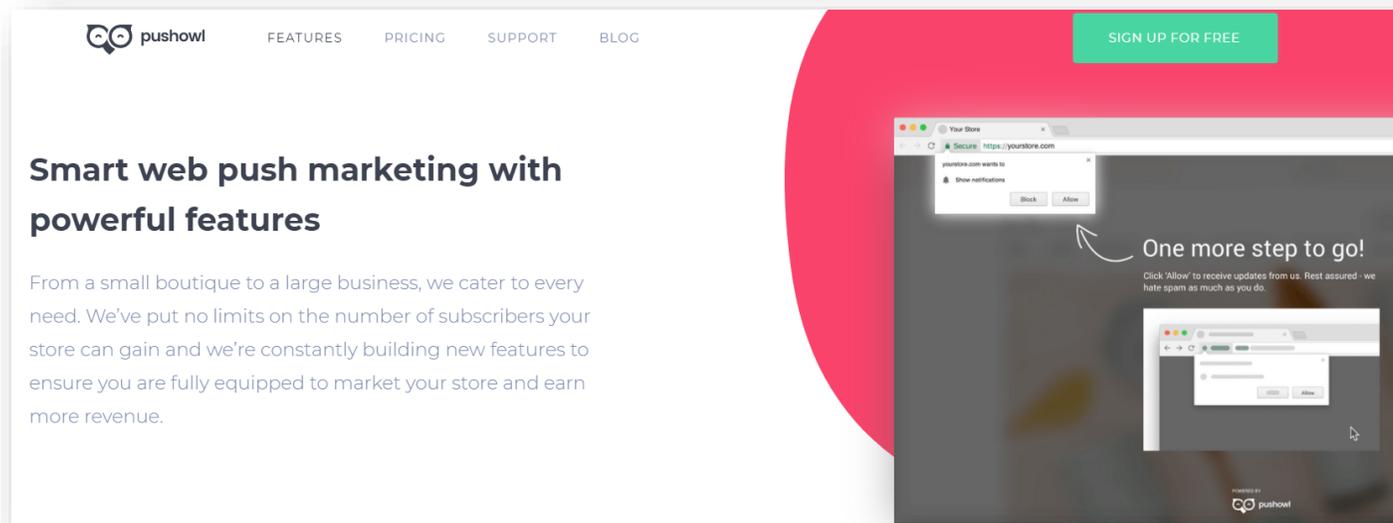
Cómo reducir el abandono del carrito de compra

- Recuperación de carritos por medio de **Facebook Messenger**:
 - Si tu canal de comunicación principal es Facebook, es muy probable que pueda obtener los mejores resultados de recuperación de carritos abandonados al utilizar marketing de Facebook Messenger.
 - Facebook Messenger, a diferencia de los correos electrónicos, tienen las tasas de recuperación más alta, una de las razones es que no tienen el problema de que los mensajes vayan a una carpeta spam.
 - Algunas herramientas, como **Recart**, ya preconstruyen flujos de conversación de Messenger que puedes utilizar para la recuperación de carritos abandonados por medio de Facebook Messenger.



Cómo reducir el abandono del carrito de compra

- **Notificaciones push web** para recuperar carritos abandonados:
 - El uso de notificaciones push en web para recuperar carritos puede ser efectivo y simple porque no requieren que un usuario haya completado los formularios de pago ni haya realizado una compra (a diferencia de correos electrónicos y SMS).
 - Las herramientas de notificaciones push en web, como **PushOwl**, te permiten automatizar recordatorios de carritos abandonados, agregar imágenes dinámicas...
 - Sin embargo, debido a las opciones de inclusión y exclusión voluntaria, las notificaciones automáticas le dan la posibilidad al usuario de controlar que tipo de mensajes desea recibir y cuales no.

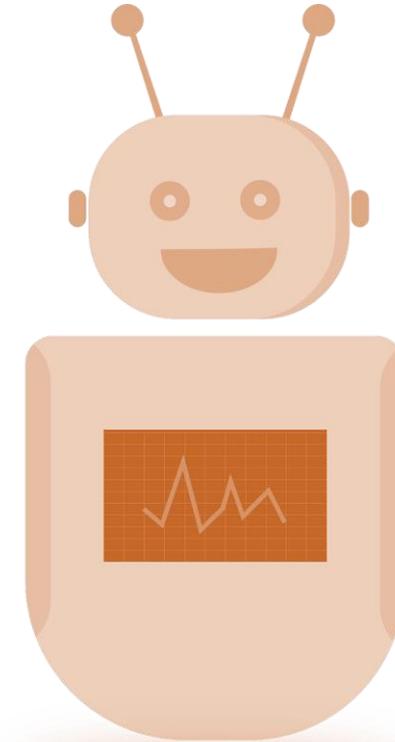


The image shows a screenshot of the PushOwl website. The top navigation bar includes the PushOwl logo, 'FEATURES', 'PRICING', 'SUPPORT', and 'BLOG'. A prominent green button says 'SIGN UP FOR FREE'. The main heading reads 'Smart web push marketing with powerful features'. Below this, a paragraph states: 'From a small boutique to a large business, we cater to every need. We've put no limits on the number of subscribers your store can gain and we're constantly building new features to ensure you are fully equipped to market your store and earn more revenue.' On the right side, there is a browser window mockup showing a notification: 'yourstore.com wants to show notifications' with 'Block' and 'Allow' buttons. An arrow points to the 'Allow' button with the text 'One more step to go!' and a sub-note: 'Click "Allow" to receive updates from us. Rest assured - we hate spam as much as you do.'

CHATBOTS

¿Cómo mejorar la comunicación con mis usuarios?

- Los chatbots o bots conversacionales son programas que simulan mantener una conversación con el usuario y que, en realidad, están ofreciendo una serie de respuestas automatizadas, previamente definidas, por parte de sus desarrolladores.
- Más del **60% de los clientes dicen que prefieren las herramientas de autoservicio digital**, como sitios web, aplicaciones o chatbots, para responder a sus simples preguntas. Para los millenials, que cada vez ejercen más un poder adquisitivo dominante, el chat es el canal de soporte preferido.



Ventajas del uso de chatbots

- Permiten **automatizar respuestas** que, por su volumen de consulta, pueden ser respondidas de forma automática.
- **Optimizan el tiempo de respuesta** sobre cuestiones que afectan a los servicios que ofrece la empresa.
- Posibilitan un **contacto permanente de la marca con sus clientes**, uno de los principales reclamos de los usuarios a las empresas.
- **Impulsan la comunicación y la reputación de la marca** en sus canales de redes sociales ofreciendo un servicio de atención de consultas propio a través de mensajes privados o chat.
- Son realmente **útiles** en la **gestión de compras o incidencias en el terreno del ecommerce** (comercio electrónico).
- Su evolución pronostica que, dentro de muy poco, los chatbots **se emplearán para mucho más que resolver dudas u ofrecer respuestas automatizadas**.

- Herramienta gratuita
- Numerosas plantillas de uso disponibles
- Necesidad de desarrollo para crear nuevos itinerarios
- Integración Facebook con Instagram

FACEBOOK for Developers

Productos

Programas

Documentos

Más

Empezar



Messenger Platform

Casos de uso

Soluciones

Historias de éxito

Buscar un socio

Documentos para desarrolladores

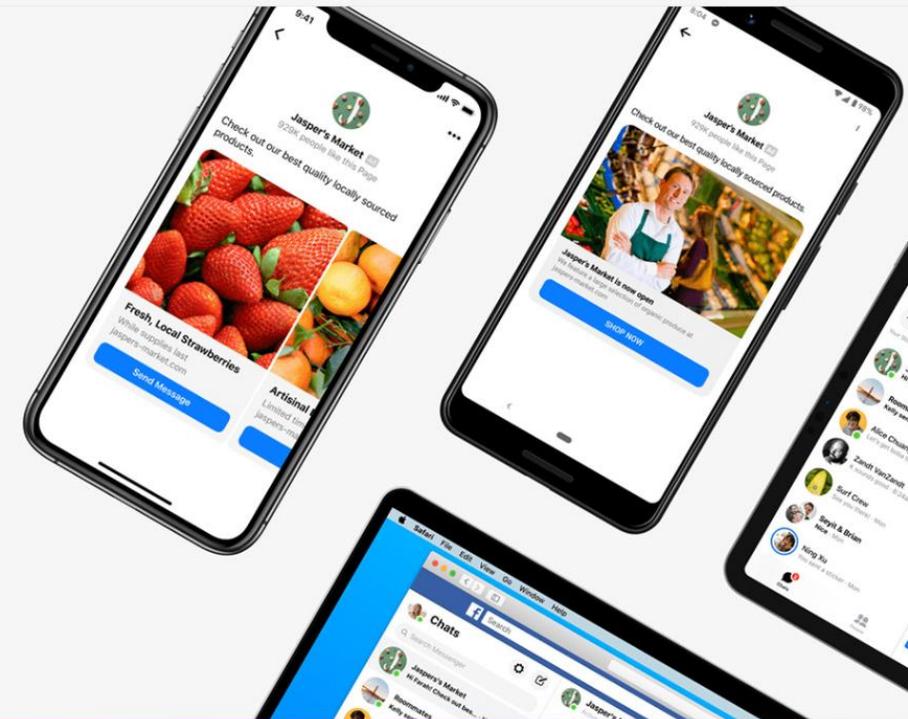
Seguridad

Desarrolla para Messenger

Messenger para empresas

Creas relaciones duraderas con los clientes mediante conversaciones. Messenger de Facebook te permite conectar con más de 1.300 millones de personas en el canal que prefieren^[1]: haz negocios de forma más práctica y personal.

- Explora las funciones y soluciones de Messenger
- Descubre cómo Messenger puede ayudar a tu empresa



+

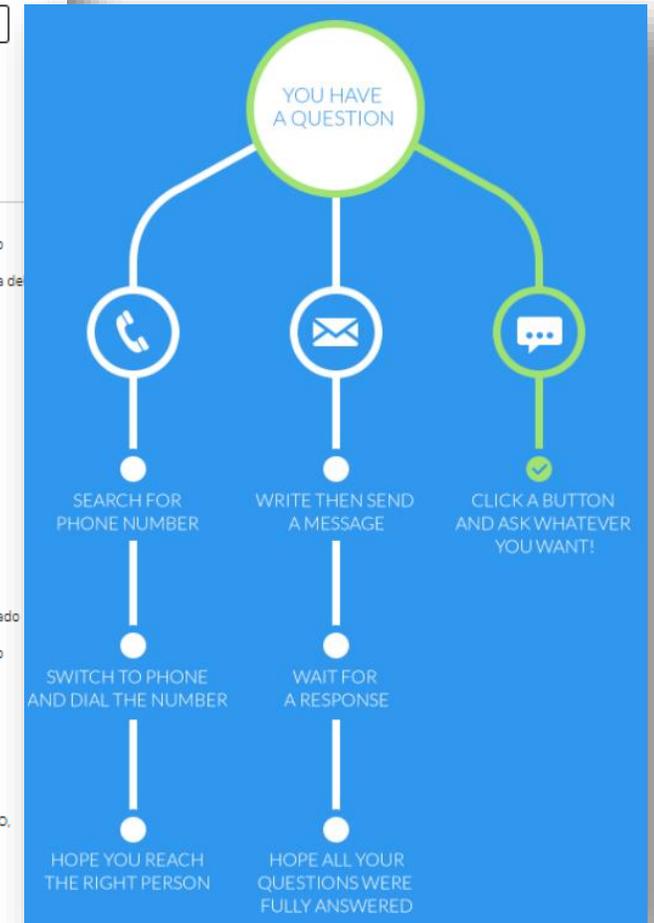


La API de Messenger ahora admite mensajes en Instagram. [Más información.](#)

- Dispone de periodo de prueba gratuito
- Integrable con las plataformas más habituales:
WooCommerce, Prestashop, Magento, Shopify...
- Soporte personalizado en castellano

Starter	Team	Business	Enterprise
Pequeña oficina / oficina doméstica	Equipo de soporte a tiempo completo	Departamento de servicio al cliente	Empresas de Fortune 500
			
\$16 /mes por agente facturado anualmente o \$19 al mes	\$33 /mes por agente facturado anualmente o \$39 al mes	\$50 /mes por agente facturado anualmente o \$59 al mes	Solicite una llamada Aprende más. contrato individual con facturación anual
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Historial de chat de 60 días ✓ Personalización básica del widget ✓ Sistema de emisión de tickets ✓ Seguridad de datos Ver todas las funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Historial de chat ilimitado ✓ Personalización completa del widget ✓ Sistema de emisión de tickets ✓ Seguridad de datos ✓ Informes básicos ✓ Grupos de agentes ✓ Múltiples marcas Ver todas las funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Historial de chat ilimitado ✓ Personalización completa del widget ✓ Sistema de emisión de tickets ✓ Seguridad de datos ✓ Informes avanzados ✓ Grupos de agentes ✓ Múltiples marcas ✓ Predicción de personal ✓ Planificador de trabajos Ver todas las funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Historial de chat ilimitado ✓ Personalización completa del widget ✓ Sistema de emisión de tickets ✓ Seguridad de datos ✓ Informes avanzados ✓ Grupos de agentes ✓ Múltiples marcas ✓ Predicción de personal ✓ Planificador de trabajos ✓ Gestor de cuentas dedicado ✓ Formación en el producto ✓ Soporte de ingenieros de software ✓ Asistencia de seguridad ✓ Conformidad con HIPAA ✓ Inicio de sesión único (SSO, por sus siglas en inglés) Ver todas las funciones

Livechat



- Ofrece servicio de chatbot y livechat
- Dispone de periodo de prueba gratuito
- Integrable con las plataformas más habituales: WooCommerce, Prestashop, Magento, Shopify...
- Soporte personalizado en castellano

Livechat Chatbot



Atención inmediata 24/7

Mejora tu servicio y no haga esperar a tus clientes: nuestro chatbot responde en sólo un segundo y es capaz de contestar al 80% de las preguntas de cualquier negocio. Presentando al cliente varias opciones, le guía hasta la solución que necesita. Las conversaciones son totalmente personalizables: edita temas que acceden al panel de control y configuras las preguntas para conectarlas con el flujo de respuestas que deseas. Puedes personalizar el chatbot al 100% y además, añadir la opción de Inteligencia Artificial: para que también conteste cuando los usuarios le escriben a través del chat. El módulo AI comprende el lenguaje natural del cliente para interpretar correctamente cada pregunta y no pedir que lo repitan de nuevo.

Sugerencia de productos

Vende cuando tus agentes no están conectados. Gracias a la integración de nuestro sistema con tu catálogo, el bot podrá sugerir productos y mostrarlos en el covisor a través de un filtro de categorías y características elegidas por el usuario. El bot es capaz de mostrar varias opciones compatibles con los intereses del usuario y que éste pueda comprarlo directamente desde el chat.

Además, en caso de que el cliente encuentre el producto que busca gracias al bot, pero necesite un asesoramiento personalizado o resolver dudas sobre el artículo, el chatbot transferirá la conversación a un agente.





Automatización de procesos

Con la automatización de muchas tareas, no sólo puedes atender cuando no hayas agentes conectados, sino que el personal de atención al cliente se encontrará con una mejor optimización de su trabajo: pueden centrarse en la personalización de la experiencia de compra de cada usuario y disponen de más tiempo para hablar con los clientes que son realmente potenciales. Así, pueden sugerir productos de forma visual y proactiva y, por tanto, cerrar más ventas. Nuestro chatbot también es capaz de asignar automáticamente las conversaciones a diferentes agentes o al departamento que corresponde con las preguntas del usuario. Además, su función más interesante es el tracking del estado del pedido en tiempo real: ayuda a cada usuario a localizar su paquete y libera a los agentes de contestar una pregunta tan frecuente.

Generador de leads

A través del bot no sólo podrás atender a los usuarios, sino que podrás recoger de forma automática su información de contacto para ampliar los leads de tu base de datos y poder convertir a más visitantes en futuros clientes.

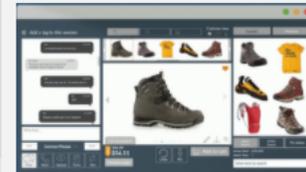
Nuestro chatbot puede pedir el nombre y el e-mail a los usuarios para que registres toda esta información al mostrar un formulario de contacto. Al establecer una conversación y solicitar la información poco a poco, es más probable que los clientes dejen sus datos.

Toda esta información tiene un gran valor para tu negocio: útil para tus estrategias de marketing o Lead Nurturing y acelerar tu proceso de ventas.



Octone

Livechat Chatbot



Covisor

Creo una experiencia de compra perfecta con nuestra tecnología exclusiva de atención al cliente visual. Puedes mostrar imágenes y vídeos de los productos de tu catálogo en tiempo real para dar un asesoramiento personalizado y mejorar las ventas de tu negocio aplicando técnicas de up-selling y cross-selling mientras hablas con tus clientes.

Además, los usuarios podrán subir sus propias imágenes al covisor para enseñarte qué están buscando exactamente, como una foto vista de un artículo similar. No tendrás que preocuparte por la privacidad: lo único que el agente podrá ver es el espacio compartido en el covisor, pero no la pantalla completa del cliente.

[Ver más](#)

Conocimiento de clientes

No comenzará la conversación a ciegas. Octone almacena la información más relevante de la navegación de tus clientes para mostrarte un historial con los productos que han visitado, los que han añadido al carrito o los que están en su lista de favoritos. Así, siempre sabrás qué necesita cada usuario incluso antes de hablar con ellos.

También podrás ver en qué página se encuentran en todo momento y acceder al registro de conversaciones que habéis tenido anteriormente para construir una relación más fuerte a través de un asesoramiento adaptado a sus patrones de compra y preferencias personales.





Algoritmos predictivos

Octone segmenta tu tráfico y detecta automáticamente a tus clientes potenciales. A través de los triggers personalizados, el chat se dispara con un mensaje predefinido que se adaptará a la situación de cada usuario.

Gracias a estas reglas de negocio, ofrecerás ayuda justo en el momento que se necesita: cuando lleva mucho tiempo en tu web, cuando ha comprado varios productos o cuando el valor del carrito alcanza un precio específico. No será necesario que tus agentes estén vigilando la actividad de cada visitante. Octone controla su navegación para ofrecer asesoramiento y te avisará cuando responda.

Análisis de datos

Saca partido de tu propia inteligencia de ventas. Mostramos en tiempo real gráficos e información relevante para ayudarte a aumentar tu conversión: seguimiento de compras, sesiones perdidas, completadas o el número de productos visualizados en cada conversación. Además, podrás tener un mayor control integrando Octone con plataformas externas de Analytics, como Google, Mixpanel o Omniture, con las que también podrás monitorizar cada interacción que tengan tus usuarios con el chat: cuántas veces lo abren, cuántos reciben el formulario de contacto o cuántos clics se hacen en el checkout desde el covisor, entre muchos más. Realiza un seguimiento del rendimiento de tus agentes y estudia qué estrategia funciona mejor y cómo las sugerencias de producto influyen en las ventas.





Chatbot

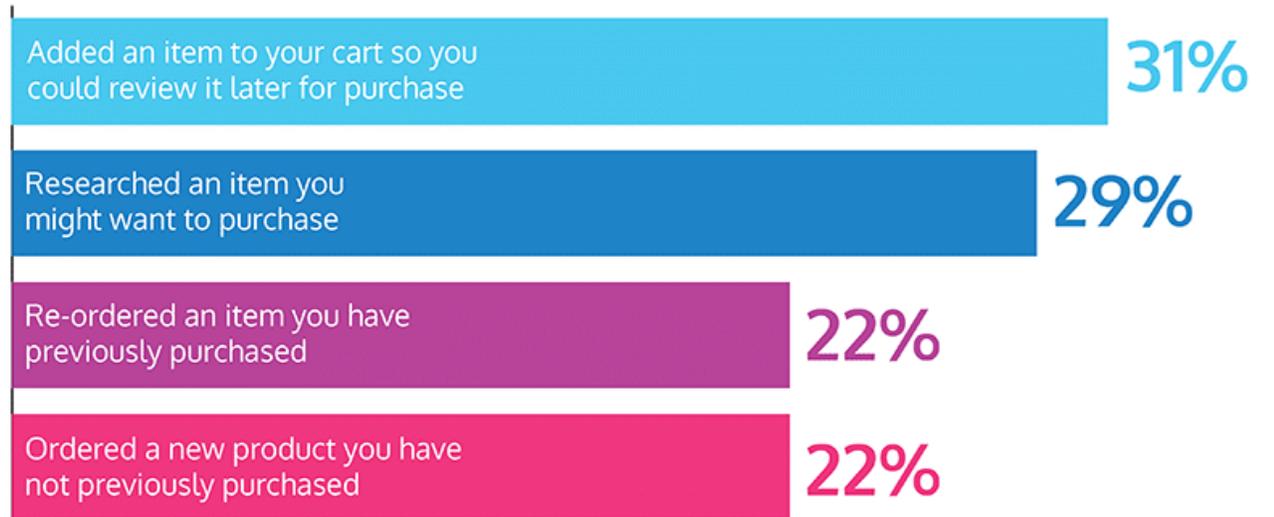
Optimiza tu servicio de atención al cliente para dar asistencia inmediata 24/7 a través de la automatización de respuestas mediante flujos de decisión e Inteligencia Artificial. Nuestro chatbot facilita el trabajo a tus agentes: es capaz de contestar en tan sólo un segundo comprendiendo el lenguaje natural en varios idiomas y, cuando los clientes necesitan asesoramiento personalizado, te transfiere la consulta. El bot también te permitirá seguir aumentando las ventas gracias a la asistencia en tiempo real cuando tus agentes no están conectados, así como recopilar los datos de posibles compradores.

BUSCADOR INTERNO

¿Cómo mejorar la búsqueda interna de productos en la tienda online?

- Cerca del **60%** de las personas que poseen un **asistente virtual lo han utilizado para realizar una compra** a través del comando de voz.
- Las ventas del comercio de voz alcanzaron los 1.800 millones de dólares el año pasado, con el potencial de alcanzar los 40.000 millones de dólares en 2022.
- Se prevé que para 2021, los primeros en adoptar la tecnología que han rediseñado sus sitios web para soportar la capacidad de búsqueda por voz **aumentarán los ingresos en un 30%**.

1 IN 5 SMART SPEAKER OWNERS USE VOICE COMMERCE



Source: Edison Research Smart Audio Report



- Dispone de periodo de prueba gratuito
- Integrable con las plataformas más habituales: WooCommerce, Prestashop, Magento, Shopify...
- Soporte en castellano



BÚSQUEDA INTELIGENTE

Motor de búsqueda con NLP, sugerencias y sinónimos para enriquecer los resultados



AI – PERSONALIZACIÓN

Adapta con AI los resultados al perfil y comportamiento de tu cliente



SEARCHANDISING

Aprovecha las funcionalidades de marketing: banners, bosting, etc.



AUTOCOMPLETADO

Ofrece resultados rápidamente de forma predictiva sin salir de la pagina web



MOBILE & VOICE SEARCH

Permite la búsqueda por voz y disfruta de una búsqueda perfecta en el móvil



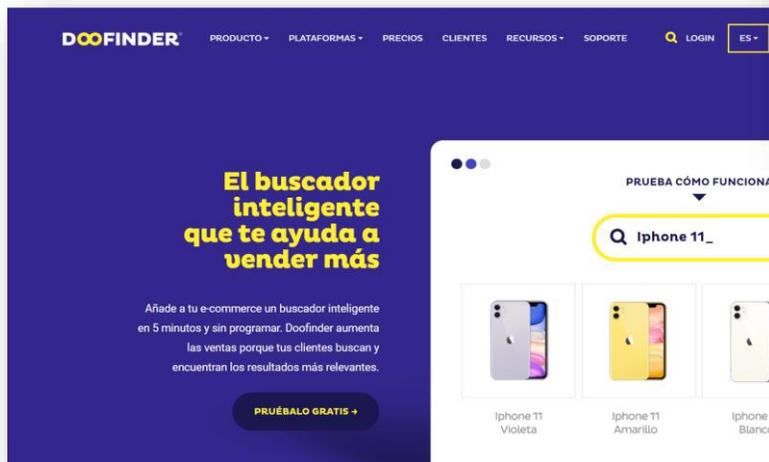
BÚSQUEDA POR IMAGEN

Permite a tus clientes buscar subiendo fotografías desde su dispositivo móvil



ESTADÍSTICAS

Utiliza las estadísticas en tiempo real para aumentar la conversión de tu eCommerce

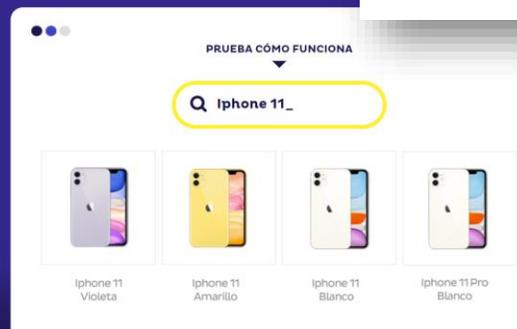


DOOFINDER PRODUCTO PLATAFORMAS PRECIOS CUENTES RECURSOS SOPORTE LOGIN ES

El buscador inteligente que te ayuda a vender más

Añade a tu e-commerce un buscador inteligente en 5 minutos y sin programar. Doofinder aumenta las ventas porque tus clientes buscan y encuentran los resultados más relevantes.

PRUEBALO GRATIS



PRUEBA CÓMO FUNCIONA

Q Iphone 11_

Iphone 11 Violeta | Iphone 11 Amarillo | Iphone 11 Blanco | Iphone 11 Pro Blanco

GRATIS	S	M	L	XL
0 €/mes	29 €/mes	49 €/mes	69 €/mes	99 €/mes
1000 peticiones / mes Indexación manual	10.000 peticiones / mes +6 € Mobile Version	50.000 peticiones / mes +9 € Mobile Version	100.000 peticiones / mes +14 € Mobile Version	200.000 peticiones / mes +19 € Mobile Version
CONSIGUELO AHORA	30 DÍAS GRATIS	30 DÍAS GRATIS	30 DÍAS GRATIS	30 DÍAS GRATIS

Contrata un plan anual y ahorra el 10%

PERSONALIZACIÓN

¿Cómo mejorar la personalización en la tienda online?

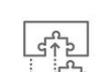
- La personalización es la práctica de crear una **experiencia personal para cada cliente** a través de recomendaciones personalizadas basadas en datos como consultas de búsqueda, comportamiento de navegación, historial de compras y geolocalización.
- La personalización está adquiriendo cada vez más importancia con las búsquedas relacionadas con la voz móvil, ya que **es tres veces más probable que sean búsquedas locales**, como «farmacia cerca de mí».
- Uno de los mayores beneficios de la personalización es que puede ayudar a **aumentar los beneficios de una empresa en un 15%**. Esto se debe en parte a que el 75% de los clientes tienen más probabilidades de comprar a un minorista que los reconoce por su nombre y recomienda productos basados en compras anteriores. Después de implementar la personalización, el 93% de las empresas ven un aumento en las tasas de conversión.

- La **segmentación tradicional**, basados en el sesgo de edad, nivel económico y sexo no llega a definir un usuario en su totalidad, pues no todos aquellos con la misma edad o la misma capacidad económica tendrán los mismos gustos o se verán afectados por la mismas ofertas.
- Aquello que nos dará más información sobre el consumidor será su **comportamiento en la tienda online**, y de eso es lo que se trata efectivamente el **Behavioral Targeting**, de la segmentación basada en el comportamiento del consumidor en la tienda online.

- Recuperación de ventas perdidas (blueCart)
- Pop-ups segmentados que personalizan la experiencia de cada usuario y evitan fugas (blueBox)
- Personal shopper automatizado e inteligente (blueRec)
- Soporte personalizado en castellano



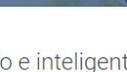
Convierte visitantes en compradores a través de mensajes emergentes. Pop-ups segmentados que personalizan la experiencia de cada usuario y evitan fugas.

 <p>Tipos de campañas: Pop-ups, nanobars, micro landing pages, pop-ups responsive, etc.</p>	 <p>100% customizable Decide quién y cuándo puede ver los pop-ups manteniendo tu branding.</p>	 <p>Programación de campañas Programa campañas adaptadas a tu negocio o promoción.</p>
 <p>Puesta en marcha inmediata Solo hay que copiar y pegar un fragmento de código estático.</p>	 <p>Rastreo del ciclo de compra Sigue las estadísticas de la sesión del usuario, desde la visita hasta la compra.</p>	 <p>Envía los leads a tu ESP Sincroniza los leads que ha conseguido blueBox con tu plataforma de envío de emails.</p>

Blueknow



BlueRec es tu personal shopper automatizado e inteligente. Detecta las preferencias de cada usuario, y propone productos únicos tanto en web como en email.

 <p>Recomendaciones dinámicas Con cada interacción, blueRec adapta las recomendaciones que propone al usuario, incluso en la misma sesión de navegación.</p>	 <p>Aprendizaje a tiempo real Cada vez que el usuario interacciona con un producto o servicio blueRec aprende automáticamente para completar el perfil del usuario.</p>	 <p>Recomendaciones personalizadas Detectamos de manera automática los gustos de cada usuario para poder proporcionarle los productos más relevantes en cada momento.</p>
 <p>Adaptable a cualquier negocio Podemos recomendar todo tipo de bienes y servicios adaptando nuestra tecnología a cualquier negocio.</p>	 <p>Puesta en marcha inmediata ¡Nosotros lo hacemos todo!, el cliente solo tiene que cortar y pegar un fragmento de código estático para comenzar a ver como crecen sus ventas.</p>	 <p>Personalización en campañas masivas Conseguimos fácilmente personalizar campañas masivas con recomendaciones. Somos compatibles con cualquier ESP.</p>



DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

