

[Portada](#) [Canal Horeca](#) [Bases de datos](#) [INDISA](#) [Tienda](#) [Empresas Recomendadas](#)[Editorial](#) [Actualidad](#) [Aperturas](#) [Internacional](#) [Perfumería y Droguería](#) [Protagonistas](#) [Fabricantes](#) [Distribución](#) [Hemeroteca](#)[Usuario nuevo](#)

Login

Contraseña

OK

[¿Has olvidado tu clave?](#)

LUCE IT reúne en Madrid a los principales directivos españoles de eCommerce



Asienta las claves para mejorar la experiencia online y móvil de los usuarios

¿Alguna vez le han ofrecido en Internet un servicio que estaba buscando sin que lo solicitase? Más allá del azar y de supersticiones, hoy en día es posible conocer los gustos e inquietudes de los usuarios para satisfacer su demanda antes incluso de que se despierte en ellos una necesidad de compra.

Forrester apunta en su informe sobre las tendencias tecnológicas para 2014-2016 que ofrecer una experiencia digital excelente ya no solo es un aspecto

deseable sino que se trata del diferenciador decisivo que marcará la entrada o no de un negocio en la era digital. Sobre este y otros temas, han debatido los principales directivos de eCommerce y Marketing Digital de España en el workshop 'Cómo gestionar la experiencia online de los clientes y obtener información sobre su comportamiento'.

Organizado por la empresa española de consultoría y desarrollo tecnológico LUCE IT, el evento ha contado con la participación especial de Javier Idefonso, ex Manager de eCommerce Acquisition EMEA en Norton (Symantec Corporation) y profesor asociado de Digital Trade Marketing & eCommerce en IE Business School.

A la jornada ha asistido una selección de profesionales de los sectores de banca, retail, seguros y energéticas, entre otros, para debatir sobre cómo interactúan los usuarios con los distintos canales disponibles en la actualidad y entender cuáles son las necesidades de los clientes para optimizar su experiencia. En ese contexto, Evelyn Weiss, subdirectora general de LUCE IT, ha mostrado a los asistentes cómo funciona el software IBM® Tealeaf®, herramienta que permite observar y reproducir la experiencia de los clientes en tiempo real y mejorar el ratio de conversión, y de qué manera puede ayudar a las empresas a conocer e interpretar las necesidades de sus clientes.

Según datos de Lee Resources, por cada queja recibida de un cliente, hay otros 26 clientes descontentos que han permanecido en silencio. Por esa razón, es importante conocer los principales obstáculos que se encuentra un usuario que intenta cerrar una transacción, ya sean fallos técnicos, como de diseño o de comunicación. Los expertos reunidos han concluido que mejorar la oferta y la accesibilidad de las diferentes plataformas es un aspecto crucial para evitar que los clientes cambien de canal o se vayan a la web de la competencia a buscar un servicio. De hecho, los participantes en el workshop aseguran que todavía queda un largo camino por recorrer a la hora de optimizar la experiencia online de los consumidores. Un ejemplo de ello es que muchos de los procesos de compra que se inician en Internet suelen terminar en el centro de llamadas de atención al cliente, por diferentes fallos y errores que entorpecen la experiencia del usuario.

Según el último barómetro global de American Express, el 55% de los consumidores dejaría de comprar a una empresa que proporcionara un pobre servicio de atención al cliente y un 66% gastaría más dinero con una compañía que le ofreciese una excelente experiencia de usuario en el servicio de atención al cliente. En este sentido, Tealeaf® ofrece la posibilidad de proveer de importantes datos a los interlocutores de estos call centers, aportándoles información de valor añadido sobre los gustos y preferencias de sus interlocutores y haciéndoles pasar de centros de gastos a centros de ingresos.

Sobre LUCE IT

LUCE IT provee soluciones basadas en analítica avanzada para la mejora de la eficiencia de procesos. Su unidad de negocio LuceCEM se centra en optimizar la experiencia del usuario en los diferentes canales digitales: web, móvil, redes sociales, atención telefónica al cliente. Dentro de su portfolio de soluciones en este área se incluye IBM Tealeaf, solución de analítica cualitativa que permite ver lo que ven los clientes y ayuda a descubrir los obstáculos de los canales digitales para acelerar e incrementar las ventas.

Desde su unidad de negocio LuceLean se proporcionan sistemas analíticos para descubrir el porqué de las paradas de máquinas o de los fallos de calidad hasta cuadros de mando para el control automático SLA para la subcontratación del mantenimiento de fábrica. Para aquellas compañías en las que la mejora de los procesos productivos es una prioridad, las soluciones de LUCE IT son las únicas que permiten visualizar en tiempo real todas las actividades de la planta desde la perspectiva del coste y del valor añadido, permitiendo mejorar el OEE, el LeadTime, la capacidad productiva y reducir la tarifa fábrica. Las soluciones de LUCE IT permiten tangibilizar y potenciar metodologías como lean, TPM, etc.

LUCE IT es una empresa privada con sedes en Andalucía, Asturias, Cataluña, Castilla y León y Madrid.

Para obtener más información, visite www.luceit.com, www.lucecem.com y www.oopro.aero.

[Entre Empresas \(6\)](#)[Agenda](#)[Recibir Boletín](#)

BUSCAR EN ESTA SECCIÓN

Introduzca unas palabras para realizar la búsqueda en la sección "Al día". Si lo desea puede limitar los resultados por periodos de tiempo.

Búsqueda

OK

Desde: MES AÑO

Hasta: MES AÑO



Especializados en Carnes Congeladas



International Food and Drinks Exhibition

31 March - 3 April 2014 - Gran Via venue, Barcelona

HALL 5 - LEVEL 0 - STAND D100

todo soluciones

Tfo: 91 737 27 38
info@fpdsolutions.net
www.fpd-solutions.net