

LO ÚLTIMO » 18:00 Checklists 10 errores que debe evitar a toda costa en la publicidad para consumidores "maduritos"

12 julio 2013 - Digital

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 si quiera 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.

Comparte

Noticias relacionadas

- Las tabletas son las "niñas bonitas" del m-commerce
- En España el e-commerce crecerá un 18% anual hasta 2017
- El e-commerce entre empresas y consumidores supera los 15 millones de euros en Brasil
- Los "marketeros" confiesan sentirse agobiados por el frenético ritmo de los cambios tecnológicos



MARKETINGDIRECTO TV

Festival publicitario El Sol: Jordi Palomá

Festival publicitario El Sol: Jordi Palomá, su nuevo presidente, anuncia mejoras

REPORTAJE A FONDO

Así son los nuevos consumidores españoles **ymedia**

REPORTAJE A FONDO

Termina una serie de éxito en Antena 3:
GRAN HOTEL
...y VODAFONE quiere vincularse con ella.

GALERÍA

Los eventos de la semana en imágenes A pesar del verano y el buen tiempo, el ritmo del marketing y la publicidad en nuestro país no parece dispuesto a cesar, siguiendo con la tónica de eventos, ruedas de prensa y, por qué no, también fiestas, que nosotros como cada semana les acercamos a través de las mejores imágenes. Para ir abriendo boca ...

TWITTER LIVE CHAT

Síguenos en Twitter, ¡ya somos 152209 seguidores!

NOTICIAS

LO ÚLTIMO + VISTO + COMENTADO

08:34 Eventos y Formación: IEBE premia las ideas más innovadoras en marketing con un máster

08:30 Marketing Móvil: Escoge un vídeo publicitario y

ART YCO
...más que un CRM
artyco.com

Cursos de formación superior en marketing online:

COMMUNITY MANAGEMENT

SEO Y SOCIAL MEDIA

MARKETING EN INTERNET