

Marabraz mejora las conversiones y el engagement en su sitio web aplicando la personalización de overlays, InStory y los mensajes por WhatsApp





Los resultados de la estrategia de recomendación in situ de Insider y de la segmentación adicional fue una sorpresa. Fueron mejores que las mayores métricas que habíamos conseguido con nuestras herramientas anteriores.”

Davi Frate

Head of Digital Marketing

Marabraz



Sobre a Marabraz

Marabraz es la marca líder brasileña en comercialización de mobiliario. Actualmente, cuenta con más de 120 tiendas en São Paulo (capital), Baixada Santista, Vale do Paraíba y otras ciudades del estado.

Fundación en: 1987

Número de tiendas: +120

Está presente en: São Paulo (capital), Baixada Santista



Resumen ejecutivo

Marabraz buscaba una herramienta que le ayudara a mejorar la experiencia del cliente y a ofrecer un engagement personalizado in situ. Quería optimizar la experiencia de las recomendaciones y aumentar las tasas de conversión generales in situ, además de ofrecer a los clientes una experiencia personalizada e integral en su página web.

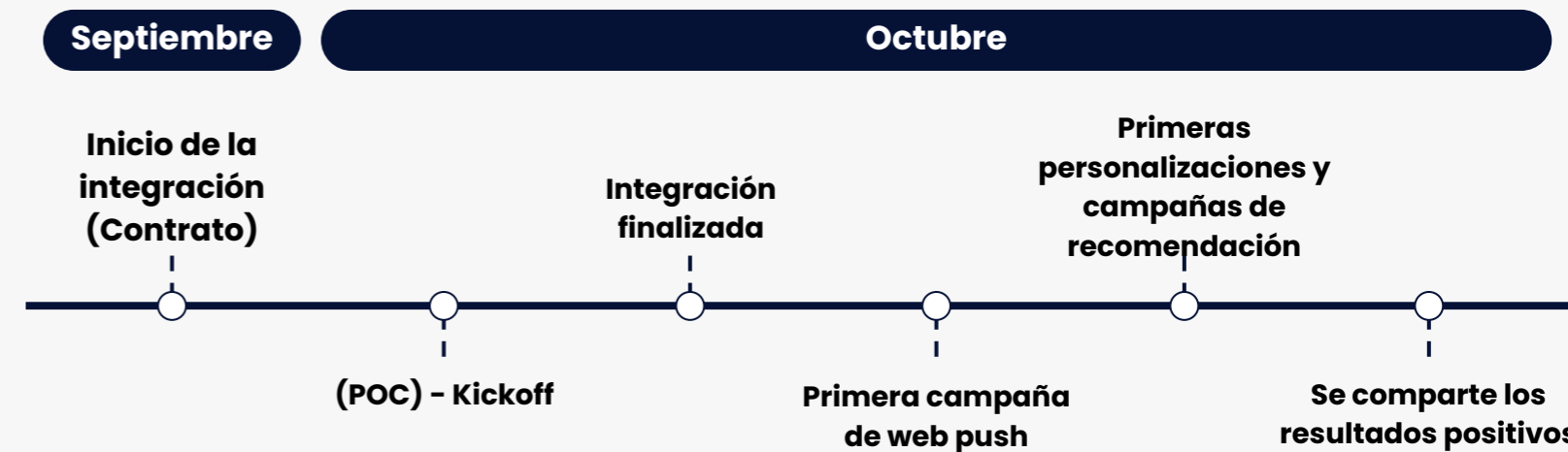
Ahora, Marabraz puede recurrir a la **segmentación profunda** y a las normas de **Smart Recommender** para ofrecer experiencias in situ adecuadas. Las recomendaciones inteligentes también pueden usarse mediante diversas plantillas personalizables como **InStory**, las notificaciones **web push** y el **correo electrónico**, que darán lugar a mejores experiencias de recomendación en los canales.

Al usar la **API de WhatsApp Business**, Marabraz puede ahora entablar conversaciones más humanas en un canal de mensajería con un gran número de usuarios activos. Envía **alertas automáticas y mensajes dinámicos personalizados**, como recordatorios del carrito, **para acelerar las decisiones de compra y recuperar los ingresos perdidos**.

Todos los trimestres, Insider comparte un informe de rendimiento trimestral con Marabraz; durante el cuarto trimestre de 2020 Marabraz logró un retorno de la inversión **(ROI) 10 veces mayor y en el primer trimestre de 2021 el retorno de la inversión fue 14 veces mayor**.

Journey con Insider

Insider acompañó a Marabraz en todo momento, aportando información estratégica para llegar al paquete de soluciones que mejor se adaptaba a las necesidades de Marabraz.

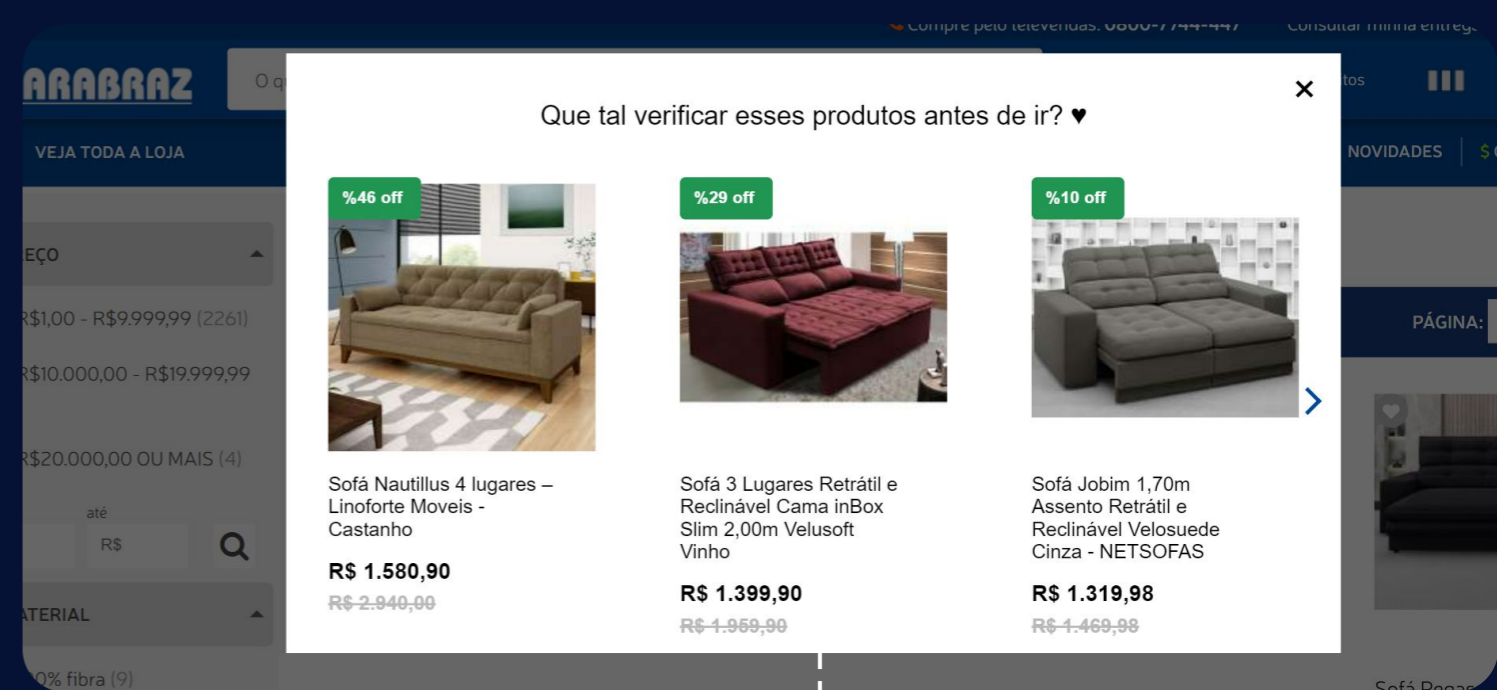


Mejora de las métricas de recomendación in situ para una experiencia del cliente personalizada

Marabraz quería mejorar la experiencia de recomendación in situ. Buscaba una herramienta que le ayudara a mejorar las métricas de las recomendaciones in situ y también a optimizar el tiempo de carga de su página.

El equipo de Insider implementó una prueba directa con Chaordic usando Smart Recommender con un reparto de cookies 50/50 en cinco páginas. Además, los gerentes de cuentas de Insider optimizaron el tiempo de carga de la página web y ofrecieron a los clientes mejores experiencias usando la segmentación profunda. Gracias a **Smart Recommender**, Marabraz podrá impulsar las recomendaciones no solo en su página web, sino también en las **notificaciones web push, InStory, los banners de intención de salida, el correo electrónico** y mucho más, algo que antes era impensable.

Marabraz aumentó su **tasa de conversión un 1,45 %** y **la duración media de la sesión un 1,36 %**. Y no solo eso: Marabraz observó una mejora del **33 % en la puntuación de su rendimiento de escritorio según la funcionalidad Lighthouse**.



33%
de mejora en la
puntuación de la
página web

Mejora de las tasas de activación de nuevos usuarios con los overlays de intención de salida

Marabraz se dio cuenta de que un gran número de visitantes primerizos de su página web se marchaban sin registrarse o finalizar una compra. Quería mejorar la tasa de activación de nuevos usuarios y se dio cuenta de que necesitaba una solución de eficacia probada para retener a los visitantes que mostraban signos de querer abandonar la página web.

Los consultores de crecimiento de Insider, tras entender los retos, sugirieron la aplicación de una superposición de intención de salida en la página del producto.

La superposición de intención de salida aparecería en la pantalla cuando un usuario se moviera para abandonar la página web; al ofrecer un cupón de descuento en la superposición, se motiva a los usuarios a quedarse y continuar con su compra.

Marabraz observó un aumento del **3,29 % de la tasa de conversión de esas campañas de intención de salida** frente al grupo de control que no participó en dicha campaña.



3.29%
de aumento de la
tasa de conversión

Lograr el engagement de los visitantes primerizos

Marabraz quería conseguir de forma instantánea el engagement de quienes visitaban su página web por primera vez. Buscaba una solución que le ayudara a ofrecer recomendaciones personalizadas para captar la atención y atraer a los visitantes en cuanto aterrizaran en su página web.

El equipo de Insider comprendió los objetivos y recomendó el uso de la función InStory en la página web. InStory es una funcionalidad de recomendación de productos interactiva que aparece en la parte superior de la página web como una story line. Marabraz usó esta funcionalidad para conseguir el engagement de cada usuario con una línea de recomendaciones de productos personalizada e interactiva.

Marabraz observó un aumento de la **tasa de conversión del 3 % gracias a la campaña de InStory** frente al grupo de control que no vio InStory en la página web. Los visitantes sintieron el engagement desde el minuto uno y la media de la duración de la sesión mejoró notablemente.



3.29%
de aumento de la
tasa de
conversión



Reducción del abandono del carrito con el workflow automático y los mensajes de WhatsApp

Marabraz quería reducir la tasa de abandono del carrito y buscaba una solución que le ayudara a implementar workflows automatizados con la mayor efectividad posible frente al abandono del carrito.

Los consultores de crecimiento de Insider se dieron cuenta del reto e idearon una solución que incluía WhatsApp para combatir el abandono del carrito, ya que era el canal con la mayor tasa de conversión.

- El consentimiento de notificaciones al usuario se consigue a través de una plantilla en la página web (el consentimiento de notificaciones es obligatorio antes de contactar con ellos por WhatsApp).
- Cuando un usuario abandona el carrito, se dispara un flujo automático de abandono del carrito.
- El usuario recibe un mensaje de WhatsApp que le recuerda los artículos de su carrito

Marabraz consiguió más de **20 000 suscriptores** gracias a la comunicación por WhatsApp y consiguió una **tasa de conversión 2 veces mayor que la media de su página web**.

2X más tasa de conversión



Mirando al futuro

Marabraz estudiará el uso de Architect, la herramienta de orquestación del recorrido del cliente de Insider, con el fin de complementar los canales web push existentes. Su objetivo es optimizar la experiencia de personalización in situ usando las notificaciones web push, enviando el mensaje correcto a los usuarios correctos en el momento correcto. Además de las notificaciones web push, Marabraz usará Architect para dirigirse a los usuarios a través del correo electrónico, creando y ofreciendo experiencias personalizadas en los canales de página web y de correo electrónico.

Marabraz también explorará los canales de mensajería emergentes, como Facebook Messenger, para atraer a sus clientes con las experiencias de personalización más relevantes.



About Insider

Insider—one platform for individualized, cross-channel experiences—enables enterprise marketers to connect customer data across channels and systems, predict their future behavior with an AI intent engine and orchestrate individualized experiences to customers. Marketers use Insider’s platform to deliver experiences across channels like Web, App, Web Push, Email, SMS, Messaging Apps (WhatsApp, Facebook Messenger, RCS), Ads, and more.

Recently, Insider announced its \$32 Million Series C funding round, led by Riverwood Capital and joined by Sequoia, Wamda, and Endeavor Catalyst. Insider was featured in the Gartner Magic Quadrant for Multichannel Marketing Hubs 2020 and The Forrester Wave for Cross-Channel Campaign Management 2021. The company has been named the #1 leader on G2’s Mobile Marketing Software and Personalization Grids, with a 4.6/5 rating based 100% on user reviews, 18 quarters in a row. CrunchBase recently ranked Insider’s co-founder and CEO Hande Cilingir as one of the top women CEOs outside the US.

Many of the most prestigious Fortune 500 companies and top brands in retail, automotive, and travel use Insider to deliver AI-backed personalized experiences that exceed customer expectations. Insider is trusted by over 800 global businesses, including Singapore Airlines, Virgin, Toyota, New Balance, IKEA, Samsung, Newsweek, MediaMarkt, Nissan, AVIS, Marks & Spencer, Allianz, BBVA, Domino’s, Avon, and CNN.

AVON

ESTÉE LAUDER

PHILIPS

SAMSUNG

PUMA

hunkemöller

Levi’s

IKEA

OTTO

UNI
QLO

GAP

Lenovo

info@useinsider.com

www.useinsider.com