Marks & Spencer logró obtener una impresionante tasa del **15.1%** en la **recuperación de carritos de la compra abandonados gracias a las notificaciones *web push***

M&S × Insider

EST. 1884

Trabajar con Insider ha sido genial. El equipo de gestión de cuentas es muy activo, y el canal de notificaciones *web push* de Insider complementa nuestra tecnología. Esto nos ofrece una forma nueva y eficaz de comunicarnos con nuestros clientes. La implementación se basa en un tag simple, que deberás colocar en tu sitio web para poder utilizarla. Para muchas empresas, esto es una ventaja considerable respecto a la mejora del tráfico y las conversiones.

— Senior CRM, Loyalty & Channel Innovation Manager

Ropa, hogar y belleza

Sobre M&S

Marks & Spencer (M&S) es una empresa británica que ofrece una buena relación calidad-precio. Se centra en negocios de marca propia (como alimentos, ropa y hogar) tanto en el Reino Unido como a nivel internacional. En la actualidad, operan una familia de empresas que vende productos de marca propia de gran calidad en el Reino Unido y otros 62 países, con 1519 tiendas y 44 sitios web en todo el mundo.

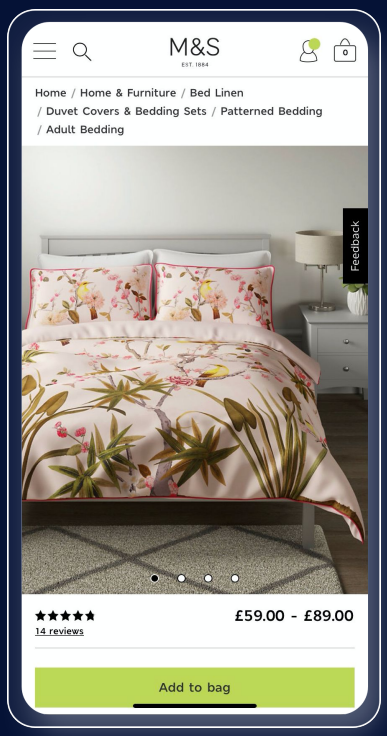
Como multinacional de confianza, no es de extrañar que M&S tenga una gran base de datos de correos electrónicos que han aceptado notificaciones. Sin embargo, a esos niveles puede resultar complicado aumentar el público al que llegan. Las notificaciones *web push* de Insider proporcionaron a la marca un canal de comunicación nuevo para acceder a sus clientes.

Tasa de recuperación del 15,1 % en la recuperación de carritos de la compra abandonados gracias a las notificaciones *web push*

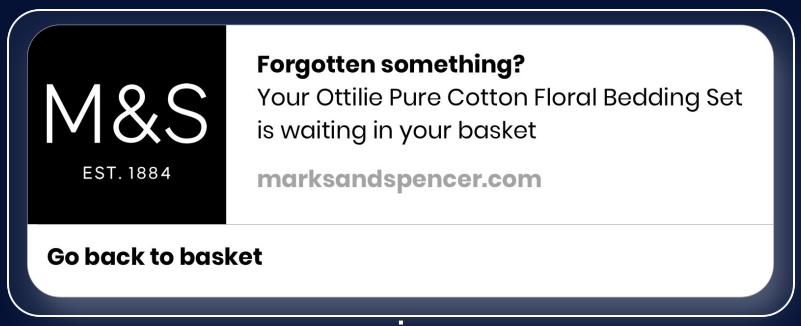
La tasa promedio de abandono del carrito en el comercio electrónico oscila entre el 57 y el 76 %, lo que implica que existe un gran potencial para recuperar los ingresos perdidos a través de campañas de recuperación.

M&S utilizó las notificaciones *web push* de Insider para carritos abandonados a fin de redirigir a los visitantes a su sitio web con un mensaje oportuno. En él, les recordaban los artículos que no habían comprado. Estas notificaciones *push* lograron una tasa de conversión del 15,1 %,por lo que muchos compradores volvieron al sitio web y completaron la compra. La cifra es significativamente más alta que el 3,33 % de la tasa de recuperación mediante correos electrónicos de carritos de la compra abandonados que impera en la industria de la moda.

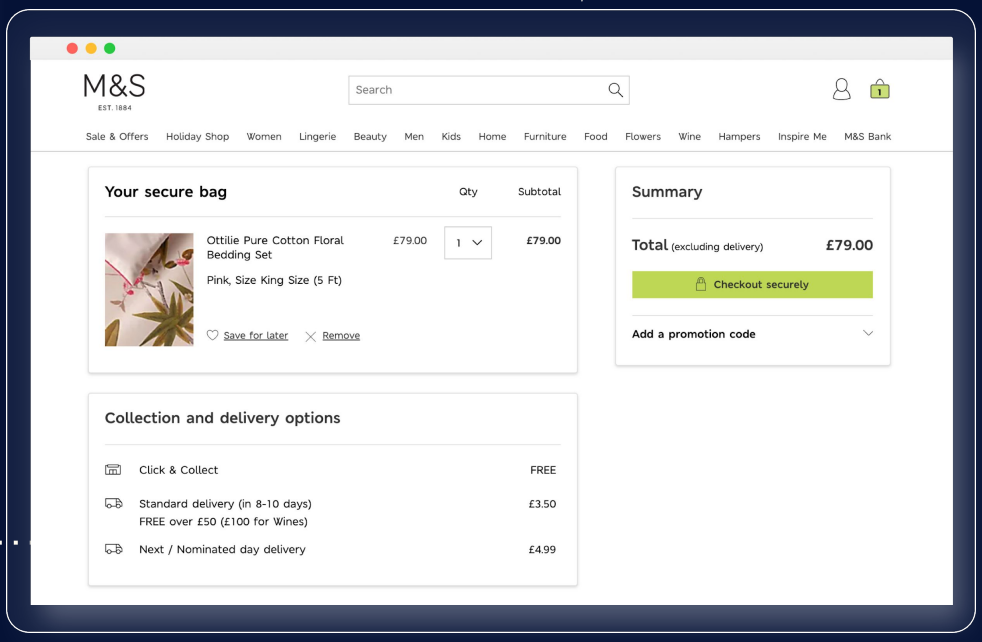
Estas notificaciones *push* complementan la estrategia de abandono por correo electrónico de M&S, ya que ofrece un canal de comunicación más rápido y directo para la respuesta de primera línea. Las notificaciones de abandono del carrito de la compra son la estrategia *web push* más exitosa que M&S ha implementado hasta ahora.



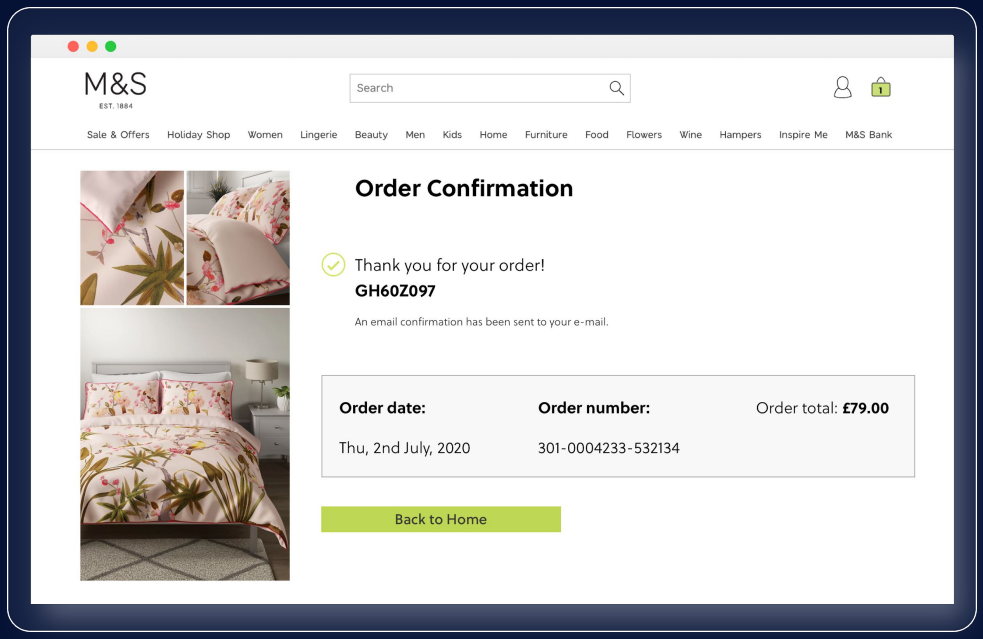
Espera
5 minutos



El cliente vuelve
al carrito



El cliente
completa la
compra



Tasa del
15,1 %
en la recuperación de carritos de la compra abandonados

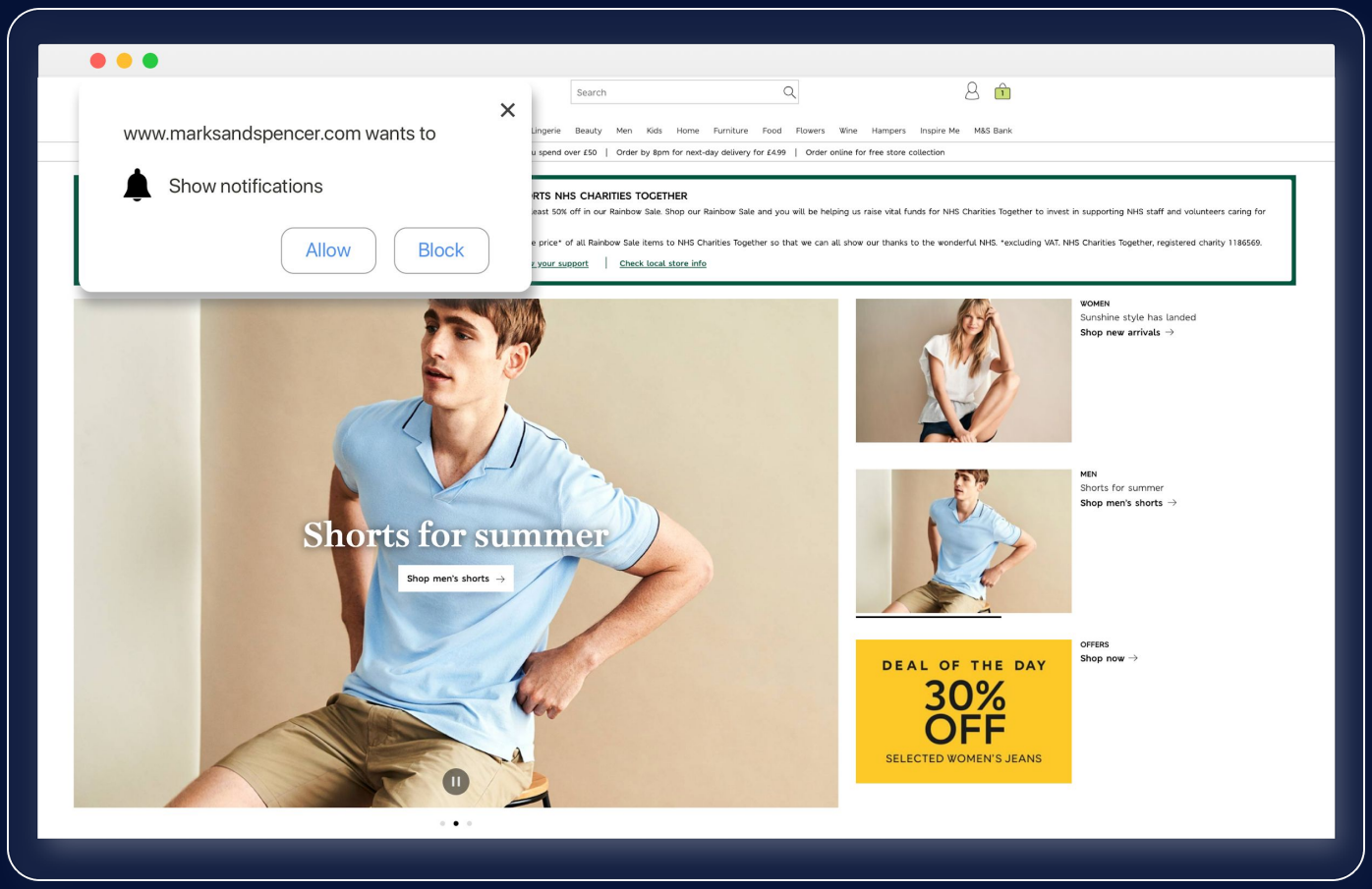
Segmentación basada en IA y ofertas clásicas para aumentar los ingresos

M&S combina la mensajería web push de Insider y las herramientas de segmentación impulsadas por IA con sus campañas permanentes más exitosas. La plataforma de gestión del crecimiento de Insider rastrea la categoría o la colección que un usuario ha visitado recientemente, aunque sin generar conversiones, y lo atrae de nuevo con una promoción oportuna. Un buen ejemplo de ello es la campaña de larga duración de 4x3 en ropa interior femenina de M&S, que impulsa las tasas de conversión de lencería y los ingresos.

Aumento del 20 % en los suscriptores de notificaciones *web push* con aceptación nativa

Para aumentar aún más su base de clientes y poder comunicarse con la mayor parte de ellos a través del canal, M&S decidió experimentar con un cambio a la aceptación nativa para las notificaciones *web push*. Gracias al proceso de un solo paso, la cantidad de personas que aceptan dichas notificaciones ha aumentado a un ritmo mayor desde que se implementó el cambio, ya que simplifica el proceso para los clientes de M&S. La medida ha implicado un aumento del 20 % en las personas que aceptan las notificaciones *web push*.

20 %
aumento de la aceptación



Próximos pasos de Marks & Spencer e Insider: automatización del recorrido del cliente con Architect

En un futuro cercano, M&S utilizará Architect, el creador de recorrido del cliente basado en la IA de Insider, para crear recorridos del cliente personalizados a escala.

Architect crea un viaje para el usuario en función de su comportamiento en el sitio web (como la navegación por productos concretos o el abandono de un carrito de la compra) o segmentos predictivos (como la afinidad de descuento o la probabilidad de comprar y abandonar). A continuación, Architect les orienta a través de un recorrido de compra automatizado y personalizado en varios canales, que culmina en cualquier objetivo de M&S (como el aumento del tráfico, las conversiones o los ingresos).

User Subscribed to Push Notifications

Espera 5 min

El cliente hace clic en «Destacar entre la multitud»

M&S
EST. 1884

Welcome to M&S 😍

What's your favourite style?

marksandspencer.com

Comfy and classic

Stand out from the crowd

Espera
1 día
+
Sin compra

M&S
EST. 1884

Turn Heads in this Summer

Make a statement with these bold prints.

marksandspencer.com

Sin compra

Espera
7 días

M&S
EST. 1884

10% off your first online purchase

Use JUSTFORYOU at the checkout

marksandspencer.com

Acerca de Insider

La plataforma de gestión de crecimiento (GMP) de Insider ayuda a los equipos de marketing digital a impulsar el crecimiento en el embudo, desde la adquisición hasta la activación, las ventas y la retención. Además, aprovecha la segmentación predictiva en tiempo real mediante inteligencia artificial para que los equipos de marketing puedan ofrecer recorridos de cliente personalizados en sitios web, móviles, aplicaciones y canales publicitarios. La GMP, que se ha desarrollado sobre una capa de datos unificada, es fácil de implementar y usar, por lo que no es necesario recurrir a integraciones complejas ni depender de equipos informáticos. Insider simplifica la vida de los especialistas en marketing digital y los ayuda a impulsar el crecimiento de sus marcas sin esfuerzos innecesarios.

Insider es una empresa tecnológica con oficinas en Londres, París, Singapur, Tokio, Hong Kong, Seúl, Sidney, Helsinki, Barcelona, Dubái, Moscú, Varsovia, Taipéi, Yakarta, Manila, Wellington, Estambul, Kiev, Ciudad Ho Chi Minh, Bangkok, Bruselas, Ámsterdam, Luxemburgo, Ankara y Kuala Lumpur. Insider ha sido elegido Leader en el G2 Grid® para Mobile Marketing durante 13 trimestres consecutivos. La plataforma de gestión de crecimiento de Insider está firmemente posicionada en el Magic Quadrant de Gartner para Multichannel Marketing Hubs 2020.

AVON ESTĒE LAUDER PHILIPS SAMSUNG

PUMA hunkemöller Levi's IKEA

MAC UNIQLO GAP CLARINS PARIS

info@useinsider.com

www.useinsider.com