



**Cómo Rowenta ha
aumentado su CR en un
+17 % gracias a la
personalización basada en IA**

Rowenta



Acerca de



Rowenta

Incluso Rowenta, la empresa alemana pionera, ha cautivado a sus consumidores más exigentes con productos de alta calidad. En 1988, Rowenta empezó a formar parte del consorcio francés Groupe SEB, un reconocido líder del sector.

Rowenta ofrece una gran variedad de productos que combinan un rendimiento tecnológico sin parangón, un diseño refinado y un nivel muy alto de facilidad de uso.

Su misión es la de asegurar el bienestar diario de sus usuarios gracias a soluciones inteligentes para aspiradoras, planchas, centros de planchado, secadores de pelo y depiladoras.

FUNDADA EN: 1884

OPERA EN: 150 countries

NUMERO DE EMPLEADOS: +25.985

Incluso Rowenta, la empresa alemana pionera, ha cautivado a sus consumidores más exigentes con productos de alta calidad. En 1988, Rowenta empezó a formar parte del consorcio francés Groupe SEB, un reconocido líder del sector. Rowenta ofrece una gran variedad de productos que combinan un rendimiento tecnológico sin parangón, un diseño refinado y un nivel muy alto de facilidad de uso. Su misión es la de asegurar el bienestar diario de sus usuarios gracias a soluciones inteligentes para aspiradoras, planchas, centros de planchado, secadores de pelo y depiladoras.

Rowenta estaba a la búsqueda de un compañero tecnológico que reforzara sus estrategias CRM y el uso de insights para proporcionar una experiencia de uso personalizada a sus consumidores en ese momento desconocidos. Querían optimizar y personalizar diferentes categorías y páginas de productos para las visitas con fidelización y atención bajas.

También buscaban aumentar el AOV, la fidelidad de los clientes, la participación e interacción (engagement) y todo ello con una rápida y sencilla integración.

Resumen Ejecutivo

Journey con Insider

Octubre 2020
Inicio
Integración completada

Enero
Aumento del CR en un 7%
en 1 mes con 18 personalizaciones activas en el sitio

“Una integración rápida y sencilla,
segmentación profunda y
plantillas listas para usar”

Febrero
ROI x9

Carles Aragones
Ecommerce & CRM Manager
Rowenta - Groupe SEB

Agosto
Aumento del CR en un 10 % con 99 personalizaciones

Septiembre
Aumento del CR en un 17 %

Potenciar la participación de los clientes gracias a la gamificación empleando la rueda de la fortuna para aumentar la recopilación de clientes potenciales.

- **Desafío**

Rowenta quería que sus clientes participaran para llegar a una meta: aumentar su recopilación de clientes potenciales.

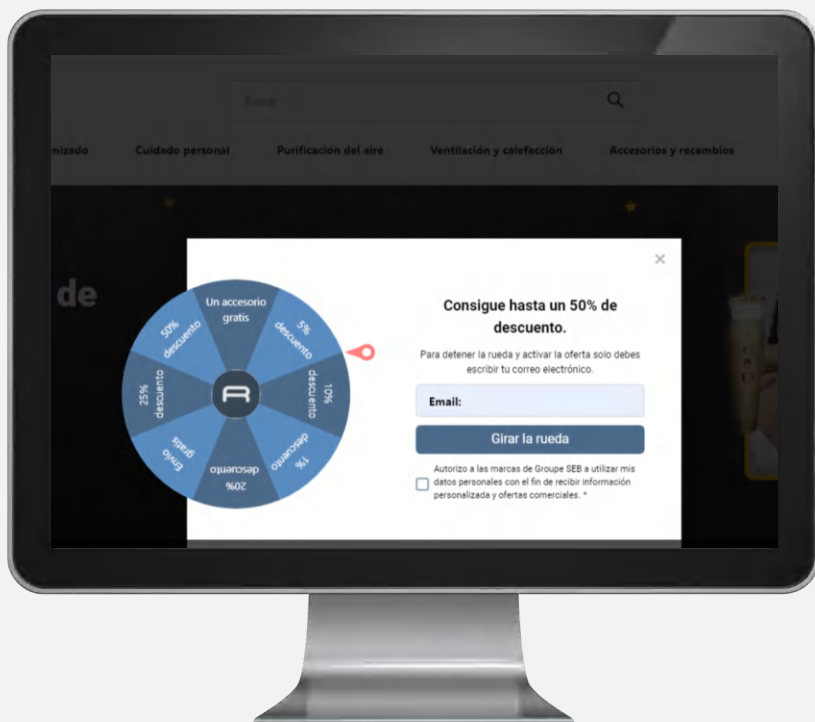
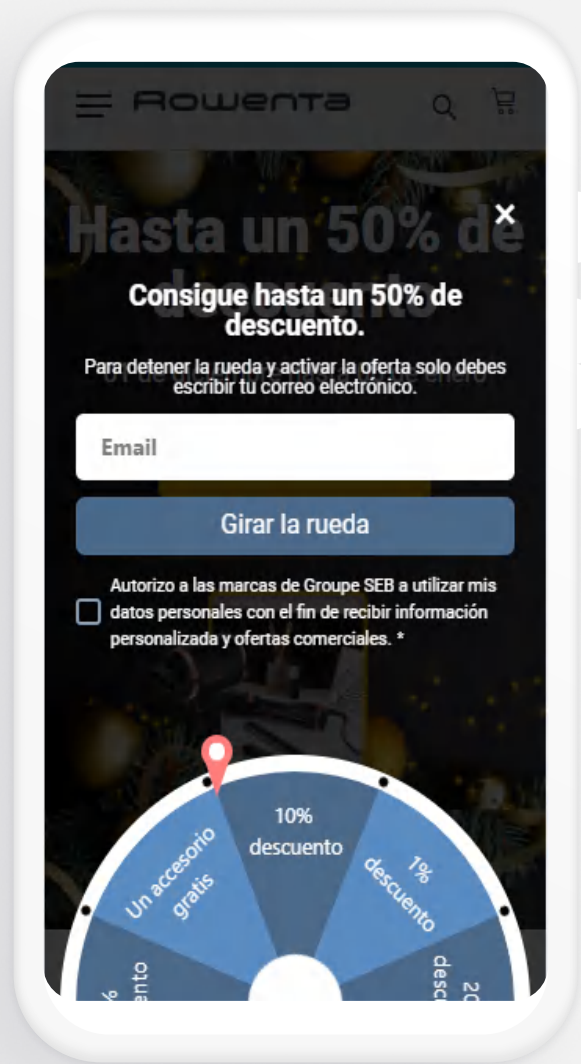
- **Solución**

El gerente de cuentas de Rowenta recomendó el uso de una rueda de la fortuna para incentivar a los clientes que facilitasen su correo electrónico.

- **Resultado**

De este modo, al usar una estrategia de ludificación para recompensar a los consumidores, Rowenta pudo aumentar su engagement con un resultado de un **aumento del 29,21 % en el CR**. Esta personalización también fue implementada en la página web para móviles de Rowenta, **umentando el CR en un 45,81 %**.

+45.81% de la tasa de conversión



+29.21% de aumento de CR

Lograr visitas recurrentes a la página web con notificaciones push de recordatorio de carrito para completar sus compras

- **Desafío**

Rowenta observó que los índices de abandono del carrito eran elevados en usuarios recurrentes en ordenadores, lo que se traduce en pérdidas de ingresos. Querían conseguir que los usuarios volvieran a visitar la página web y animarles a finalizar su compra.

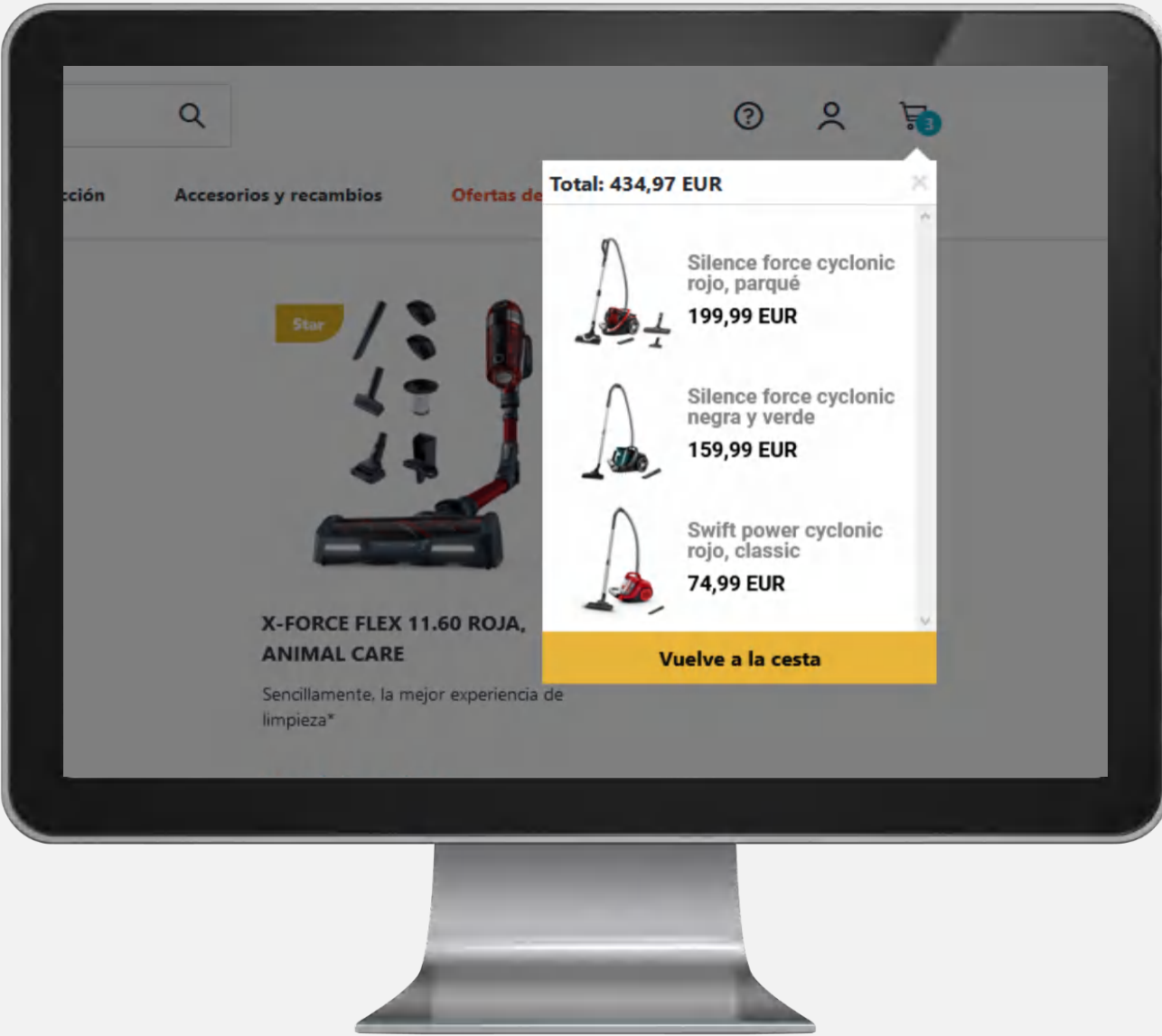
- **Solución**

En colaboración con el equipo de gestión de cuentas de Insider, Rowenta decidió utilizar la herramienta «Cart Reminder Returning Web Push» de Insider para atraer a estos usuarios y recordarles que tenían artículos pendientes en sus carritos.

- **Resultado**

Al emplear esta táctica, Rowenta redujo el número de usuarios que abandonan su carrito y observaron un **aumento del 73,93 % en ventas incrementales.**

+73.93 % en ventas incrementales de aumento



InStory: dirigirse a los visitantes web con historias gamificadas de estilo Instagram para mejorar el engagement

- **Desafío**

Rowenta quería explorar métodos innovadores para que los visitantes web desde móviles también interactuasen. Se dieron cuenta de que había una manera de hacerlo a través de experiencias ludificadas o interactivas dentro de la página web. Lo que tenían en mente era una capa interactiva en su página de inicio que animara a sus clientes a interactuar.

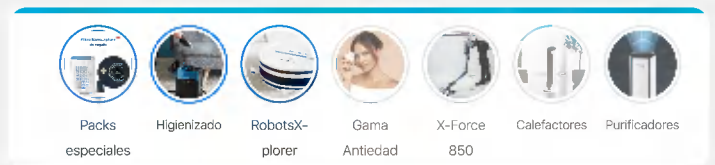
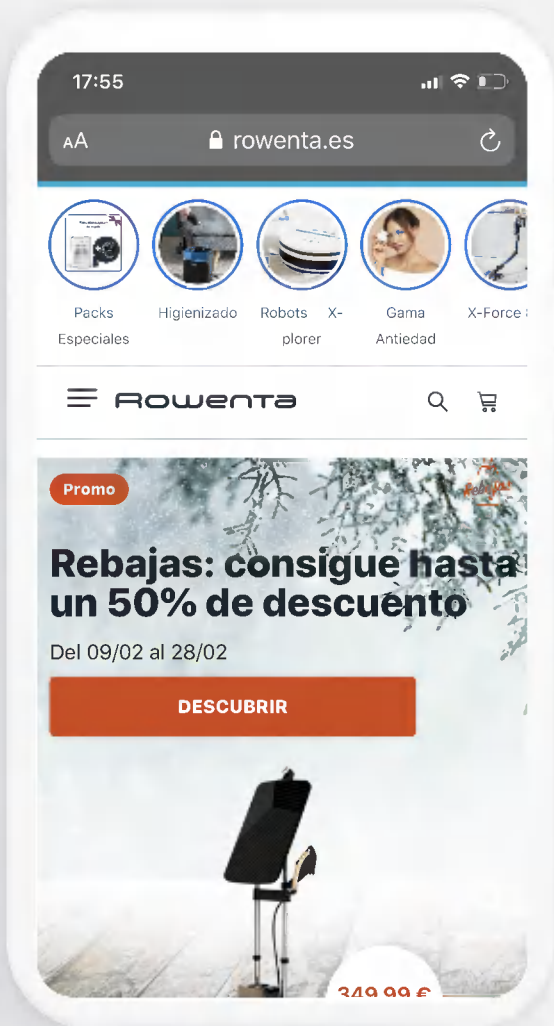
- **Solución**

Así fue como Insider sugirió el uso de InStory: unas historias al estilo Instagram en su página de inicio que mostrarán sus productos más relevantes. Los visitantes verían todos los productos que Rowenta quería promocionar en las primeras posiciones de su página web, y la naturaleza interactiva de InStory permitiría a los usuarios interactuar con estas historias.

- **Resultado**

Rowenta tardó muy poco en experimentar una mejora inmediata en sus métricas de participación de su página principal. Al emplear las campañas InStory, Rowenta sufrió un **aumento de la tasa de conversión de un 61,82 %** y un **aumento también del 11,43 % del AOV**.

+61.82% aumento de la tasa de conversión



Generar engagement de los compradores «incentivados con los cupones» con un menú lateral gamificado de cupones

- **Desafíos**

Rowenta también observó que un porcentaje importante de sus usuarios web añadían productos a sus carritos cuando había disponible un cupón para ellos. La compañía quería implementar una solución innovadora que cautivará a aquellos compradores con sensibilidad al precio.

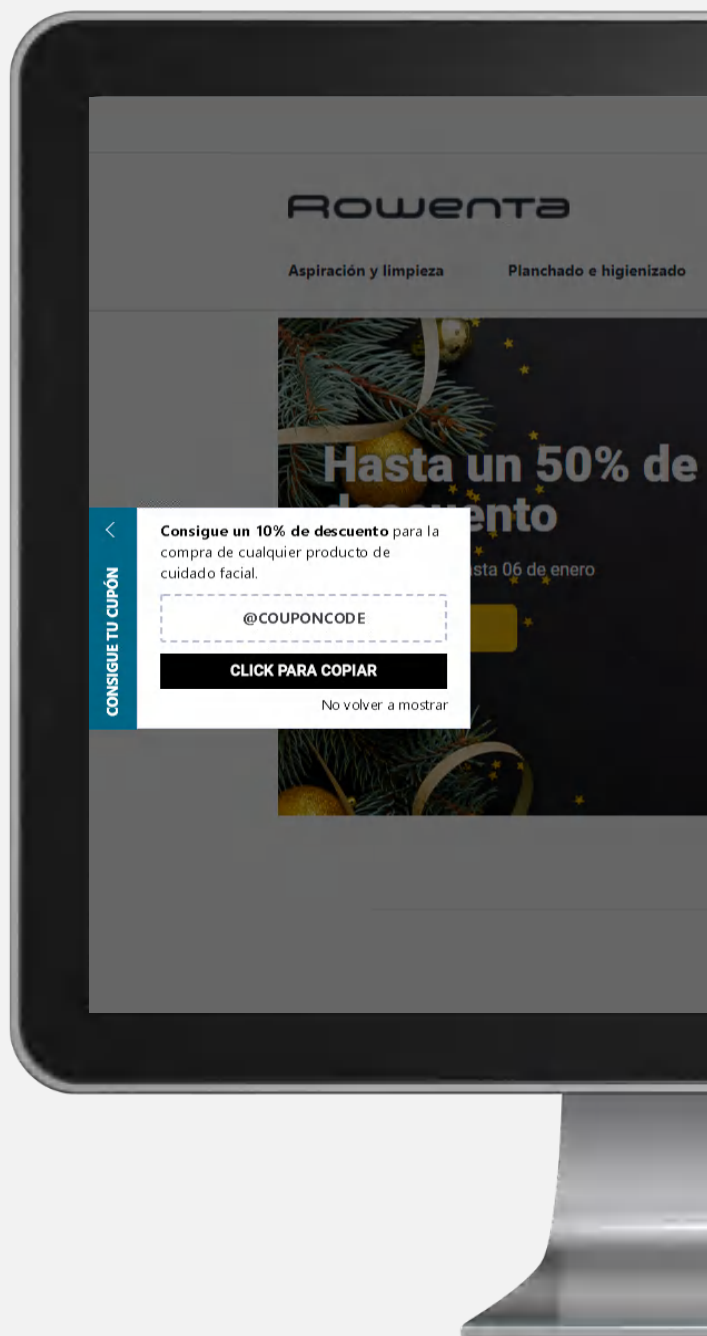
- **Resultados**

Esto favoreció la creación de una sensación de urgencia, a la vez que generaba confianza en el producto. De esta forma, Rowenta notó un **aumento de las ventas incrementales en un 55,43 %**.

- **Solución**

Entendiendo los objetivos y las metas deseadas, en este caso Insider recomendó el uso de la ludificación en un menú lateral de cupones para aquellos visitantes que necesitaban un empujoncito extra para finalizar la compra.

+55.43% ingresos incrementales



Mirada hacia el futuro



En el futuro, Rowenta recurrirá a las potentes capacidades de segmentación y personalización basadas en inteligencia artificial de Insider para impulsar sus campañas más importantes para captar a los compradores de temporada.

La marca planea seguir optimizando la métrica del AOV a través del engagement b con la ayuda de Insider, mostrando especial atención a ciertas categorías de productos.

En los próximos meses, Rowenta tratará de mejorar su personalización y fortalecer su segmentación para ofrecer experiencias más individualizadas a los clientes.

Acerca de Insider

Insider –una plataforma para experiencias individualizadas, cross-channel– permite a los especialistas en marketing empresarial **conectar** los datos de los clientes a través de canales y sistemas, predecir su comportamiento futuro con un motor de intención de IA e individualizar las experiencias de los clientes. Los especialistas en marketing utilizan la plataforma de Insider para ofrecer experiencias en canales como Web, App, Web Push, Email, SMS y Messaging Apps (WhatsApp, Facebook Messenger, RCS).

Insider recientemente desbloqueó el estatus de unicornio y NASDAQ felicitó a la compañía por convertirse en uno de los pocos unicornios B2B SaaS fundados por mujeres y dirigidos por mujeres en el mundo. Insider fue nombrado líder en Gartner Magic Quadrant for Personalization Engines 2022, The Forrester Wave for Cross-Channel Campaign Management 2021 y en IDC MarketScape: Worldwide Customer Data Platforms Focused on Front-Office Users 2021-22 Vendor Assessment. La empresa ha sido nombrada líder n.º 1 en G2's Mobile Marketing Software y Personalization con una calificación de 4,7/5 durante 20 trimestres consecutivos. CrunchBase clasificó recientemente a la cofundadora y directora ejecutiva de Insider, Hande Cilingir, como una de las principales directoras ejecutivas fuera de los EE. UU.

Un tercio de Fortune 500 y las principales marcas en venta minorista, automotriz y de viajes eligen Insider para brindar experiencias personalizadas impulsadas por IA que superan las expectativas de los clientes. Insider cuenta con la confianza de más de 1200 empresas globales, incluidas Singapore Airlines, Estée Lauder, Virgin, Toyota, New Balance, IKEA, GAP, L'Oreal, Samsung, Newsweek, MediaMarkt, Nissan, AVIS, Marks & Spencer, Allianz, Madeira Madeira, Santander, BBVA, Pizza Hut, Avon, and CNN.

AVON



SAMSUNG



IKEA

PHILIPS



Lenovo