



×



CASO DE ÉXITO

¿Cómo Lenovo eliminó las barreras de compra con las funciones de Insider de personalización y automatización?

Gamificación

InStory

Automatización



8,6%

Aumento del CTR en los productos añadidos al carrito

0,6%

CVR via Gamificación

5%

CTR para el programa de afiliación



Director, eCommerce Department



Cuando se trata de productos de gran interés, es fundamental minimizar, simplificar y agilizar el proceso de búsqueda para que los nuevos visitantes no pierdan el interés. Con Insider, podemos ofrecer una experiencia personalizada completa y evitar que los visitantes abandonen nuestro sitio a mitad de camino, ya que simplificamos mucho el proceso de búsqueda."

Resumen ejecutivo

Los ordenadores y dispositivos inteligentes de Lenovo se consideran productos de gran interés. Los clientes se someten a un amplio proceso de reflexión para explorar, comparar y evaluar los productos antes de tomar la decisión de adquirirlos. La empresa quería acelerar este proceso y necesitaba una solución de marketing fiable que pudiera activar y gestionar automáticamente mensajes personalizados para guiar a cada persona a lo largo de su complejo proceso de compra. Así, los resultados muestran un aumento del **8,6 %** en el porcentaje de clics en la cesta de la compra para el complejo producto de Lenovo «Construye tu PC» y un **5 %** de CTR para el programa de afiliación B2B de la empresa Lenovo PRO.

Acerca de Lenovo

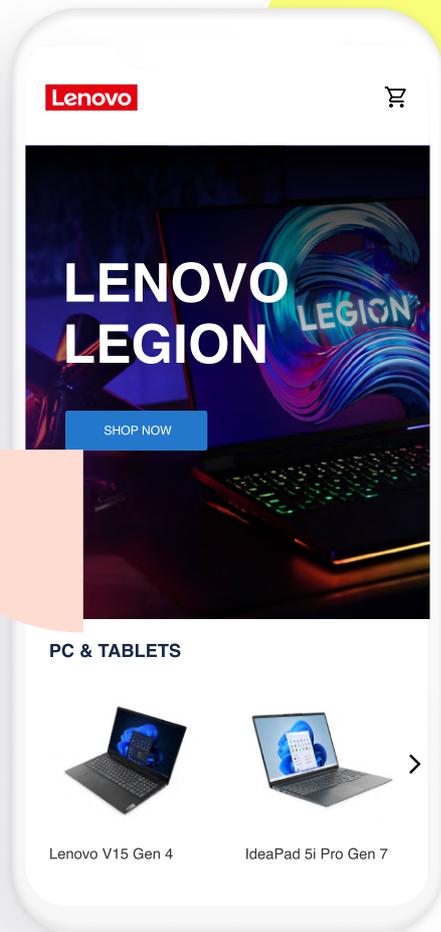
El Grupo Lenovo se fundó en 1984 en China y actualmente es una empresa tecnológica chino-estadounidense especializada en la fabricación y comercialización de electrónica de consumo, ordenadores personales, software y soluciones empresariales. Cuenta con millones de clientes en más de 180 países y más de 63 000 empleados en alrededor de 60 países.

Como mayor vendedor de equipos informáticos y fabricante de dispositivos inteligentes del mundo, Lenovo lidera la transformación inteligente de las empresas al suministrar «Tecnología más inteligente para todos» con la cartera de productos tecnológicos conectados más amplia del mundo.

¿Por qué Insider?

Después de revisar varias soluciones de marketing, Lenovo eligió Insider debido a su impresionante selección de plantillas personalizables, funciones de personalización escalables y sofisticadas capacidades de análisis y pruebas AB.

Aumento del 8,6% en la tasa de clics de productos añadidos al carrito gracias a la automatización en el sitio de Insider



El reto

«Construye tu PC» es una de las ofertas más populares de Lenovo en su tienda virtual. Como el proceso requiere una gran implicación del comprador en la toma de decisiones, los usuarios tienden a repetir el patrón de abandonar y volver a visitar el sitio para comparar las especificaciones con otros productos. Por ello, Lenovo quería minimizar los abandonos al simplificar el proceso y eliminar el mayor número posible de obstáculos para comprar.

La solución

«Insider recomendó utilizar una configuración de página personalizada para los visitantes que volvían y que ya habían hecho sus propias selecciones, pero habían abandonado el proceso a mitad de camino. Al volver, estos visitantes descubrieron que su configuración personalizada se había guardado automáticamente, por lo que podían continuar desde donde lo habían dejado sin tener que dedicar tiempo y esfuerzo a volver a seleccionar las opciones.

El uso de **la configuración** de páginas de guardado automático para visitantes recurrentes aumentó la tasa de clics de productos añadidos al carrito de Lenovo en un **8,6%**.

El resultado

8,6%

aumento en la tasa de clics de agregar al carrito



Con la ayuda del gestor de cuentas de Insider, desarrollamos una campaña que hiciera avanzar a los usuarios por el embudo de compra y, finalmente, los condujera a la conversión.”

Director, eCommerce Department

Lenovo

Más de 1200 marcas de todo el mundo confían en nosotros

SAMSUNG

GAP

L'ORÉAL

Santander

Virgin

TOYOTA

MAC

Consigue una demo

CASO PRÁCTICO N.º 2

Aumentar el engagement de los usuarios mediante la gamificación

El reto

Lenovo quería aumentar las tasas de conversión incitando a los usuarios a comprar.

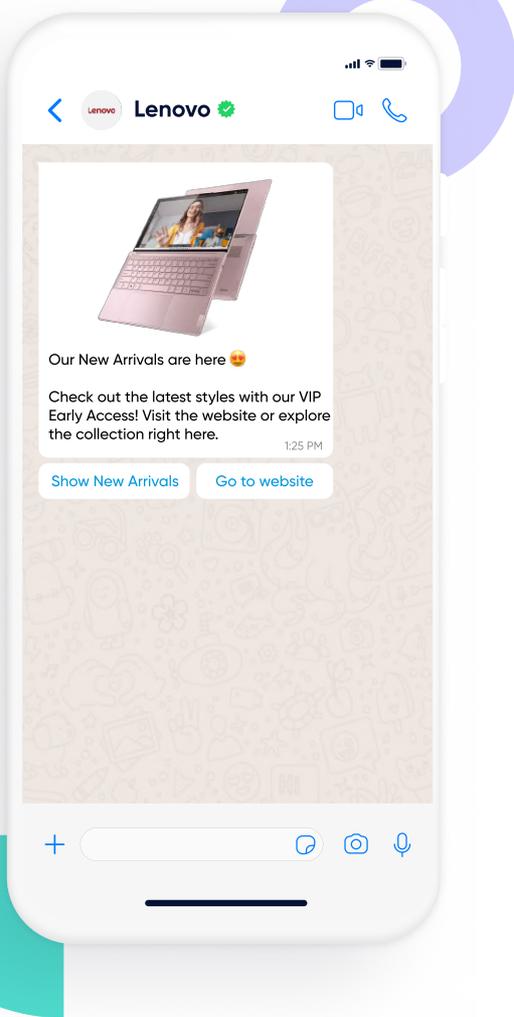
La solución

Insider recomendó utilizar su herramienta de **gamificación Random Box**, que permitió al equipo de marketing de Lenovo ofrecer una serie de cupones de descuento fijados en diferentes niveles.

Para ello, se lanzó aleatoriamente a los usuarios una ventana emergente en la que se ofrecían cupones de descuento de distintos niveles. Al hacer clic en la ventana emergente, los usuarios obtenían al azar una de las siguientes recompensas:

- 1 % de descuento
- 2 % de descuento
- 3 % de descuento
- Ningún descuento + un mensaje de «más suerte la próxima vez»

Gracias a esta función de gamificación, aumentó la participación de los usuarios, con un porcentaje medio de clics del 6 % y una tasa de conversión del 0,6%.



Aunque hemos lanzado muchas campañas diferentes con Insider, las mejores en cuanto a rendimiento y participación son las gamificadas, especialmente nuestra campaña Random Box."

Director, eCommerce Department

Lenovo

Los resultados

6%

CTR promedio

0,6%

CVR

Aumento del número de afiliados a los programas B2B y de estudiantes de Lenovo mediante mensajes altamente personalizados e InStory

El reto

Actualmente, Lenovo cuenta con dos programas de afiliación: Lenovo PRO para empresas y Lenovo EDU para estudiantes. Los clientes solo pueden comprar cuando pertenecen a estos programas, ya que la afiliación fomenta una mayor CLTV y fidelidad, por lo que Lenovo quería aumentarla.

La solución

Lenovo aprovechó la potencia de **InStory**, una solución para crear experiencias que van desde la imagen en miniatura hasta la pantalla completa, con el fin de ayudar a los profesionales del marketing a captar más atención sobre los productos a través de un formato divertido, absorbente y a modo de aperitivo.

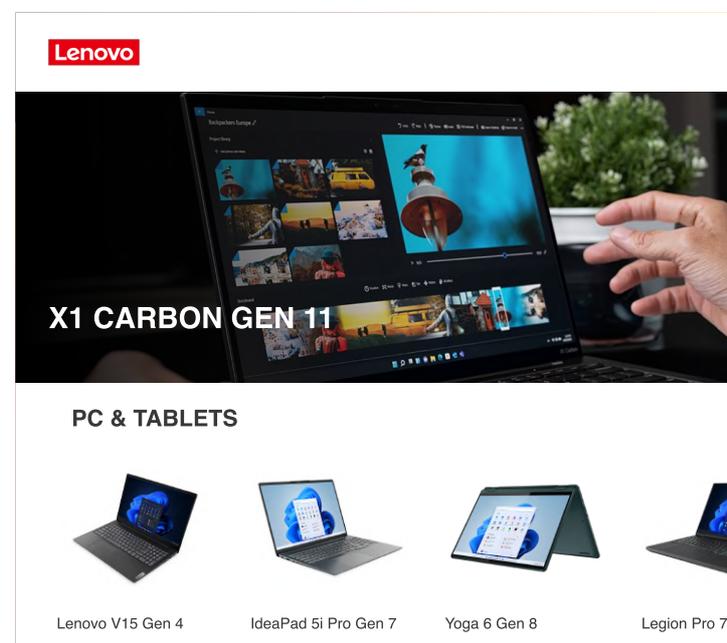
Con una interfaz similar a la de Instagram, Lenovo creó historias destacadas con palabras clave que los estudiantes suelen utilizar a la hora de comprar ordenadores, por ejemplo, «carga rápida», «portátiles para estudiantes» y «tecnología inteligente». Cuando los estudiantes pulsaban sobre la historia destacada, podían deslizar, tocar y mantener pulsado para ver los detalles en un formato más interactivo.



Con Insider, podemos generar interacciones significativas en múltiples puntos de contacto, lo que nos ha ayudado a reforzar nuestra estrategia global de experiencia del cliente B2B, mientras que InStory nos ha permitido incrementar considerablemente el engagement en el sitio con los usuarios estudiantes."

Director, eCommerce Department

Lenovo



El resultado

5%
CTR de
Lenovo PRO



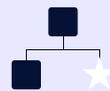
Resumen

“Desde 2019, Insider ha prestado un apoyo **constante y fiable** durante los últimos cinco años, ocupándose de los diferentes públicos de las tres plataformas de comercio electrónico de Lenovo. Recomendamos encarecidamente Insider a quienes estén considerando una solución de **personalización y automatización** del recorrido del cliente.”

Director, eCommerce Department, Lenovo

Mirando hacia el futuro

Lenovo espera seguir experimentando con las plantillas de gamificación de Insider para aumentar el compromiso y la respuesta de los usuarios a largo plazo. Además, quieren saber más sobre la solución WhatsApp Commerce de Insider, líder en el sector, y explorar cómo pueden utilizar segmentos predictivos basados en IA para personalizar las campañas en función de la intención prevista en tiempo real.



Favorite feature **Architect**

La función favorita de Lenovo es **Random Box Gamification**, ya que ha generado las campañas de mayor rendimiento y participación de la empresa.

Sobre Insider

Insider, una plataforma única para crear experiencias individualizadas en varios canales, permite a los especialistas en marketing empresarial conectar los datos de los clientes entre 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 brindar experiencias coherentes y atractivas en canales como Web, App, Web Push, Email, SMS, y Messaging Apps (WhatsApp, RCS).

Insider recientemente desbloqueó el estatus de unicornio y fue felicitado por NASDAQ 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 el Gartner Magic Quadrant for Personalization Engines 2022, The Forrester Wave for Cross-Channel Campaign Management 2021, y IDC MarketScape: Worldwide Customer Data Plataformas de datos de clientes mundiales centradas en usuarios de front-office 2021-22 Evaluación de proveedores.

[Solicita una demo](#)

SAMSUNG

GAP

Virgin

TOYOTA

MAC

L'ORÉAL

CNN

Santander

useinsider.com | info@useinsider.com