

USE CASE E-GOI

Aumentar Ventas

Recuperando carritos abandonados a través de Web Push



CONTEXTO

Recuperar carritos abandonados es un desafío para cualquier tienda online

La ventana de oportunidad para cerrar un trato en el momento en que se agrega un producto al carrito es cada vez más corta.

Por tanto, es necesario ser creativo y diversificar las formas de comunicación para actuar y favorecer la compra impulsiva y consecuentemente la conversión.

¿Para quién es?

Para todas las e-commerce que necesiten incrementar sus tasas de conversión a ventas, recuperando carritos abandonados.

Para quienes, al mismo tiempo, necesitan una solución simple de implementar y más eficiente de convertir.

DESAFÍO

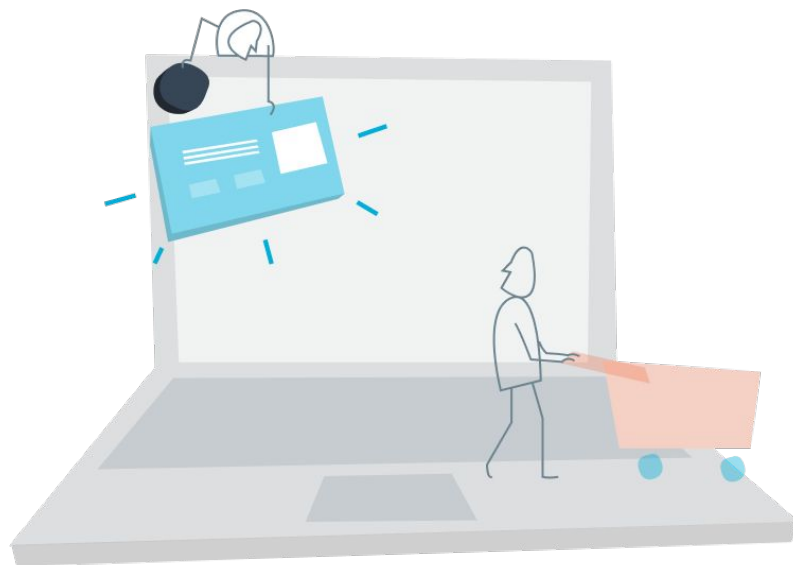
Contar con una herramienta que permita incrementar la conversión en ventas, recuperando carritos abandonados.



DESAFÍO

Con el fin de recuperar los carritos abandonados para aumentar la conversión, utilizamos una invitación de suscripción para enviar mensajes web push.

El desafío surge cuando, entre el momento en que se agrega el producto al carrito y el momento de la compra, hay objeciones que llevan al cliente a posponer o desistir de la compra y necesitamos comunicarnos en ese momento para favorecer la compra impulsiva.



SOLUCIÓN

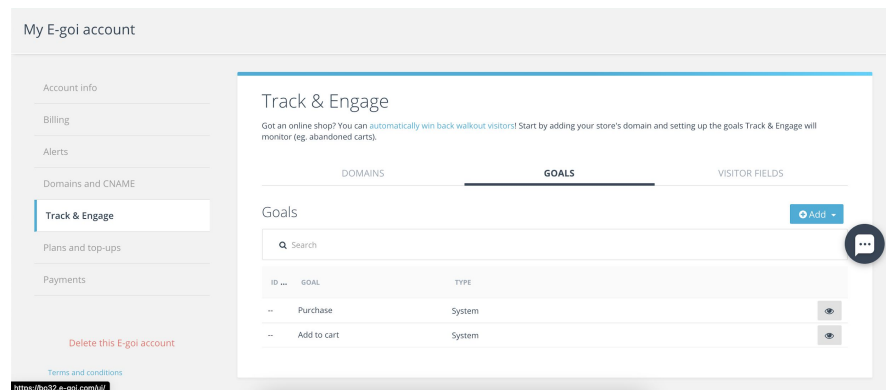
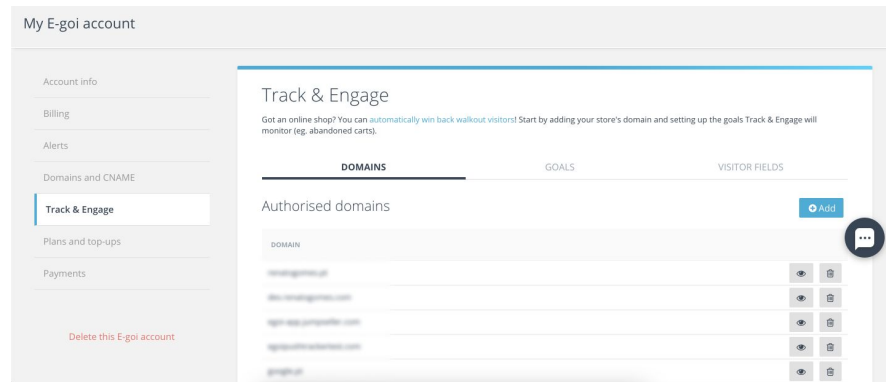
La tecnología y el ecosistema de las herramientas
E-goi nos permite hacerlo de forma sencilla y práctica.



Paso 1

Activar Track & Engage (script de tracking para e-commerce) en E-goi.

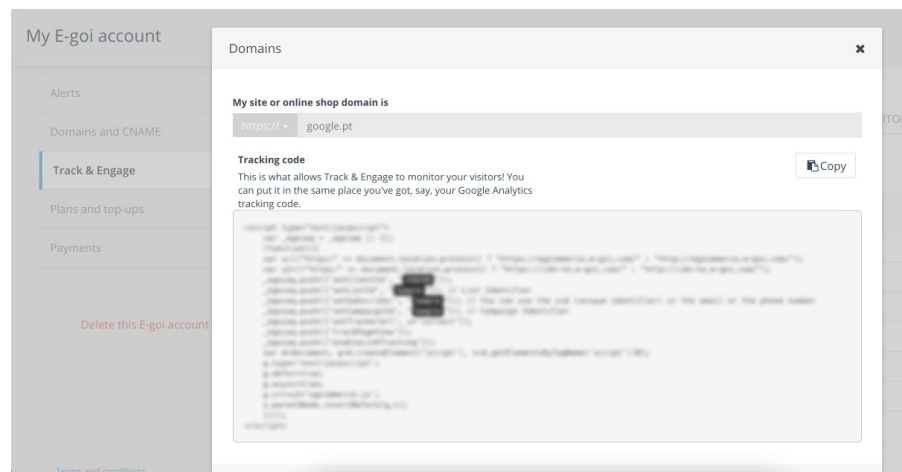
En primer lugar establecimos objetivos. Esto nos permitió mostrar una invitación webpush en una ubicación estratégica dentro del e-commerce (en este caso fue en la página de pago)



Paso 2

Colocar script Track & Engage en el site (directamente o a través de Google Tag Manager).

Como nuestro e-commerce utiliza la plataforma de Wordpress fue todavía más fácil. [Instalamos el plugin](#), lo activamos ¡y ya está! :)



Paso 3

Creamos una invitación Web Push para captar contactos, personalizando el contenido, los colores y la forma en la que lo presentamos. En este punto asignamos una etiqueta para identificar a los suscritos para diferenciarlos de otros puntos de captura.

En la configuración de la invitación también agregamos un campo de suscripción por e-mail que se muestra si el visitante no desea suscribirse al web push. De esta forma, aumentamos las posibilidades de captura.

Web push // <http://te.xhlc.pt/>

Invitación

 En un icono flotante

 En una ventana

 Personalizar

Ventana

Fondo

Novidades? Nós avisamos!

Sempre que tivermos coisas novas para si, vai ver uma mensagenzinha no seu ecrã :)

Powered by E-goi

Vista previa de...

 ¡Por limitaciones técnicas de Apple, la invitación no podrá mostrarse en el iPhone o iPad!

Paso 4

Colocar el script de Web Push en el site (directamente o a través de Google Tag Manager).

Como nuestro e-commerce utiliza la plataforma de Wordpress fue todavía más fácil: [Instalamos el plugin](#), lo activamos ¡y ya está! :)

Código para tu web

(Casi, casi! Basta con insertar este código en tu web (en el mismo lugar donde insertas códigos de rastreo, como el de Google Analytics).

```
<script type="text/javascript">
var _egoip = _egoip || {}
(function() {
var url="https://code-static.egoip.es/";
_egoip.code = "144-11444444444444444444";
var d=document, g=d.createElement( 'script' ), s=d.getElementsByTagName( 'script' )[0];
g.type="text/javascript";
g.defer=true;
g.async=true;
g.src=url+_egoip.code;
s.parentNode.insertBefore(g,s);
})();
function nl() {
let a = document.getElementById(_egoip.code), s = a.getAttribute('style');
let n = s.includes("black");
if (n > 80) { st = s.replace("black", "none");
} else { st = s.replace("none", "black");
a.setAttribute('style', st);
}
}
</script>
```

Copiar

Paso 5

Creamos una página de agradecimiento (thank you page).

Incluimos esta página en el formulario de captura (paso 6), pues es lo que aparecerá cuando la persona envíe sus datos (o haga clic en el email de confirmación enviado si es el caso)

Crear página ou formulario



PÁGINA DE CAPTACIÓN BETA

Para captar prospectos.
Crearás la página y el formulario.



FORMULARIO

Solo crearás el formulario.
Podrás colocarlo donde quieras en tu web.



PÁGINA BETA

De confirmación, de gracias o de producto. Crearás solo la página.

Paso 6

Creamos un formulario para recopilar los datos personales (nombre, e-mail, teléfono móvil, etc.).

Después de incluir los campos con los datos que consideramos esenciales y personalizamos el formulario, definimos el comportamiento de envío, incluida la página de agradecimiento creada en el paso anterior.

Crear página ou formulario



PÁGINA DE CAPTACIÓN BETA

Para captar prospectos. Crearás la página y el formulario.



PÁGINA BETA

De confirmación, de gracias o de producto. Crearás solo la página.



FORMULARIO

Solo crearás el formulario. Podrás colocarlo donde quieras en tu web.

Paso 7

Creamos un autobot de recuperación de carritos abandonados. Ya hay una plantilla preparada que puedes usar.

En este punto creamos la automatización que permite enviar un mensaje Web Push cuando el visitante tenga productos en el carrito.

2 ¿Qué tipo de automatización será?

Todos	Ecommerce	Gestión de contactos	Feedback	Relacionamiento					
 PERSONALIZADO Una automatización sin plantilla, para que la personalices desde cero.					 IMPORTAR DESDE ENLACE Para usar y ajustar la estructura de otra automatización.				
 INACTIVAR CONTACTOS DESINTERESADOS Separa quien no abrió tus emails en el último mes.					 RECUPERAR CONTACTOS DESINTERESADOS Ayuda a recuperar a quien raramente abre tus emails.				
 FEEDBACK POST-COMPRA Encuesta de satisfacción un mes después de la compra.					 CAMPAÑA DE VENTA CRUZADA Promociona un producto a quien compra un producto relacionado.				
 RECUPERACIÓN DEL CARRITO Para prevenir el abandono del carrito de la compra.					 RECUPERAR CLIENTES Ayuda a recuperar clientes antiguos.				

Paso 8

Creamos un mensaje Web Push para que el cliente pudiese recuperar su carrito.

Simplemente editamos la acción "Enviar campaña" creada previamente en el autobot. En el enlace del mensaje Web Push pusimos el de la página de pago.

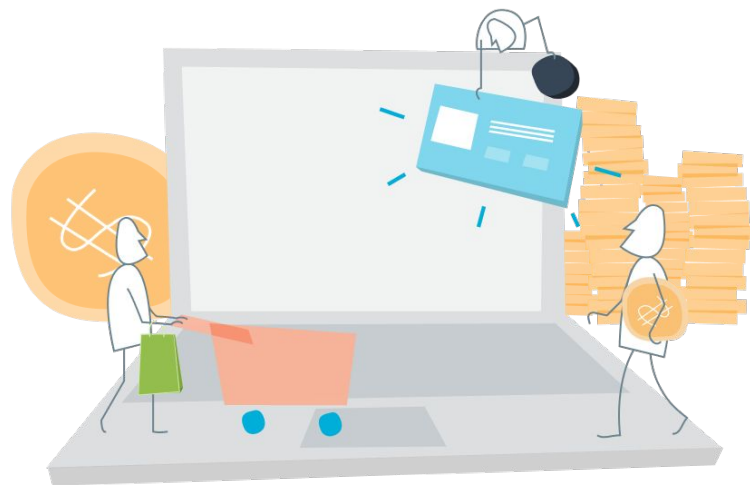


Conclusión

Web Push es un canal de comunicación con tremendo potencial, que nos permite atraer estratégicamente nuevos suscriptores y recuperar carritos abandonados para incrementar las conversiones de ventas.

Con la tecnología de E-goi, podemos utilizar las herramientas sin recurrir a diseñadores o programadores y aún así superar las limitaciones de la tecnología web push porque el ecosistema de soluciones de E-goi nos ofrece la posibilidad de identificar y obtener datos personales para utilizar estrategias multicanal.

El momento que transcurre entre que se agrega el producto al carrito hasta la compra es excelente para aprovechar la efectividad de Web Push y promover la compra impulsiva.



¿Quieres aumentar las ventas de tu e-commerce con Web Push?

Si ya tienes cuenta en E-goi, sólo tienes que hacer login y seguir el paso a paso. Si todavía no tienes cuenta...

[CREA AQUÍ TU CUENTA GRATIS »](#)