



JOY

SECTOR: Moda
WEB: www.joythestore.com



ACERCA DE

JOY es una de las tiendas de moda independiente y minorista de regalos con más de 24 tiendas y goza de una magnífica experiencia online formada en www.joythestore.com que se jacta de recibir alrededor de un cuarto de millón de visitas mensuales estimadas.

RETO

Replicar en tienda online el mismo nivel de servicio al cliente que se proporcionaba en tienda física fue la clave para JOY. La compañía comenzó tímidamente usando recomendaciones manuales y este era el reto a mantener. Además, cada cliente estaba viendo el mismo set de productos. JOY quería proporcionar a sus cliente una experiencia de compra única y personalizada que mostrase recomendaciones de productos de manera inteligente en su web y a través de sus emails basándose en el comportamiento individual del cliente usando un sistema que podría automatizar todo el proceso y que fuera fácil de optimizar.

¿POR QUÉ NOSTO?

El Plug and Play de Nosto permitió a JOY ir live con Nosto en menos de 2 semanas, proporcionando exactamente el tipo de recomendaciones automáticas e inteligentes que estaban buscando. Con actualizaciones a tiempo real, con Nosto podrían ahorrar tiempo en crear entradas manuales y con Nosto Analytics podían asegurar que sacaban el máximo rendimiento a su web y se centraban en aumentar sus principales indicadores de rendimiento: el ratio de conversión, el valor de pedido y la retención del cliente. "Necesitábamos una solución rentable, un sistema de personalización inteligente que fuera capaz de regular el stock de nuestra tienda de manera automática. Empezamos con la búsqueda de posibilidades de personalización y recomendaciones para e-commerce. No pasó mucho tiempo hasta que dimos con la solución de Nosto" dice Sophie Kinder, Jefa de producto ecommerce en JOY.

Los clientes que hicieron clic en las recomendaciones de Nosto...

experimentaron



mayor valor medio de pedido

emplearon



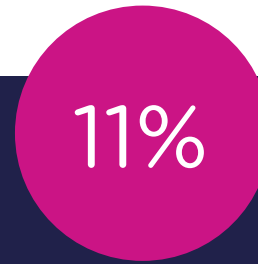
más tiempo en la web

se convirtieron



con mejores resultados

incrementaron en un



sus ventas

SOLUCIÓN

- Se añadieron listas de productos más populares y recomendaciones personalizadas en la página de inicio para inspirar a los nuevos visitantes y fidelizar a aquellos que vuelven
- Las funcionalidades de cross selling y up selling complementan las páginas de producto y carrito para aumentar la conversión y el AOV
- Se añadieron recomendaciones según términos de búsqueda basadas en el comportamiento del cliente para mejorar la conversión en la página de búsqueda
- Se lanzó el sistema de email de carrito abandonado y de "we miss you" para capturar aquellas ventas perdidas y fidelizar al cliente

RESULTADOS

- Los visitantes que navegaron a través de las recomendaciones de Nosto vieron 3,3 veces más los productos que otros visitantes
- El ratio de conversión fue un 156% mayor para los clientes que hicieron clic en las recomendaciones de Nosto
- El valor medio de compra fue un 25% mayor para aquellos clientes que hicieron clic en las recomendaciones de Nosto
- Los clientes que usaron el motor de búsqueda de recomendaciones de Nosto se convirtieron en 3,3 veces con más frecuencia que el visitante medio
- Los emails de carrito abandonado capturan la pérdida de ingresos con una media de tasa de apertura del 49% y un CTRs de alrededor de un 25%

"Incorporar Nosto no fue una tarea difícil cuando nos dimos cuenta que su solución podía permitirnos ofrecer a nuestros clientes online un nivel excepcional de servicio personalizado, una mejora en la experiencia de navegación en web, la posibilidad de conocer otros productos, y por último, crear experiencias de compra más agradables para el cliente que deriven en un aumento de ventas"

— Sophie Kinder, Jefa de producto ecommerce en JOY



Caso de estudio: JOY

Las recomendaciones de Nosto en la tienda online de JOY aumentaron la conversión de clientes en un 156%, con un aumento de un 25% en el AOV (valor medio de compra).

