

ACERCA DE

Scarosso, una marca italiana joven en el sector de moda, fue fundada en el año 2010 en la Universidad Bocconi, Milán. Desde entonces Scarosso se ha convertido en el líder del mercado italiano en la fabricación de zapatos de alta calidad a un precio accesible.

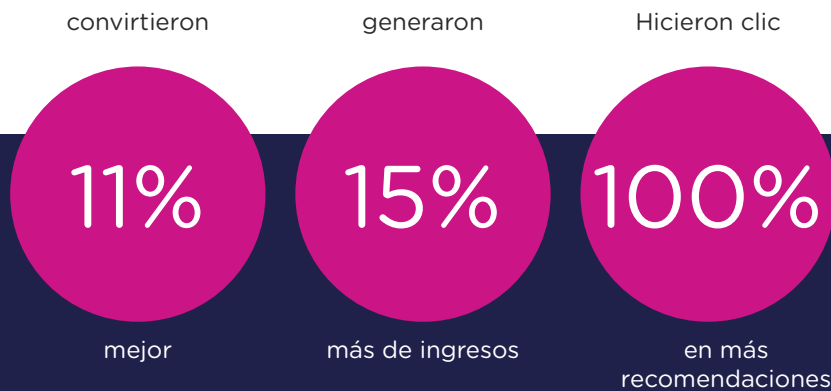
RETO

Scarosso ha gastado recursos considerablemente actualizando cada producto con artículos complementarios adecuados para la venta. Adicionalmente, el mantenimiento sobre las recomendaciones en base al stock existente era hecho manualmente.

¿POR QUÉ NOSTO?

Nosto ofrecía una integración muy sencilla que no creaba conflicto en la web de Scarosso. Llevando a cabo diversos tests A/B comprobamos la efectividad que tiene Nosto, logrando así tener un aumento en la tasa de conversión y evitando horas de trabajo manual.

Cientes que fueron expuestos a las Recomendaciones de Nosto



SOLUCIÓN

- Recomendaciones Cross-selling fueron añadidas en las páginas de producto
- Recomendaciones Bestseller de la categoría actual fueron también mostradas en las páginas de producto
- Una innovativa campaña de doble upselling fue implementada en la página de carrito de compra
- Finalmente el historial de navegación mejoró la experiencia de usuario en distintas páginas

RESULTADOS

El testeo A/B validó el rendimiento otorgado por Nosto en repetidas ocasiones:

- Un incremento en la tasa de conversión de más del 11%
- Suma de ingresos generados por más de 15% indicaron que se mejoró considerablemente el AOV (valor medio de compra)
- Mejora notable de la experiencia de usuario acentuada por el incremento invaluable de clics en más de un 100%

“La funcionalidad que tiene Nosto de agregar o quitar recomendaciones en segundos es nuestra favorita. Esto nos da una inmensa flexibilidad de poder adaptarnos a las demandas de los clientes. Para nosotros el cliente siempre es el rey, algo muy importante para ayudar a alcanzar nuestros objetivos.”

— Joe Gemayel (MBA), Head of Project and Product Management (IT)



Caso de éxito: Scarosso

Nosto incrementó los ingresos por más del 15% ofreciendo a los usuarios una experiencia de compra personalizada

La página del producto es utilizada para hacer cross selling de productos complementarios relevantes

La página del carrito ha sido mejorada con una doble campaña Upsell