

A PROPOSITO

Ganadores del premio a la mejor marca de ropa para hombres en 2014 en los premios Drapers, Without Prejudice ha pasado de ser una respetada marca de prendas a la medida a tener una gran colección de ropa con un toque británico único. Al día de hoy, esta considerada como una de las marcas más exclusivas en UK con más de 60 tiendas y exportando sus productos a Estados Unidos, Canadá, Australia, Irlanda y el resto de Europa.

EL RETO

Without Prejudice presentaba una alta tasa de abandono y un valor promedio de compra relativamente bajo con relación a los productos de calidad que ofrecían. Para resolver este problema, WP buscó una solución que le facilitara a sus visitantes la navegación entre las diferentes categorías de la tienda permitiéndoles ver más productos y aumentando así el valor promedio de compra y reduciendo la tasa de abandono.

¿POR QUE NOSTO?

WP eligió Nosto porque le permitía personalizar la tienda online de forma automática mostrando los productos más relevantes para cada visitante y por lo tanto motivando naturalmente a los clientes a navegar más en la tienda y descubrir productos premium gracias a los filtros usado por Nosto. La política de precios de Nosto, basada en el valor añadido, así como la ausencia de contratos mínimos terminaron por convencer a WP de que Nosto era la mejor opción.

Los visitantes que eligieron una recomendación Nosto...

aumentaron el valor medio de compra en un



pasaron un



más tiempo en la web

presentaron una tasa de conversión



mejor

vieron



más productos

SOLUCION

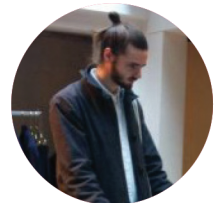
- Recomendaciones con base en el historial de búsqueda se publicaron en la página principal para recordarle al visitante los productos que consideró anteriormente, permitiéndole así continuar con la compra en el punto en donde la dejó.
- Listas Top se añadieron en la página de categoría para mejorar la navegación y mostrar más productos, inspirando así a los clientes a pasar mas tiempo en la tienda.
- Recomendaciones con base en el historial de búsqueda fueron añadidas en la página de producto para permitirle al consumidor considerar productos que vio anteriormente durante su visita.
- Se incluyeron recomendaciones Cross-selling y Up-selling filtraron productos diferentes a los mostrados para permitirle al cliente completar el look con base en el producto elegido.
- Se adicionaron recomendaciones en la página de carrito para sugerir productos adicionales que irían bien con los productos ya seleccionados por el visitante.
- Recomendaciones personalizadas fueron añadidas en la página de carrito para recordar intereses anteriores.
- Recomendaciones con base en el historial de navegación fueron añadidas a la página 404 para asegurar que los visitantes no acabaran en puntos muertos.

RESULTADO

- Un aumento generalizado de las ventas en un 30% así como un aumento del valor promedio de compra en un 15% y esto desde la implementación de Nosto
- Los clientes que eligieron recomendaciones Nosto, presentaron una tasa de conversión 130% mejor y un valor promedio de compra 45% mas elevado en comparación con los clientes que no eligieron una recomendación Nosto
- Los visitantes pasaron 50% más tiempo en la tienda y consultaron 233% más productos durante la visita.
- "Nosto nos ha permitido interactuar con nuestros clientes a través de sus funcionalidades de personalización y esto nos ha permitido descubrir cómo mejorar el valor promedio de compra para cada visitante". Alex Bohea, E-Commerce Manager en Without Prejudice

"Nuestro valor promedio de compra ha aumentado en un 15% y las ventas en un 30%. Esto se ha visto reflejado en nuestra tasa de conversión al igual que en la tasa de abandono. Nosto, no solo ha mejorado nuestros indicadores, sino que el soporte técnico ha sido fantástico. Siempre hemos tenido contacto directo con el equipo de Nosto, quienes se han tomado el tiempo de entender nuestra compañía y nuestro negocio."

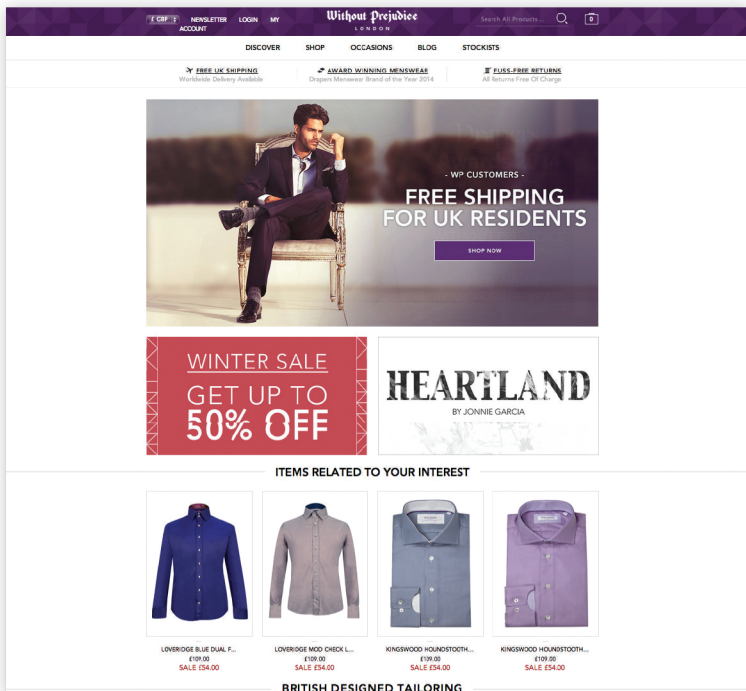
— Alex Bohea, E-commerce Manager en Without Prejudice



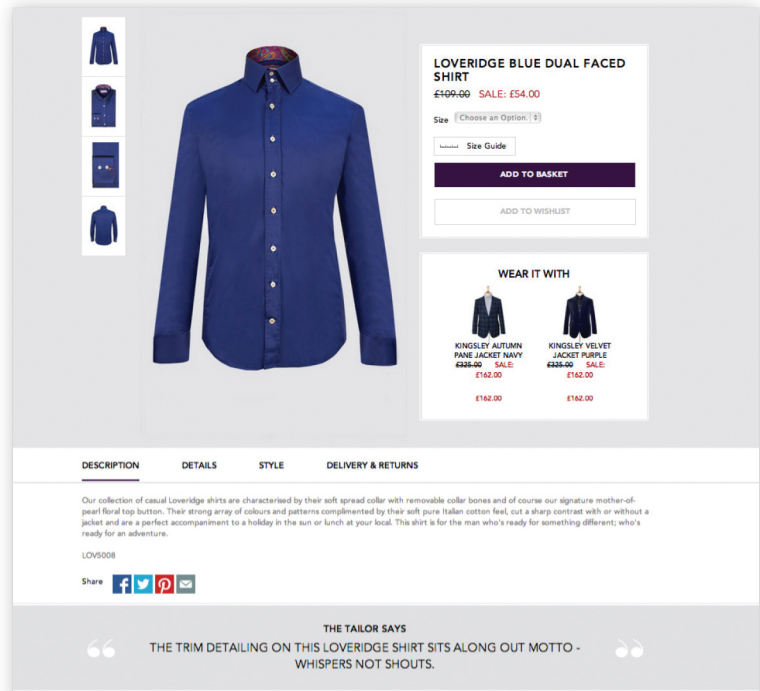
Estudio de Caso: Without Prejudice

Las recomendaciones de Nosto en Without Prejudice mejoraron la tasa de conversión de los visitantes en un 130% y aumentaron en un 45% el valor promedio de compra.

Recomendaciones con base en el historial de búsqueda en la página principal



Recomendaciones con base en el historial de navegación y recomendaciones Cross-selling y Up-selling en la página principal



Recomendaciones con base al carrito de compra y recomendaciones personalizadas en la página de carrito

