



Caso de éxito

CASAS

Cómo CASAS, referente en el sector Retail, aprovechó el poder de la personalización para optimizar la retención y la conversión.

CASAS
THE SHOE TOWN





El cliente

Fundada en 1923, CASAS es una de las cadenas de zapaterías más emblemáticas de Cataluña. Centrada en la excelencia del servicio al cliente, buscan que la excelencia del offline se mantenga en el mundo online, para seguir siendo un referente en el sector Retail.

+90
Marcas
disponibles

48
Tiendas
propias

7k
Referencias

El partner

Trilogi es una firma de consultoría de eCommerce especializada tanto en el diseño e implementación de plataformas de comercio electrónico, como en la prestación de servicios de marketing digital para empresas medianas y grandes en Europa y Asia Pacífico, con oficinas en Barcelona, Hong Kong, Madrid y Shanghai.

Por su alto nivel de experiencia en el uso de Connectif creando valiosas estrategias de marketing basadas en datos para sus clientes, ha conseguido el reconocimiento de Data First Expert.

+70

Expertos
eCommerce

+700

Proyectos
entregados

+5

Oficinas en
el mundo



trilogi

Desafíos del cliente

Captar clientes
primerizos.

1

Aumentar el valor
del ticket medio.

2

Personalizar las
comunicaciones.

3

Recuperar carritos
abandonados.

4

Nuestros números



Hasta

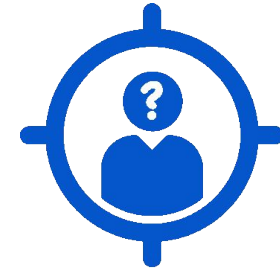
80%

Adquisición de
nuevos clientes a
través de Workflows



+40%

Conversión en
período promocional
a través de RFM



+21%

Conversión de
anónimos en carritos
recuperados

Soluciones

SOLUCIONES

1 Rastrear a todos los usuarios en tiempo real

Identificar el comportamiento y las preferencias de producto de todo el tráfico en su tienda.



SOLUCIONES

2 Implementar acciones de cross-selling

Proporcionar recomendaciones personalizadas de productos complementarios en el checkout.



SOLUCIONES

3 Recuperar los carritos de usuarios anónimos

Ofrecer al tráfico anónimo una forma de guardar su carrito para recuperarlo más tarde.



SOLUCIONES

4 Personalizar las comunicaciones

Utilizar la métrica del RFM para identificar y comunicarse con clientes específicos de forma hiper personalizada.

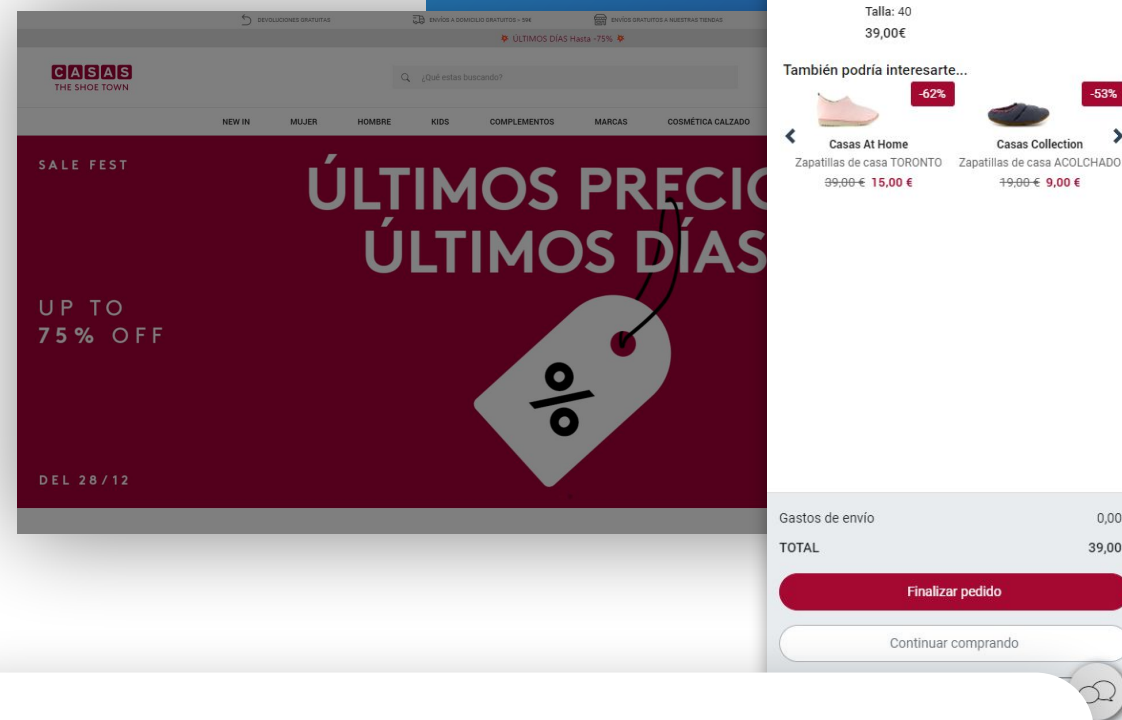


¿El resultado?

RESULTADO

Incentivar las primeras compras e incrementar el ticket medio

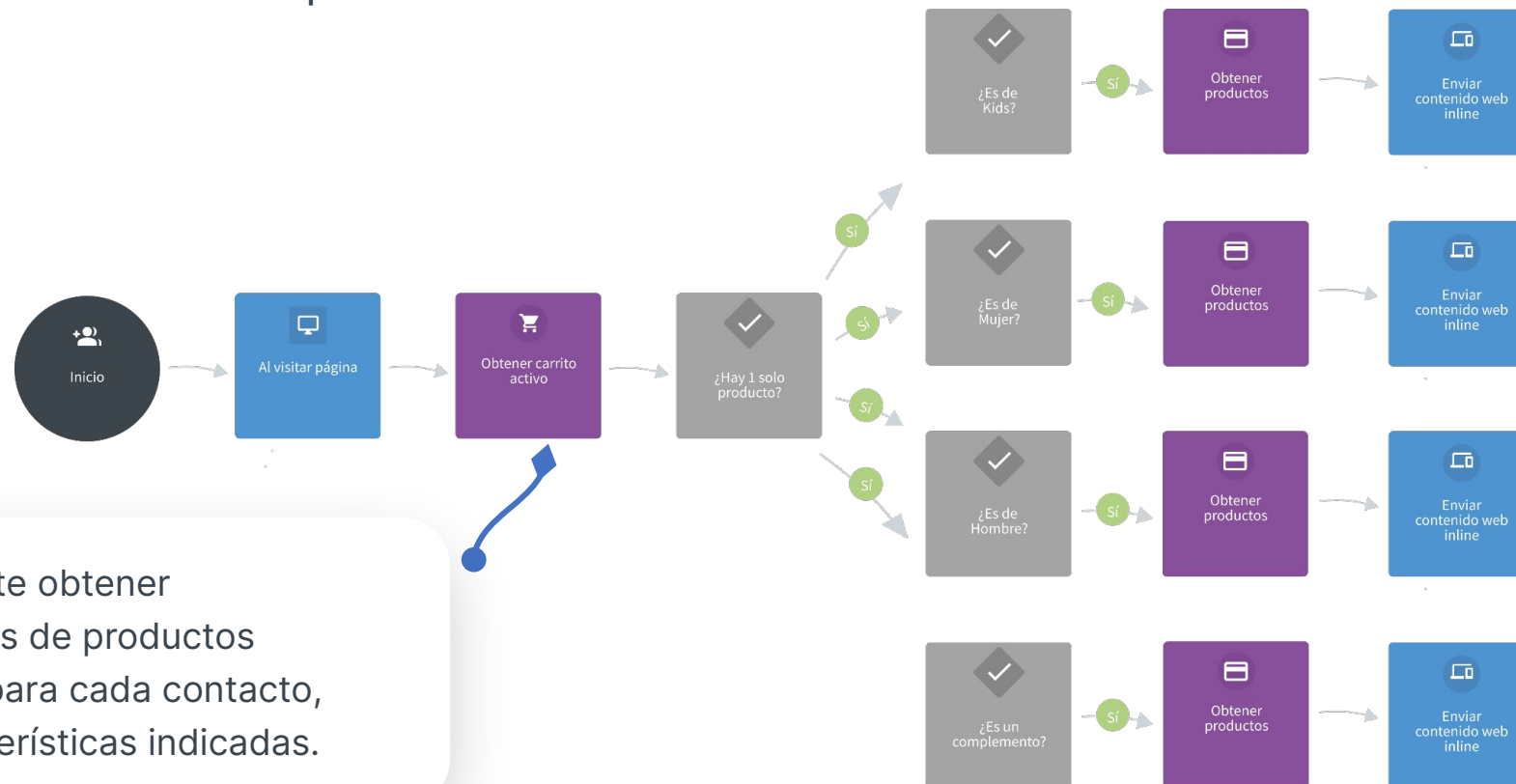
Para convencer a sus potenciales clientes de realizar su primera compra, CASAS lanzó un carrusel dinámico en su tienda online para destacar productos similares o complementarios a los que los clientes han mostrado interés. Este carrusel sirvió también para aumentar el ticket medio, sugiriendo artículos relacionados al carrito para incrementar ventas adicionales.



CASAS logró un **80%** de nuevos clientes y un **23%** de tasa de conversión.

Workflow

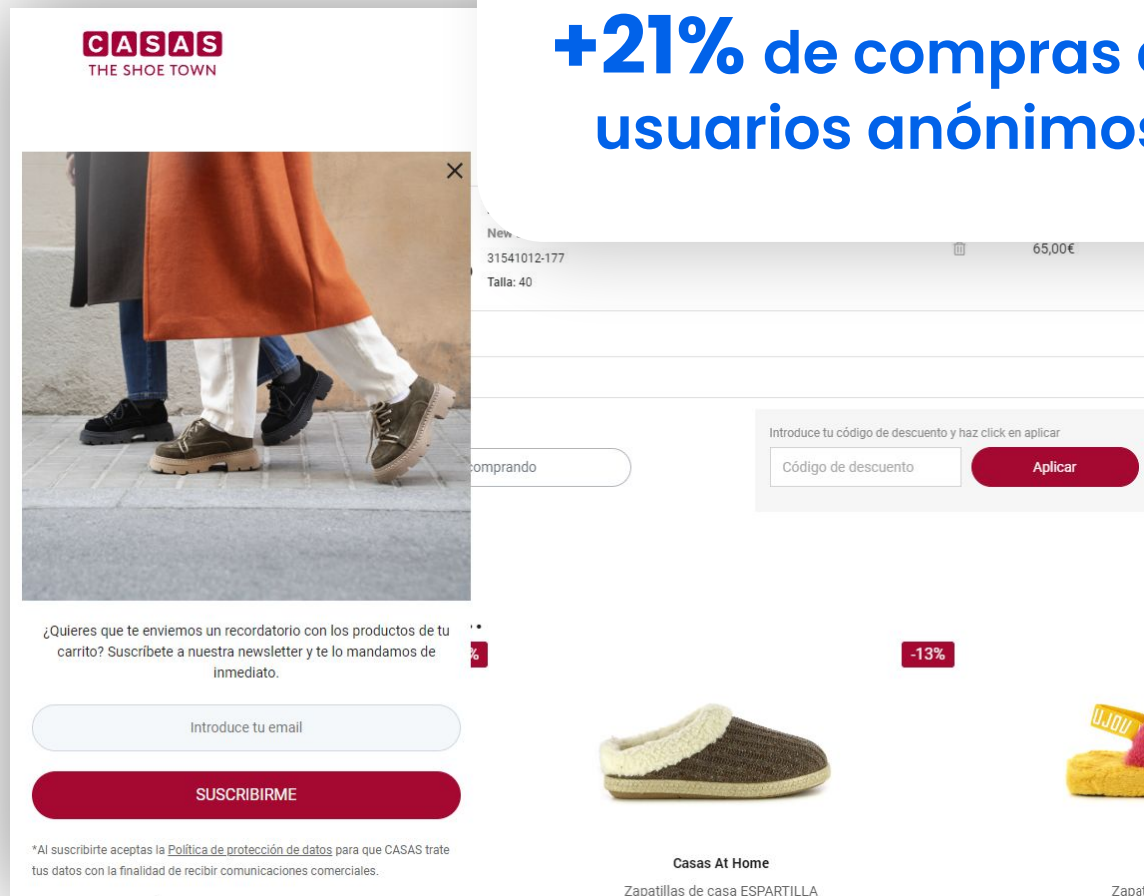
Para aumentar el ticket medio y fomentar primeras compras, este workflow implementa un carrusel de productos relacionados y complementarios en el pre-checkout cuando el usuario tiene al menos un artículo en el carrito. Se optimiza la experiencia del usuario al presentar opciones adicionales que pueden aumentar el valor del ticket, centrándose en casos donde hay un solo producto en el carrito para maximizar la efectividad.



Este nodo permite obtener recomendaciones de productos personalizadas para cada contacto, según las características indicadas.

RESULTADO

CASAS logró un
+21% de compras de
usuarios anónimos



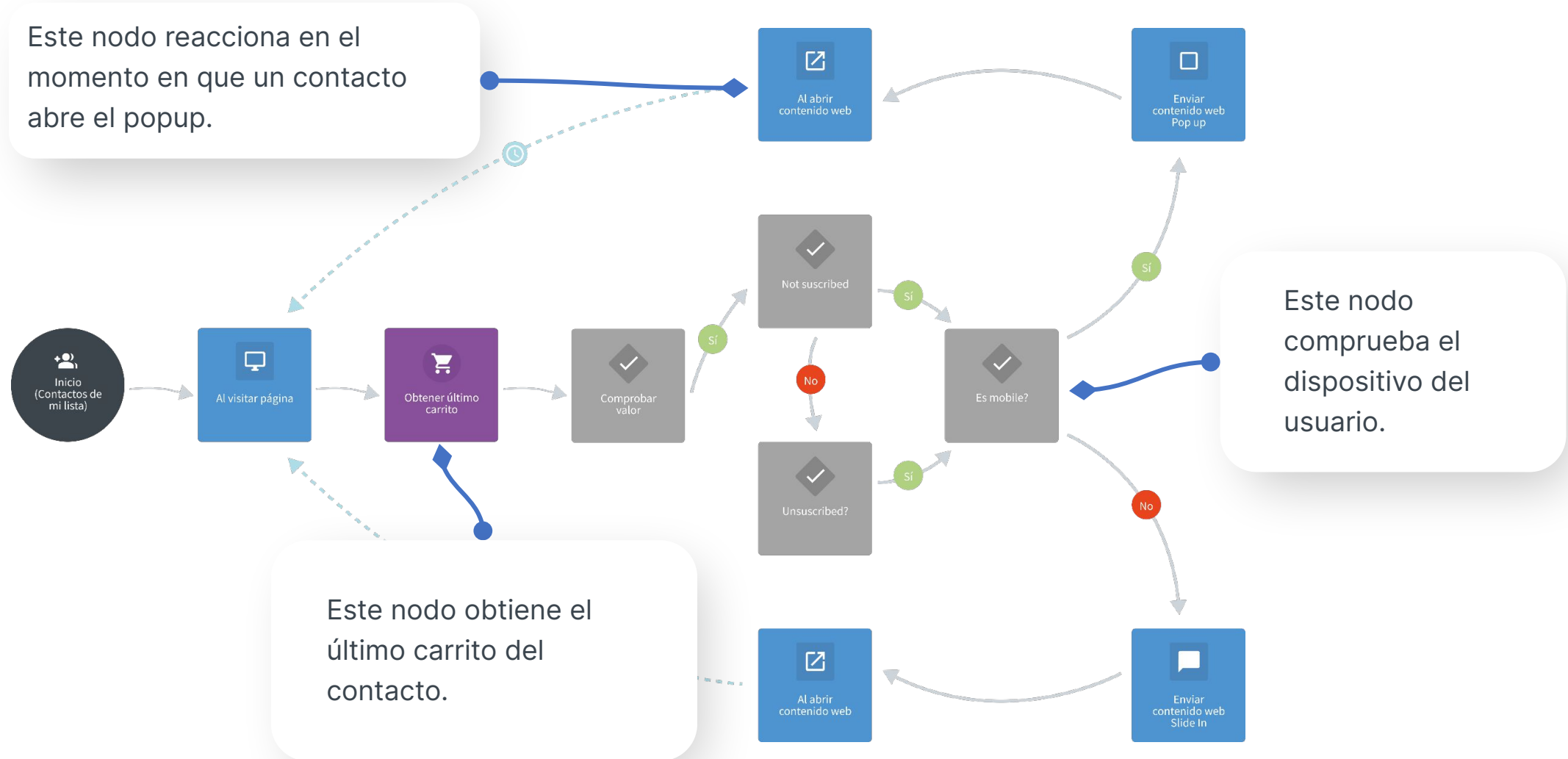
The screenshot displays the CASAS website interface. At the top left is the logo "CASAS THE SHOE TOWN". Below it is a product image of shoes. To the right of the image, there is a price tag of "65,00€" and a size selection dropdown set to "Talla: 40". Below the product image is a "comprando" button. To the right of the "comprando" button is a discount code input field with a "Aplicar" button. Below the discount code input field is a "-13%" discount tag. Below the "-13%" tag is a product image of a slipper. Below the slipper image is the text "Casas At Home" and "Zapatillas de casa ESPARTILLA". At the bottom left of the screenshot is a newsletter sign-up form with the text "¿Quieres que te enviemos un recordatorio con los productos de tu carrito? Suscríbete a nuestra newsletter y te lo mandamos de inmediato." and a "SUSCRIBIRME" button. Below the "SUSCRIBIRME" button is a small disclaimer: "*Al suscribirte aceptas la Política de protección de datos para que CASAS trate tus datos con la finalidad de recibir comunicaciones comerciales.".

Recuperación de carritos de usuarios anónimos

CASAS implementó contenidos dinámicos en su tienda para solicitar el correo electrónico a usuarios anónimos que mostraban signos de desinterés durante el proceso de pago, permitiendo así enviar emails transaccionales relacionados con los carritos abandonados y obtener la aceptación de comunicaciones comerciales.

Workflow

Este workflow evalúa a los usuarios en el checkout y determina cuándo y cómo enviar contenido relevante. Se enfoca en usuarios anónimos y no suscritos, adaptando el contenido según el dispositivo y desactivándolo después de 24 horas para evitar saturar al usuario y maximizar la conversión.



RESULTADO

Comunicación personalizada según RFM

Basándose en la analítica del RFM, desarrollaron una estrategia de comunicación personalizada a través de correos electrónicos, segmentando las comunicaciones según el comportamiento del usuario y su estado (cliente o no cliente, si ha realizado una compra o abandonado el carrito), para impulsar la conversión y la interacción.

CASAS logró un **+40% de ventas.**



Workflow

Este workflow permite personalizar las comunicaciones con los usuarios, adaptándose a su comportamiento y segmentando según su condición y actividad. A partir de un correo de best-sellers, luego se ajusta el contenido según la interacción del usuario, ya sean clics en el correo o compras realizadas, optimizando así los KPIs y maximizando el engagement.

Este nodo reacciona cuando un contacto hace clic en el email de best sellers, para permitirle enviarle un segundo email, personalizado en base a su valor RFM y los últimos productos visitados.



Estos nodos comprueban que el contacto no ha realizado ninguna compra ni ha abandonado el carrito en los últimos X días.



Caso de éxito

La capacidad de personalizar interacciones con nuestros clientes en diferentes etapas del funnel ha demostrado ser fundamental para optimizar la retención y conversión. La flexibilidad y eficacia de Connectif han contribuido de manera significativa a nuestro crecimiento.

Cristina Casas
eCommerce Manager





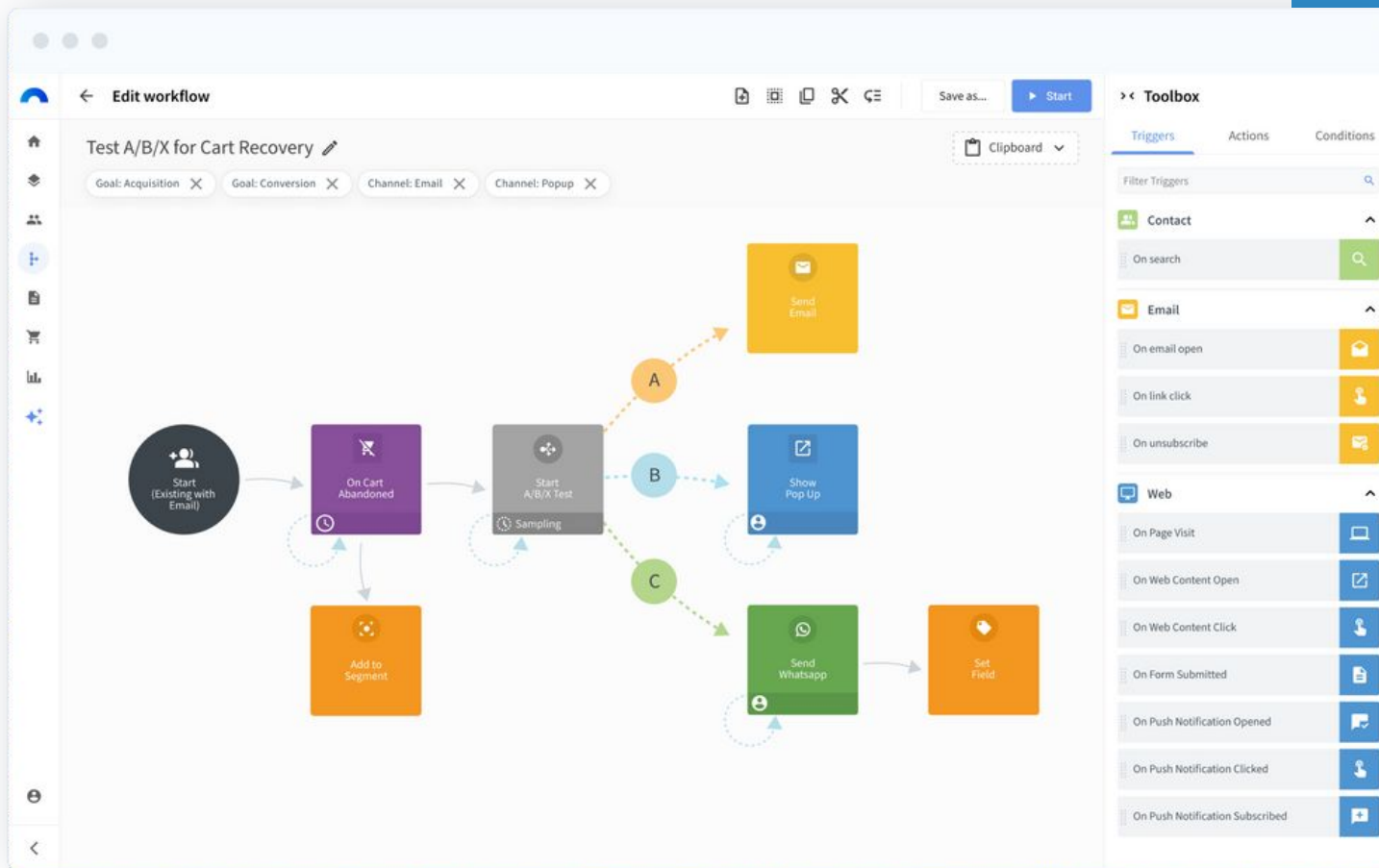
Caso de éxito

La colaboración con CASAS y Connectif representa una sinergia única. Fusionando la experiencia de Trilogi en eCommerce con la plataforma de marketing automatizado de Connectif, hemos creado soluciones personalizadas que optimizan la experiencia del cliente y potencian estrategias de marketing efectivas.

Yubal García

Especialista de marketing automation

trilogi



Sobre Connectif

Connectif es la plataforma all-in-one de Customer Data y Experience que brinda a los eCommerce marketers el poder para crear estrategias de marketing Data First que maximizan el engagement, las ventas y la retención.

+15
countries

+2k
clients

+220
partners





**¿Quieres ser
nuestro próximo
caso de éxito?**

[Pedir demo](#)