

# Un viaje exclusivo para cada cliente

Las recomendaciones de productos personalizadas pueden ayudarte a crear una experiencia de compra única.



## Los clientes de hoy esperan recomendaciones.

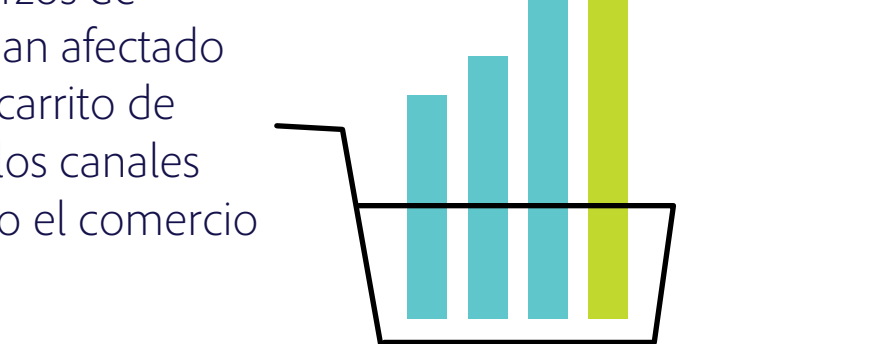


Amazon, que genera el 35% de sus ingresos desde recomendaciones de productos<sup>1</sup>, ha capacitado a los consumidores para que los esperen.

<sup>1</sup>McKinsey

En la actualidad, el 63% de los consumidores esperan la personalización como un estándar de servicio.<sup>2</sup>

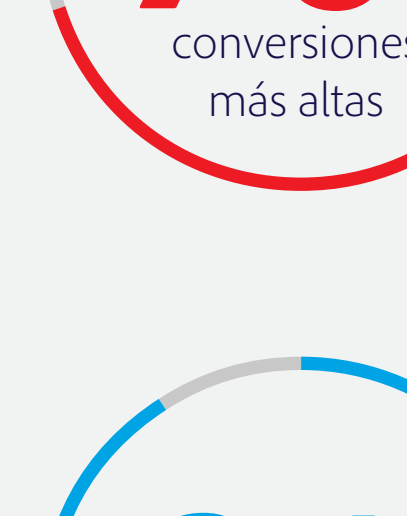
<sup>2</sup> Encuesta global de RedPoint a 3000 consumidores



## Las recomendaciones pueden ayudarte a aumentar drásticamente tus ingresos.

En una encuesta de Forbes Insights a 200 líderes de marketing, el 40% de los ejecutivos dice que sus esfuerzos de personalización de clientes han afectado directamente el tamaño del carrito de compras y los beneficios en los canales directos al consumidor, como el comercio electrónico.<sup>3</sup>

<sup>3</sup>Datos de Forbes Insights/Arm Treasure, 2019

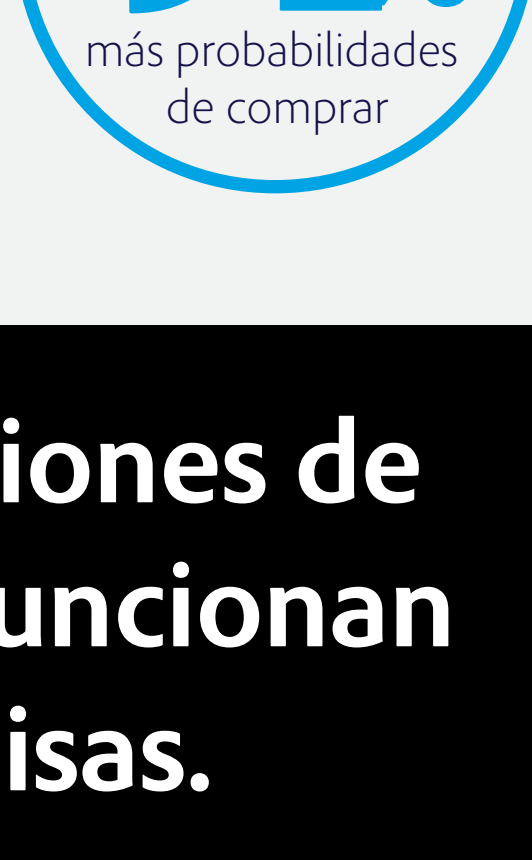


**Recomendado para ti:**

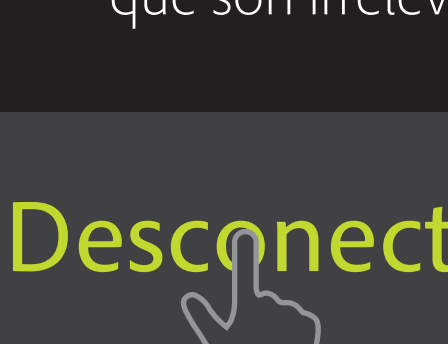


Los compradores en línea que interactuaron con un producto recomendado tuvieron una tasa de conversión un 70% más alta durante esa sesión.<sup>4</sup>

<sup>4</sup>Evergage, 2019



**Oferta especial**

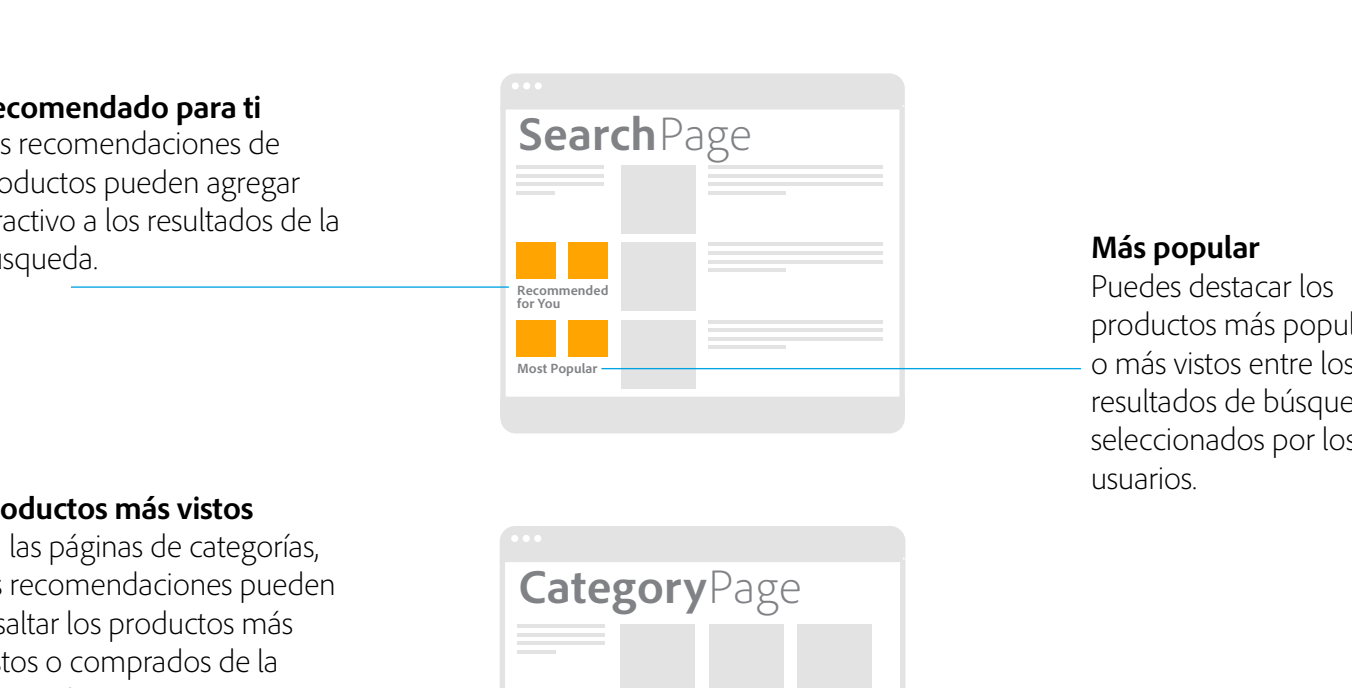


En una encuesta de Accenture realizada a 8.000 consumidores, el 91% dijo que sería más probable que compraran con marcas que los reconocen y brindan ofertas relevantes.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Accenture, PulseCheck, 2018



## Las recomendaciones de productos solo funcionan cuando son precisas.



**ES DE SENTIDO COMÚN.** Los consumidores se sienten felices cuando reciben recomendaciones de productos útiles, pero las que son irrelevantes o discordantes son rechazadas.

## Desconectar

De los 8.000 consumidores encuestados por Accenture, casi el 50% dijo que habían abandonado un sitio web después de haber tenido una mala experiencia.<sup>6</sup>

<sup>6</sup>Ibid



## ¿Dónde deberías poner las recomendaciones de productos?

Las recomendaciones de productos pueden ofrecer excelentes resultados en muchas ubicaciones de tu sitio.

**Recomendado para ti**  
Las recomendaciones de productos en tu página de inicio son una excelente manera de mostrar tu inventario. La mayor parte de la página de inicio de Amazon son productos recomendados.

La investigación sugiere que el 25% de los visitantes se desplaza hacia abajo en la página de inicio de un sitio para evaluar la oferta de tus productos.<sup>7</sup>

**Recomendado para ti**  
Las recomendaciones de productos pueden agregar atractivo a los resultados de la búsqueda.

**Más popular**  
Puedes destacar los productos más populares o más vistos entre los resultados de búsqueda seleccionados por los usuarios.

**Productos más vistos**  
En las páginas de categorías, las recomendaciones pueden resaltar los productos más vistos o comprados de la categoría.

**Recomendado**  
De hecho, los productos recomendados a menudo brindan mejores resultados que los productos nuevos.

**También vieron**  
Las páginas de productos son un gran lugar natural para recomendar artículos alternativos (también vistos).

**También compraron**  
La página de confirmación puede ser un gran lugar para sugerir productos que a menudo se compran juntos o complementan la compra reciente de tu cliente.

**ADVERTENCIA**  
Algunos expertos dicen que las recomendaciones de productos, al momento de pagar, pueden distraer a los compradores de completar su compra. Procede con cuidado, dejando que los resultados señalen el camino.

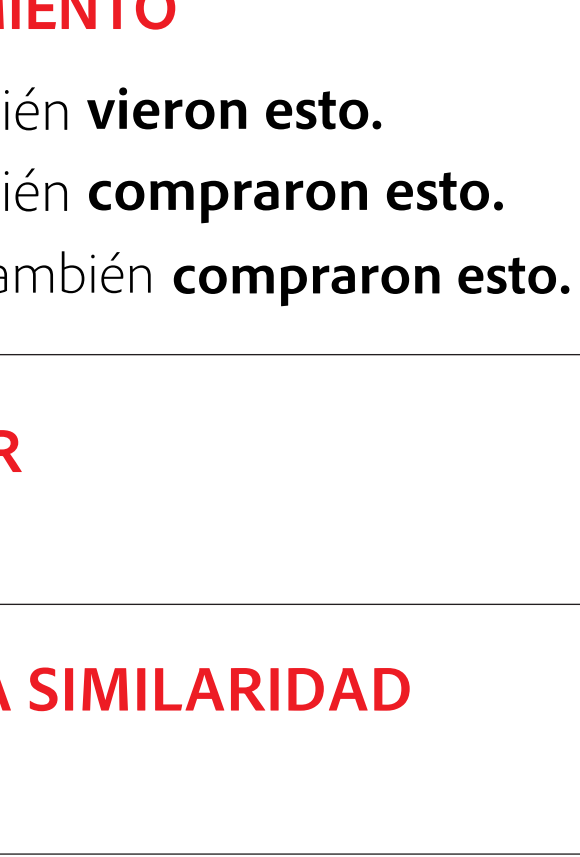
<sup>7</sup>https://www.inc.com/peter-roessler/new-study-shows-deals-promotions-affect-every-part-of-shopping-experience.html

## Puedes adelantarte a la competencia con una buena personalización.

La mayoría (59%) de los especialistas en marketing dicen que falta al menos un año para realizar inversiones en personalización.<sup>8</sup>

**¡Si actúas más rápido, puedes ganar!**

<sup>8</sup>Forbes Insights/Arm Treasure Data, 2019



## Tipos de recomendaciones de producto personalizado más comunes

### BASADO EN EL COMPORTAMIENTO

- Los clientes que **vieron esto** también **vieron esto**.
- Los clientes que **vieron esto** también **compraron esto**.
- Los clientes que **compraron esto** también **compraron esto**.

### BASADO EN EL COMPRADOR

Recomendado para **ti**.

### CONTENIDO BASADO EN LA SIMILARIDAD

Más como **esto**.

### BASADO EN LA POPULARIDAD

- Más **visto**.
- Más **comprado**.
- Más añadido al **carrito de compras**.
- Tendencias**.

## Las buenas noticias:

Comenzar con recomendaciones de productos personalizadas es más fácil de lo que cree.

Definir manualmente las recomendaciones de productos (por ejemplo, si **se ve X**, también **se ve Y**) puede llevar mucho tiempo, especialmente cuando existen muchos SKU.

Además, todas esas recomendaciones manuales deben volver a crearse al menos **una vez cada temporada**.



de los expertos en marketing empresarial están aplicando la inteligencia artificial a una escala significativa para ofrecer experiencias personalizadas.



considera que la IA es esencial para ejecutar su estrategia de personalización.<sup>9</sup>

Datos de Forbes Insights / Arm Treasure, 2019

**Hoy en día, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático hacen que sea mucho más fácil lograr una mejor personalización y recomendaciones de productos.**

Con **Recomendaciones de Productos impulsadas por Adobe Sensei**, puedes ofrecer experiencias más relevantes a todos los compradores.

Obtén más información sobre las Recomendaciones de Productos automatizadas impulsadas por Adobe Sensei exclusivamente para Adobe Commerce.

[Ver más](#)