



Características principales

- Optimice todo el potencial de su solución IBM Tealeaf adoptando las mejores prácticas para disminuir la curva de aprendizaje y obtener el valor tan rápidamente como sea posible.
 - Identifique los patrones comunes entre sesiones, investigue los problemas y determine el impacto de negocio.
 - Descubra oportunidades proactivamente para optimizar los principales procesos del sitio web y eliminar barreras que impiden la conversión de sitios web.
 - Configure indicadores clave de rendimiento para conocer dónde tienen dificultades los clientes en su sitio web.
 - Ponga en valor los comentarios y opiniones de los clientes por medio de Tealeaf para validar el problema y proporcionar contexto para los comentarios.
 - Cree un caso de negocio para priorizar los problemas del sitio web en base a su impacto de negocio.
-

Optimizar su inversión en productos IBM Tealeaf

Mejores prácticas de servicios

Nuestras nuevas ofertas de mejores prácticas se han diseñado para ayudar a su organización a optimizar todo el potencial de su inversión en productos IBM Tealeaf. Con cientos de implementaciones satisfactorias tenemos un arsenal de mejores prácticas. Y nuestro equipo de mejores prácticas líderes del mercado ha creado un modelo de madurez que ayuda a impartir este conocimiento de una forma gestionable – una que permite disminuir la curva de aprendizaje y obtener el valor tan rápidamente como sea posible.

Tanto si es cliente desde hace unos pocos meses como si lo es desde hace varios años, ahora puede aprovechar el modelo de madurez para desarrollar sus iniciativas de gestión de la experiencia de cliente y trazar una hoja de ruta hacia el éxito.

A continuación se describen nuestras ofertas de mejores prácticas, que se pueden aplicar en cualquiera de sus servicios profesionales o adquirirse por separado:

IBM Tealeaf Assessment

IBM Tealeaf Assessment no es para nuevos clientes y se puede utilizar para hacer valoraciones de sus soluciones IBM Tealeaf y modelos de uso actuales. Su asesor de mejores prácticas evaluará sus objetivos y oportunidades de negocio, y trabajara conjuntamente con su equipo para crear una hoja de ruta que alinee nuestras ofertas de mejores prácticas específicamente con sus necesidades. Recomendamos a nuestros clientes disponer de lo siguiente para poder optimizar esta oferta.





Figura 1: Nuestras ofertas de mejores prácticas y nuestro modelo de madurez recomendado

Productos IBM Tealeaf necesarios	Cualquiera
Participantes del cliente	Patrocinador ejecutivo de Tealeaf Interesados departamentales Jefe de proyectos Tealeaf Modelador de eventos Tealeaf Usuarios Tealeaf Analista de optimización de sitio web
Duración	5 días
Plazo recomendado	De 1 a 3 meses a continuación de la implementación inicial. Continuo, cuando sea necesario.

Investigación de la experiencia de cliente

Esta oferta se ha diseñado para ayudarle a utilizar las soluciones IBM Tealeaf para examinar los problemas de experiencia del cliente y determinar su impacto de negocio. Descubrirá cómo puede encontrar patrones comunes entre sesiones, identificar problemas desconocidos en los sitios web o validar los sospechosos, empezar a investigar el impacto de negocio y priorizar en consecuencia las mejoras en los sitios web. Empezará a ver su sitio web de una forma totalmente nueva: desde la perspectiva del cliente.

Productos IBM Tealeaf necesarios	IBM Tealeaf cxImpact
Participantes del cliente	Interesados departamentales Jefe de proyectos Tealeaf Usuarios Tealeaf
Duración	1 día
Plazo recomendado	De 1 a 3 meses a continuación de la implementación inicial. Continuo, cuando sea necesario.

Monitorización de los problemas conocidos

Ahora que ha implementado soluciones IBM Tealeaf, ¿cómo puede obtener un ROI rápido? Le mostraremos cómo puede obtener un valor significativo mediante el seguimiento y la resolución de los problemas conocidos que surgen en su sitio web – desde mensajes de error y códigos de estado erróneos hasta un rendimiento lento de las páginas. La adopción de un enfoque proactivo para encontrar y resolver rápidamente estos molestos problemas de experiencia de sitio web mejora la tasa de éxito de los clientes y, en última instancia, su negocio online.

Productos IBM Tealeaf necesarios	Tealeaf cxImpact IBM Tealeaf cxView (recomendado pero no necesario)
Participantes del cliente	Interesados departamentales Jefe de proyectos Tealeaf Modelador de eventos Tealeaf Usuarios Tealeaf Analista de optimización de sitio web
Duración	2 días
Plazo recomendado	De 1 a 3 meses a continuación de la implementación inicial. Continuo, cuando sea necesario.

Monitorización de procesos del sitio web

Las tasas de éxito de conversión y tareas son la savia del éxito de una empresa online. En este sentido, IBM le enseñará a definir las tasas de finalización de tareas clave de su sitio web y definir lo que constituye un cambio significativo en estas tasas. No obstante, y más importante aún, IBM le ayudará a poner en marcha procesos para investigar cambios significativos – para poder ir desde saber que pueden existir problemas de experiencia en el sitio web hasta descubrir exactamente lo que son dichos problemas. Este conocimiento le permitirá adoptar mejores decisiones de optimización del sitio web y limitar el número de clientes que se ven afectados negativamente por un problema dado.

Productos IBM Tealeaf necesarios	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView
Participantes del cliente	Interesados departamentales Jefe de proyectos Tealeaf Modelador de eventos Tealeaf Usuarios Tealeaf Analista de optimización de sitio web
Duración	2 días
Plazo recomendado	De 3 a 6 meses a continuación de la implementación inicial. Continuo, cuando sea necesario.

Medición de los KPIs de experiencia del cliente

Los directivos de e-business saben que existe una serie de factores que van más allá de unos simples problemas técnicos que afectan a la experiencia online de sus clientes – y, por tanto, su capacidad para retener a dichos clientes o venderles productos y servicios. En este contrato, IBM trabajará con usted para configurar indicadores clave de rendimiento (KPI) diseñados para ayudarle a comprender dónde encuentran dificultades sus clientes en su sitio web. Algunos ejemplos de KPIs de experiencia del cliente son la observación de comportamientos incorrectos conocidos, como el reinicio de un proceso de paso por caja más de dos veces, o experiencias incorrectas conocidas, como un cliente que ve un itinerario con un precio distinto en un sitio web de viajes. La monitorización proactiva de estas métricas le permitirá analizar el comportamiento real de los clientes y descubrir problemas no previstos que afectan negativamente a su negocio online.

Productos IBM Tealeaf necesarios	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView (recomendado pero no necesario)
Participantes del cliente	Interesados departamentales Jefe de proyectos Tealeaf Modelador de eventos Tealeaf Usuarios Tealeaf Analista de optimización de sitio web
Duración	2 días
Plazo recomendado	De 6 a 9 meses a continuación de la implementación inicial. Continuo, cuando sea necesario.

Análisis avanzado del impacto de negocio

Con tiempo y recursos limitados, muchas compañías tienen dificultades para priorizar los problemas del sitio web en base a su impacto de negocio. En esta oferta le enseñaremos a construir un caso de negocio para cada problema investigando las siguientes cuestiones: ¿Cuándo empezó el problema? ¿Cuántos visitantes por día se han visto afectados? ¿Cuál es el impacto en las tasas de conversión? ¿Cuál es el coste de la reparación del problema en comparación con la pérdida de ventas/beneficios? Con el conocimiento adquirido gracias a IBM de estos problemas del sitio web puede priorizar con mayor precisión los esfuerzos de optimización del sitio web e invertir sus recursos allí donde causarían un mayor impacto en su empresa.

Productos IBM Tealeaf necesarios	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView
Participantes del cliente	Interesados departamentales Jefe de proyectos Tealeaf Modelador de eventos Tealeaf Usuarios Tealeaf
Duración	3 días
Plazo recomendado	De 6 a 9 meses a continuación de la implementación inicial. Continuo, cuando sea necesario.

Investigación de la voz del cliente

Cada vez más empresas aprovechan productos de encuestas de Voz del cliente (VOC) con el fin de obtener comentarios cualitativos de la experiencia del cliente. No obstante, muchos e-businesses tienen dificultades para confirmar y crear un caso de negocio alrededor de un comentario específico. El objetivo de esta oferta es el de mostrar cómo se puede aprovechar totalmente su solución IBM Tealeaf y su integración VOC. Tiene un gran valor poder reproducir sesiones Tealeaf de los encuestados para poder comprender mejor el contexto de sus opiniones. Pero en este contrato aprenderá a poner en valor los comentarios VOC – por medio de soluciones IBM Tealeaf para validar el problema (cuántos otros clientes han tenido la misma experiencia) y calcular el impacto de negocio de un problema dado para que pueda priorizar los problemas del sitio web de forma más eficaz.

Productos IBM Tealeaf necesarios	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxConnect para la Voz del Cliente
Participantes del cliente	Jefe de proyectos VOC Jefe de proyectos Tealeaf Administrador técnico Analista de optimización de sitio web
Duración	1 día
Plazo recomendado	De 6 a 9 meses a continuación de la implementación inicial. Continuo, cuando sea necesario.

Acerca de IBM Enterprise Marketing Management

La Suite IBM Enterprise Marketing Management (EMM) es un conjunto integrado de capacidades diseñadas exclusivamente para las necesidades de las organizaciones de marketing. Mediante la integración y agilización de todos los aspectos del marketing, la Suite EMM de IBM potencia a las organizaciones y a las personas individuales para convertir su pasión por el marketing en relaciones valiosas con el cliente y en resultados de negocio más rentables, eficientes, a tiempo y medibles.

La Suite EMM de IBM de soluciones de software ofrece a los profesionales del marketing, tanto en las propias instalaciones como en el cloud, las herramientas y los conocimientos necesarios para crear valor de cada cliente en cada punto de contacto. La Suite IBM EMM Suite ayuda a los profesionales del marketing a conocer los deseos y necesidades del cliente, y utilizar dicho conocimiento para atraer a los compradores en diálogos muy relevantes e interactivos a través de todos los canales de marketing digitales, sociales y tradicionales.

Diseñada para resolver las necesidades específicas de los usuarios de marketing y de merchandising, la Suite EMM de IBM está formada por cinco soluciones distintas. Digital Marketing Optimization permite a los profesionales del marketing digital orquestar interacciones digitales relevantes para atraer y retener a nuevos visitantes y aumentar los ingresos en todo el ciclo de vida del cliente. Con Customer Experience Optimization, los profesionales del eCommerce pueden convertir a los visitantes en clientes repetidores y defensores leales de la empresa al mejorar la experiencia digital de todos los clientes. Con Cross-Channel Marketing Optimization, los profesionales del marketing de la relación con los clientes pueden hacer que los clientes participen en un diálogo individualizado en todos los canales para aumentar los ingresos durante todo el ciclo de vida del cliente. Price, Promotion y Product Mix Optimization permite a los comerciantes y planificadores de ventas tomar decisiones de mix de precio, promoción y producto que maximicen el beneficio y la utilización de los inventarios. Y con Marketing Performance Optimization, los responsables del marketing, planificadores y responsables de la toma de decisiones pueden modelar y evaluar los mixes, así como gestionar las operaciones de marketing para maximizar el ROI.

Más de 2.500 organizaciones de todo el mundo utilizan soluciones IBM EMM para ayudar a gestionar la presión que ejerce la mayor complejidad del marketing, ofreciendo a la vez mayores ingresos y resultados más cuantificables. Las completas y probadas ofertas de IBM proporcionan a empresas como Dannon, E*TRADE, ING, Orvis, PETCO, Telefonica | Vivo, United Airlines y wehkamp.nl la potencia y la flexibilidad necesarias para ofrecer a sus clientes existentes y potenciales lo que esperan hoy – una experiencia más coherente y relevante de la marca en todos los canales.



IBM España, S.A

Tel.: +34-91-397-6611
Santa Hortensia, 26-28
28002 Madrid
Spain

La página de presentación de IBM se encuentra en:

ibm.com

IBM, el logotipo de IBM e ibm.com son marcas registradas de International Business Machines Corporation en Estados Unidos y/o en otros países. Si éstas y otras marcas registradas de IBM se marcan en su primera aparición en esta información con un símbolo de marca registrada (® o ™), estos símbolos indican marcas registradas en EE.UU. o marcas registradas según el derecho consuetudinario de propiedad de IBM en el momento que se publicó esta información. Estas marcas registradas también pueden ser marcas registradas o marcas registradas según el derecho consuetudinario en otros países. Otros nombres de producto, empresa o servicio pueden ser marcas registradas o marcas de servicio de otras empresas. Encontrará una lista actualizada de las marcas registradas de IBM en "Copyright and trademark information" en: ibm.com/legal/copytrade.shtml

El contenido de este documento (incluidas las referencias de monedas O precios con exclusión de los impuestos aplicables) es vigente en la fecha inicial de publicación y está sujeto a cambios por parte de IBM sin previo aviso. No todas las ofertas están disponibles en todos los países en los que IBM opera.

Los datos de rendimiento aquí comentados se presentan como derivados bajo condiciones de operación específicas. Los resultados reales pueden variar. LA INFORMACIÓN DE ESTE DOCUMENTO SE PROPORCIONA "TAL CUAL" SIN GARANTÍA O CONDICIÓN DE NINGÚN TIPO, NI EXPLÍCITA NI IMPLÍCITA, INCLUYENDO LAS GARANTÍAS O CONDICIONES IMPLÍCITAS DE COMERCIALIZACIÓN O ADECUACIÓN A UN PROPÓSITO DETERMINADO. Los productos de IBM se garantizan de acuerdo con los términos y condiciones de los acuerdos bajo los que se proporcionan.

© Copyright IBM Corporation 2013



Por favor, recicle