



Cómo modernizar sus analíticos de eCommerce y mejorar la experiencia de los clientes

6 mejores prácticas de maestros en desempeño digital

Tabla de Contenido



Resumen Ejecutivo

Los consumidores digitales híper conectados de la actualidad tienen múltiples dispositivos, están empoderados y exigen conveniencia.

Tienen altas expectativas de su interacción en línea con su marca y tienen cero paciencia para una experiencia en línea lenta o peor aún — una app móvil que se cae. Sus opciones son muchas y su competencia se encuentra a una pulsación de distancia.

Al mismo tiempo, usted tiene el desafío de entregar experiencias en línea transparentes — a través de un vasto mar de complejidad de TI — a estos clientes exigentes. Cada momento y punto de contacto en la cadena de entrega de aplicaciones digitales presenta un riesgo o falla potencial — o una oportunidad de encantar a sus clientes. La calidad de su experiencia con clientes directamente influye en sus ingresos, reputación, lealtad y participación de mercado.

Su camino hacia la maestría de desempeño digital requiere un esfuerzo conjunto de TI y de la línea de negocios. Significa medir y administrar la entrega de la aplicación de extremo a extremo y traducirla en información con la cual se pueda tomar acción para cada interesado.

Este eBook es una guía para todos los que son responsables del desempeño digital. Les ayudará a maximizar los ingresos y la lealtad hacia su marca, lanzar nuevas iniciativas con confianza y construir experiencias digitales atractivas mas rápidamente.



Capítulo 1

Consumidores digitales híper conectados de la actualidad

Tienen múltiples dispositivos, son exigentes y están empoderados

Los consumidores digitales están impulsando una transformación mayor en todos los sectores de la industria y en ninguno más rápidamente que en eCommerce.

Comen, duermen y respiran con su dispositivo móvil y esperan la misma experiencia de alta calidad independientemente de que estén en línea, en la tienda, o desplazándose. Casi el 80% de ellos revisan sus smartphones dentro de los primeros 15 minutos después de que despiertan.¹



SIEMPRE CONECTADOS

80% de ellos revisan sus smartphones dentro de los primeros 15 minutos después de que despiertan.



EXIGENTES

60% califican el desempeño / tiempo de respuesta como la expectativa de apps móviles #1 — antes de características y funcionalidad.³



MÚLTIPLES DISPOSITIVOS

95% de los compradores digitales que comenzaron en un smartphone continuaron en una PC.²



EMPODERADOS

2+ BILLONES de personas tienen algún tipo de cuenta en medios sociales; 44% expresarán su frustración en medios sociales cuando tengan una mala experiencia en línea.⁴

Exigen conveniencia

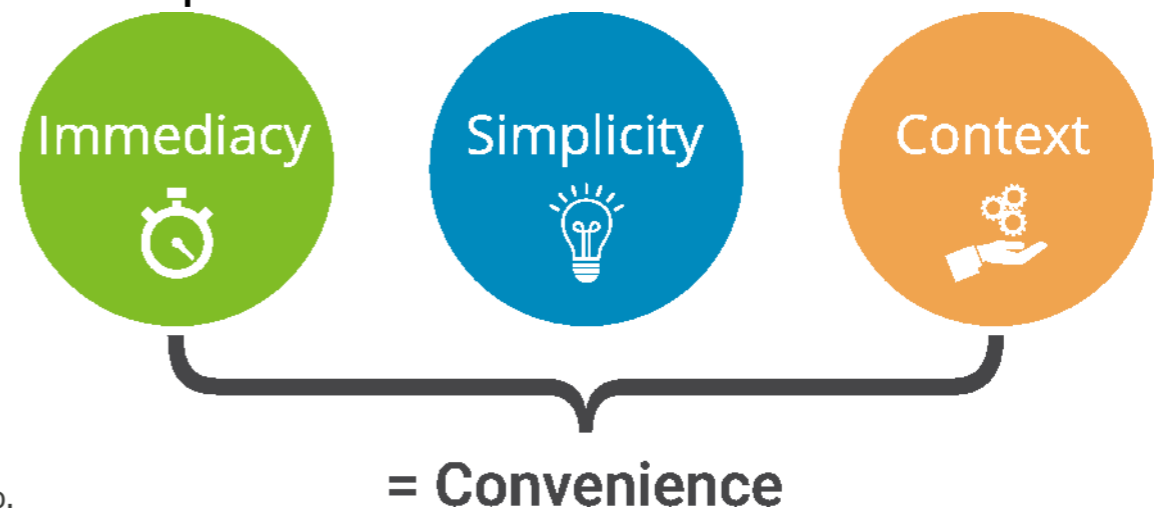
Los consumidores digitales esperan conveniencia en cada etapa del proceso de compra.⁵

Desean que los minoristas proporcionen:

- > Inmediación, respondiendo en milisegundos
- > Simplicidad, anticipando sus necesidades y proporcionando servicio preferente
- > Contexto, proporcionando productos y servicios en contexto a su ubicación, sincronía y etapa en el proceso.

La experiencia digital que usted proporciona es imperativa, no tan sólo para el crecimiento de ventas en línea, pero también para la supervivencia final de su marca. Si usted no responde a las expectativas de conveniencia y velocidad de los consumidores, perderá su atención — y su negocio.

Las expectativas de los consumidores han cambiado



“Nunca ha habido una época en la cual los consumidores hayan tenido tanto poder, o cuando la decisión de cambiar de marca representaba un costo tan bajo y era tan sencilla para ellos. Si alguien tiene una mala experiencia con un sitio web o con una app, pueden ir a otro lado con sólo un clic.”

– Forrester Research

Capítulo 2

Complejidad es el nuevo paradigma

Complejidad es el nuevo paradigma

Aún cuando la variedad de productos y el servicio a clientes ciertamente son críticos, el desafío más grande en la experiencia con clientes que usted enfrenta en la actualidad es dominar la complejidad de la cadena de entrega de aplicaciones digitales.

Las aplicaciones digitales de la actualidad se ejecutan en el borde de Internet, abarcando una gama de dispositivos, backbones de proveedores de servicio, redes de entrega de contenido, soluciones de terceros y más.

Existe un número muy grande de puntos potenciales de falla entre su usuario final, sus múltiples dispositivos y su empresa. Cualquiera y todas estas áreas pueden experimentar problemas y llevar a su cliente de una buena experiencia a la frustración completa — impactando ventas, lealtad y su marca.



Complejidad masiva en la cadena de entrega de aplicaciones

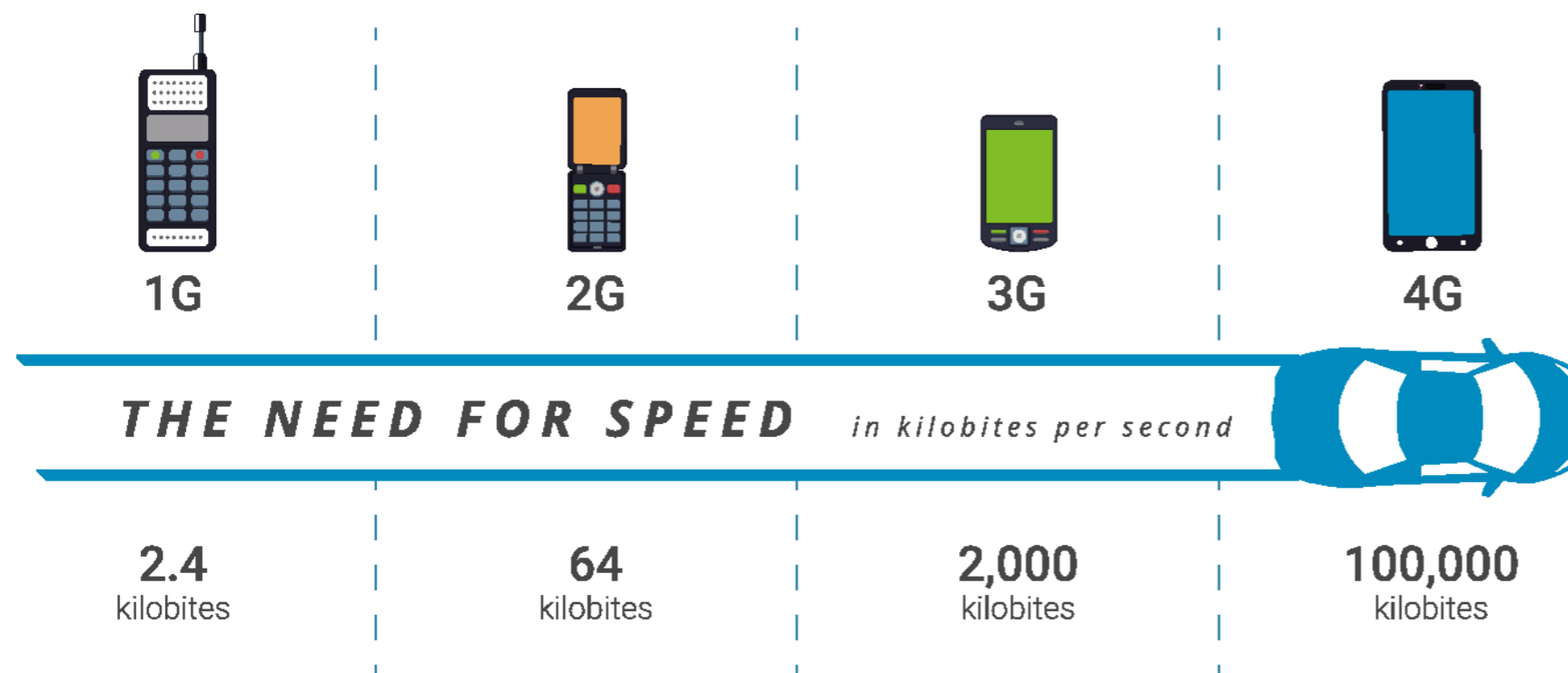
¿Cuánto volumen? ¿Cuánta complejidad?

- > Los consumidores utilizan un promedio de 2.6 dispositivos abarcando 1.5 canales en su viaje para comprar.⁶
- > 80% de las decisiones de compra de usuarios móviles son influenciadas por movilidad.⁷
- > En 2014, las sesiones de apps de compra (iOS y Android) crecieron 174% año sobre año.⁸

Cómo la complejidad impacta a su cliente y a su rentabilidad

¿Cuál es el impacto de no cumplir con las expectativas de los usuarios finales?

Un tiempo de respuesta de 7 segundos puede haber sido aceptable para el usuario de un iPhone 3 en 2G, pero es demasiado lento para el usuario de un iPhone 6 en 4G/LTE. ¡Ese usuario piensa que un tiempo de respuesta de 3 segundos es demasiado lento!



“Las aplicaciones digitales de la actualidad tienen exponencialmente más volumen de usuarios finales; aumento en la dependencia de terceros; y más navegadores, dispositivos y versiones para manejar que lo que cualquiera puede contar. Un problema en cualquier lugar de esta cadena de entrega, en cualquier punto — sin importar si se encuentra en su data center, en un servicio de terceros, o un problema de navegador — puede impactar su experiencia de cliente, sus ingresos y su marca.”


– David Jones, Field Technical Evangelist Director, Dynatrace


El desempeño importa

Cuando los sitios web se hacen más lentos aunque sea un poco, las tasas de conversión disminuyen — aún si usted tiene una promoción espectacular y todo lo demás se lleva a cabo correctamente.

Un estudio reciente de Walmart descubrió que cuando los tiempos de carga de páginas aumentaban de 1 a 4 segundos, sus tasas de conversión disminuían drásticamente. Y en el lado opuesto, por cada mejora de 1 segundo, experimentaron un aumento de 2% en la conversión.

En ingresos de eCommerce de \$9,000 millones de dólares, eso representa \$180 millones de dólares.

 Cuando los tiempos de carga saltaron de 1 segundo a 4 segundos, las conversiones disminuyeron drásticamente

 Y por cada mejora de 1 segundo, la conversión aumentó 2%

 Ingresos de eCommerce durante 2014 para Walmart: \$9,000 millones de dólares

Fuente de datos: Walmart Labs 1-2 3-4 5-6 7-8 9-10 11-12 13-14 <15



Monitoreando la experiencia del cliente a través de la complejidad

Muchas compañías están comenzando a desarrollar una estrategia para monitorear la experiencia del cliente. Las herramientas tradicionales principalmente han proporcionado seguimiento al comportamiento en sitio, indicando solamente lo que ha ocurrido pero no por qué.

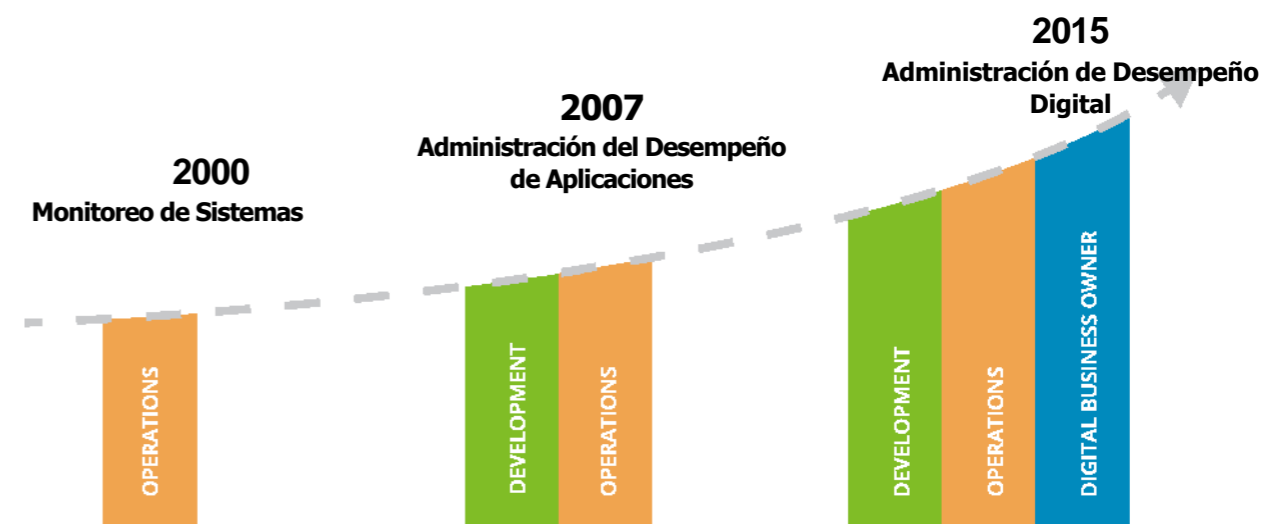
En la actualidad, el entender la experiencia de sus clientes requiere herramientas modernas de administración de aplicaciones. Estas herramientas proporcionan una visión exhaustiva de la experiencia del cliente en cada interacción digital, con perspectiva profunda en la cadena de entrega de aplicaciones y se enfocan en el viaje de sus usuarios como un todo – no tan solo en cada parte aisladamente.

En el siguiente capítulo, veremos seis mejores prácticas para ayudarles a moverse más allá de un enfoque de monitoreo tradicional a la maestría de desempeño digital, obteniendo visibilidad profunda en la experiencia del cliente.

“Si los profesionales no actualizan sus enfoques a análisis digital, continuarán siendo plagados por malas experiencias de clientes, reportes irrelevantes de negocio y perspectivas de clientes en silos.⁹”

– Forrester Research

Evolución de APM a la administración de desempeño digital



- Tolerancia de usuario = 8 seg
- Canal móvil inexistente
- Admin de sistemas: ¡mantengan prendidas las luces!

- Tolerancia de usuario = 3 seg
- Canal móvil emerge
- Desarrollo ahora también es responsable por el desempeño

- Tolerancia de usuario = abajo de un segundo en cualquier lugar en cualquier momento
- Omni-canales
- Perspectivas digitales = ventaja competitiva

Capítulo 3

Mejores prácticas de maestros en desempeño digital

Seis mejores prácticas de las cuales aprender

Los líderes del mercado ofrecen una experiencia digital que responde positivamente y que responde a las siempre crecientes expectativas de los consumidores digitales de la actualidad a través de la complejidad de la cadena de entrega digital.

Atrás del escenario, siguen las mejores prácticas de la administración de aplicaciones con herramientas modernas que les proporcionen perspectivas profundas y con las cuales pueden tomar acción acerca de la experiencia de los clientes en todos los canales digitales, en tiempo real. Aquí están las seis mejores prácticas que les ayudarán en su camino a convertirse en maestros de desempeño digital:



1. Obtenga visibilidad de las interacciones completas de clientes individuales.

Las experiencias de sus clientes en todas sus interacciones con usted son lo que determinan si están satisfechos o frustrados. Vea las visitas de clientes como una colección de todas las acciones, a través de todos los canales y en el orden en el cual se ejecutan. Como mínimo, mida la primera y la última acción y cuándo el visitante abandonó el sitio o convirtió.

2. Recopile analíticos de desempeño contextual en tiempo real para cada visita.

Con datos en tiempo real a través de todos los canales de clientes, usted puede rápidamente resolver quejas de clientes, conversión de clientes y problemas de tasas de mensajes rebotados. Estos excelentes datos contextuales también le pueden ayudar a predecir problemas, a cuantificar temas y a tomar decisiones informadas acerca de dónde priorizar y enfocarse.

Seis mejores prácticas de las cuales aprender (cont.)

3. Entender el desempeño de aplicaciones a través de la Web, la Web móvil y las apps móviles.

Habilite a sus equipos de negocio a entender y a comparar la experiencia entregada a cada cliente en los canales. Evalúe la experiencia del cliente a través de canales en línea — por geografía, por dispositivo, por navegador y por tipo de conexión — y proporcione visibilidad a los equipos de negocio.

4. Obtenga visibilidad en tiempo real en las contribuciones de terceros a la experiencia del cliente a través de canales y geografías.

Usted depende de terceros para entregar servicios críticos y contenido que conforman su experiencia del cliente general. Usted requiere identificar problemas de terceros y resolverlos rápidamente.

5. Utilice benchmarks para mediciones de desempeño comparativas y basadas en industria.

Los benchmarks proporcionan inteligencia acerca de cómo mejorar su experiencia del cliente. Revise en donde se ubica el desempeño de su sitio web y de su sitio móvil en contra de sus competidores para identificar en qué aspectos usted necesita mejorar. Establezca líneas base de desempeño para evaluar el impacto de las iniciativas de optimización en forma continua.

6. Practique la administración de desempeño de aplicaciones a lo largo del ciclo de vida de su desarrollo.

Agregue capacidades de administración de desempeño al inicio del ciclo de vida de desarrollo de aplicaciones y elimine patrones de problemas comunes anticipadamente. Permita que ingeniería defina sus métricas y que les den seguimiento hasta llegar a producción para obtener retroalimentación en tiempo real de usuarios reales de regreso a ingeniería. Integre la recopilación de métricas en forma automática en su conjunto de herramientas existente para su cadena de entrega.

Capítulo 4

Evaluación: ¿Qué se requiere para ser un maestro?

Evaluación de desempeño: ¿Es usted un maestro?

Usted puede avanzar su estrategia de administración de desempeño para su negocio de eCommerce ahora mismo. Vea honestamente la forma en la cual usted entiende y optimiza en la actualidad el viaje de sus clientes. Dele a su organización un punto por cada área en la cual usted tiene cobertura completa. Al calificar sus capacidades en cada una de estas áreas clave, usted puede determinar los pasos que necesita para convertirse en un maestro de desempeño digital.

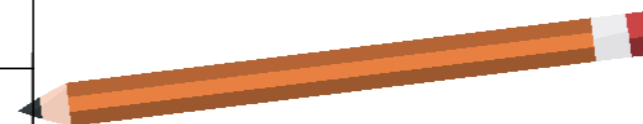
Analíticos de desempeño contextual en tiempo real para calificación de cada visita	
Obtenemos perspectivas basadas en hechos de interacciones de usuarios individuales y de nuestros servicios de terceros en tiempo real.	
Obtenemos perspectivas basadas en hechos de interacciones de usuarios individuales y de nuestros servicios de terceros en tiempo real a través de todos los canales (smartphone, tableta, desktop).	
Podemos identificar patrones y predecir problemas para efectuar ajustes proactivamente.	
Podemos identificar problemas y cuantificar temas para que nos ayude a priorizar aquello que debemos corregir primero.	
Tenemos información en tiempo real que nos ayuda a acelerar la resolución de quejas.	
Tenemos información en tiempo real que nos ayuda a entender los obstáculos para conversiones.	
Tenemos información en tiempo real para ayudarnos a responder a problemas de tasas de mensajes rebotados.	
Utilizamos mapeo de transacciones, vistas en tiempo real de ingresos y de tasas de conversión, tendencias y otros reportes relacionados con KPIs.	
Impacto y oportunidades de negocio con una visión omni canales	
Nuestros equipos de negocio tienen visibilidad y pueden entender la experiencia del usuario final que está siendo entregada a través de nuestra panorámica omni canales (por ejemplo, teléfono, tableta, laptop).	
Tenemos la capacidad de examinar todos los tipos de aplicaciones (nativa, híbrida, web) por geografía, dispositivo, navegador y tipo de conexión.	
Utilizamos los detalles de nuestra perspectiva colectiva de omni canales para aumentar la satisfacción, lealtad e involucramiento con la marca de clientes.	

Visibilidad en tiempo real de los proveedores terceros	
Somos capaces de ver que nuestro proveedor de pagos está teniendo problemas para mantener el SLA definido y tenemos un plan de respaldo.	
Somos capaces de ver que nuestro proveedor de anuncios es demasiado lento y podemos apagar los anuncios o movernos a un proveedor diferente.	
Estamos aprovechando el single sign-on de medios sociales, tenemos visibilidad de las fallas y estamos proporcionándoles a nuestros clientes un respaldo.	
Conocemos cuando nuestros proveedores de servicio se caen debido a demasiado tráfico en nuestros propios sistemas.	
Visibilidad de las visitas de usuario completas y de interacciones de clientes individuales	
Podemos identificar rápidamente obstáculos a conversiones sin importar el canal digital (smartphone, tableta, desktop).	
Podemos medir la calidad de nuestro tráfico en línea y reducir nuestra tasa de mensajes rebotados.	
Tenemos preparados datos de la experiencia de clientes y hemos construido métricas técnicas para observar el viaje de cada usuario.	
Podemos evaluar nuestro viaje de usuario y conocer en donde sintonizar finamente nuestra experiencia de usuario (por ejemplo, servicios de terceros) para aumentar nuestra tasa de conversión.	
Cuando recibimos quejas de clientes, podemos identificar en donde está ocurriendo el problema y expedir nuestras acciones para obtener una resolución completa.	

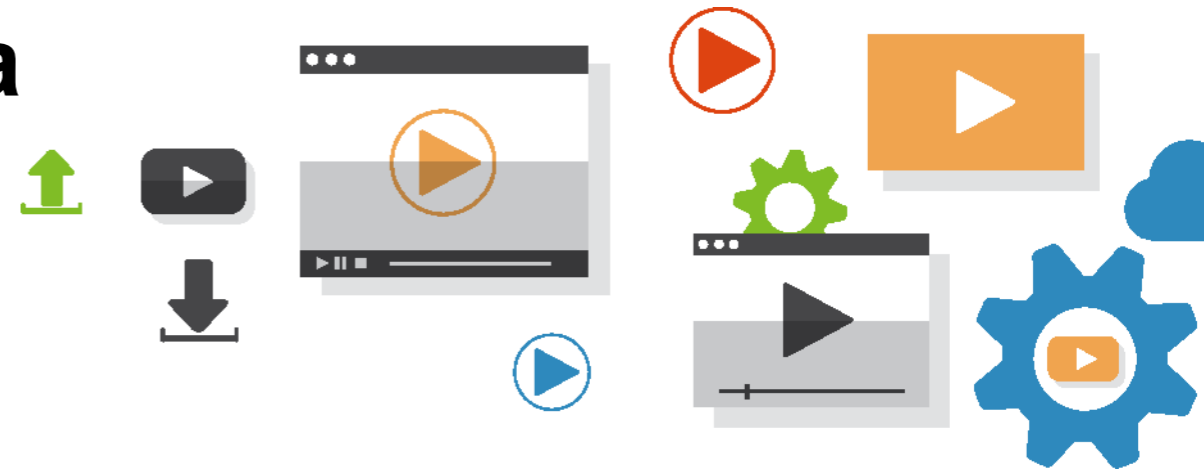
Evaluación de desempeño: ¿Es usted un maestro? (cont.)

Benchmarks competitivos como una fuente para mediciones de desempeño basadas en industria, comparativas para movilidad y sitios web	
Normalmente efectuamos benchmarks de nuestra experiencia de clientes en contra de nuestros competidores para determinar cómo podemos mejorar.	
Tenemos líneas base de desempeño para movilidad y para sitios web y continuamos evaluando el impacto de las iniciativas de optimización en forma continua.	
Procesos para compartir datos (agregados o por usuario / granularidad por interacción) a través de equipos en tiempo real	
Hemos unificado nuestras métricas y sus contextos en formas significativas para cada interesado en nuestro proceso de entrega en línea (negocio y TI).	
Todos los interesados tienen un entendimiento claro de los objetivos.	
Todos los interesados entienden en donde se pueden hacer mejoras.	
La resolución de problemas es rápida debido al intercambio de información y visibilidad en los equipos.	
Corregimos aplicaciones, creamos nuevas características y construimos nuevas aplicaciones digitales en forma más rápida que lo que lo hicimos hace dos años.	
Podemos ver y solucionar problemas antes de que impacten a nuestros usuarios finales.	TOTAL

Calificación	Nivel	Descripción
1 a 9	Novato	Usted tiene una conciencia básica de la experiencia del usuario final, lo cual acelera su capacidad de identificar problemas que impactan a los clientes, a los empleados y a los partners. Usted aún puede estar esforzándose en esta etapa para identificar causas raíz y resolver problemas rápidamente.
10 a 19	Aprendiz	Usted tiene visibilidad de la experiencia del usuario final que se extiende desde los usuarios, a través de la nube, al data center, permitiendo que el desempeño de las aplicaciones Web, no Web y móviles se optimice a través de la cadena completa de entrega de aplicaciones.
20 a 28	Maestro	Usted tiene una administración proactiva del desempeño de aplicaciones que se logra utilizando análisis predictivo e inteligencia colectiva con el objeto de evitar problemas y de optimizar el desempeño en forma continua.



Su tarea



Domine la complejidad y obtenga una ventaja competitiva en el mundo digital de la actualidad. Mientras más visibilidad usted tenga en la experiencia digital de sus clientes, mejor podrá servirlos en formas innovadoras, con experiencias excepcionales en sus momentos y necesidades precisos.

Aquí hay algunas herramientas adicionales que le ayudarán en su camino a convertirse en maestro de desempeño digital.

La Práctica Perfecciona. Ponga las sugerencias en este eBook en acción.

- > Entienda la forma en la cual su sitio web se está desempeñando para usuarios web y móviles
- > Analice el impacto de desempeño del diseño de su sitio web
- > Conozca cómo la velocidad de su movilidad y de su sitio web se compara con lo mejor en su industria

¿Está usted entregando experiencias de usuario excepcionales?

Haga clic aquí para su
**PRUEBA GRATUITA DE DESEMPEÑO
DE MOVILIDAD Y DE SU SITIO WEB**

Reproducciones de Webinars

- > [Attention Holiday Online Businesses: Avoid Cyber Monday's "Too Late" Tuesday](#)
- > [Best of the Web Awards 2015](#)

The blogroll

- > [Creating Evolved Applications for Evolving Customer Experiences](#)
- > [Comparing User Experiences: Web, App & Mobile](#)
- > [Omni-Channel Monitoring in Real Life](#)
- > [The Essential Omni-Channel User Experience Measurement Index](#)

Lecturas Recomendadas

- > [2014 Mobile Holiday Shopping Report](#)
- > [Best of the Web 2015 Report](#)
- > [Nordstrom: Creating a Singular Experience, Online and In-store](#)
- > [The Mobile Mind Shift by Ted Schadler, Josh Bernoff and Julie Ask](#)

Más de Dynatrace

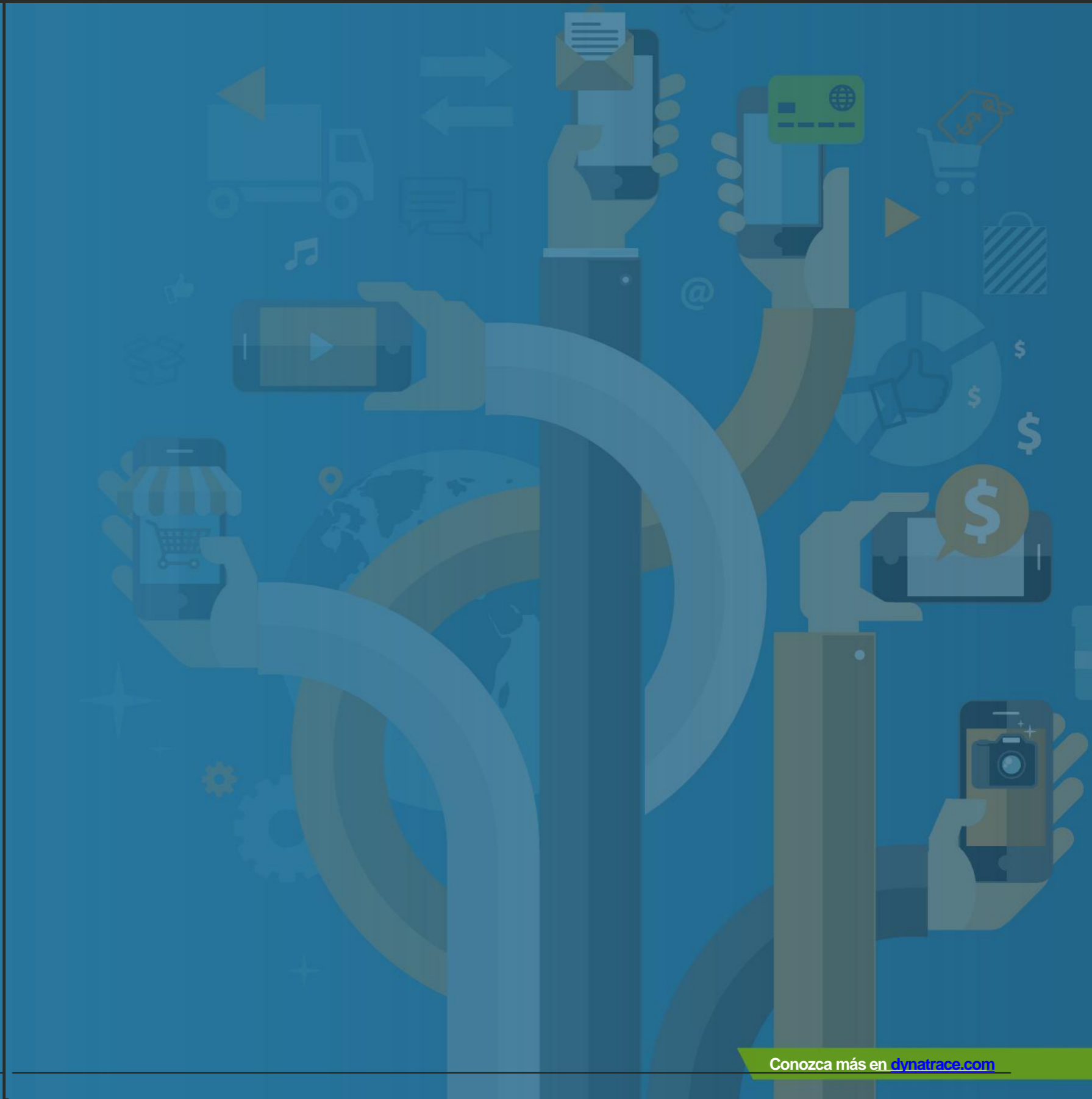
Una arma secreta: Dynatrace Omni-Channel Accelerator

El Dynatrace Omni-Channel Accelerator es un paquete diseñado para optimizar rápidamente las experiencias digitales de sus clientes. Le ayuda a entregar experiencias de clientes de alta calidad y a impulsar máximas conversiones. El servicio reduce los requerimientos para soporte a producción y del tiempo de intervención y proporciona vistas comunes, herramientas y enfoque para los interesados del negocio digital y de operaciones. Es un ganador para todos, otorgándoles visibilidad clara para trabajar hacia los mismos objetivos. Contacte a su representante de ventas de Dynatrace para obtener mayor información.



Referencias

1. [IDC, Always Connected](#), March, 2013.
2. Forrester Research, Customer Experience in the Post PC Era, December, 2014.
3. Forrester Consulting, Good Apps, Bad Apps, December, 2014.
4. Dynatrace Survey, NORAM, December, 2014.
5. Julie Ask, Forrester Research webinar for Dynatrace, ["5 Ways to Drive Conversions with Exceptional User Experience,"](#) March, 2015.
6. Nicholls, hybris presentation at [Shop.Org](#) Summit, ["Conversion Techniques,"](#) 2014.
7. Abramovich, ["15 Mind-Blowing Stats About Mobile Commerce,"](#) [CMO.com](#), March, 2014.
8. Flurry Insights, ["Shopping, Productivity, and Messaging Give Mobile Another Stunning Growth Year,"](#) January, 2015.
9. Forrester Research, Supercharge Analytics with Digital Intelligence, September, 2014.



Conozca más en [dynatrace.com](https://www.dynatrace.com)

Dynatrace es el innovador atrás de la Plataforma de Desempeño Digital más importante de la industria, haciendo que la información en tiempo real del desempeño digital sea visible y que se pueda tomar acción con ésta por todos en el negocio y en TI. Ayudamos a clientes de todos los tamaños a ver sus aplicaciones y canales digitales a través del lente de sus usuarios finales. Más de 7,500 organizaciones utilizan estas perspectivas para superar la complejidad, obtener agilidad operacional y aumentar los ingresos entregando experiencias sorprendentes para los usuarios.

