

Análisis de caso

Vista evoluciona con un enfoque global centrado en el cliente.

Como principal proveedor de servicios de diseño y marketing para pequeñas empresas, Vista decidió revolucionar la experiencia del cliente. Quantum Metric contribuyó a aportar luz sobre las necesidades cambiantes de los clientes y a establecer un nuevo enfoque centrado en el cliente en toda la organización.

Creación de una experiencia de cliente completa.

Para Vista, antes Vistaprint, cada paso de la experiencia del cliente es tan importante como la propia venta. Gracias al autoservicio y a los servicios de diseño asistido que ofrece, la empresa tiene una clientela variada, desde propietarios de pequeños negocios en busca de materiales promocionales hasta familias que quieren crear sus propias felicitaciones.



«Para nosotros, lo importante es ofrecer y facilitar la experiencia creativa», explicó Basti Klapdor, EVP y Chief Data Officer de Vista. «Atendemos a clientes que provienen de distintos entornos y que tienen diferentes objetivos, necesidades y expectativas. Resulta crucial que nos adaptemos a cada uno de ellos».

Vista es una de las principales empresas basadas en análisis de datos digitales del mundo, y Klapdor y su equipo se valen de distintos dominios para ver la experiencia del cliente desde varias perspectivas.

Su objetivo es obtener un conocimiento exhaustivo del recorrido del cliente de un extremo a otro y detectar el efecto de cada momento en el comportamiento del cliente: la publicidad anterior a la compra, la experiencia en el sitio web y el estudio de diseño y, después, una vez que el producto llega a su destino.

El proyecto de cambio de plataforma.

Para comprender el recorrido del cliente de extremo a extremo se requiere un conocimiento integral, así como insights del cliente que garanticen una versión única de la verdad. Vista sabía que en sus análisis web faltaba un nexo entre los típicos datos (tráfico, conversiones, ventas...) y cada experiencia de cliente en sí.



«Teníamos dificultades para evaluar el impacto de cada experiencia sobre el negocio. ¿Cómo afectaba la frustración del cliente a su deseo de continuar el proyecto o de volver a usar nuestros servicios?», apuntó Klapdor. «¿Cómo mejoramos la retención de clientes y nos anticipamos a sus necesidades?».

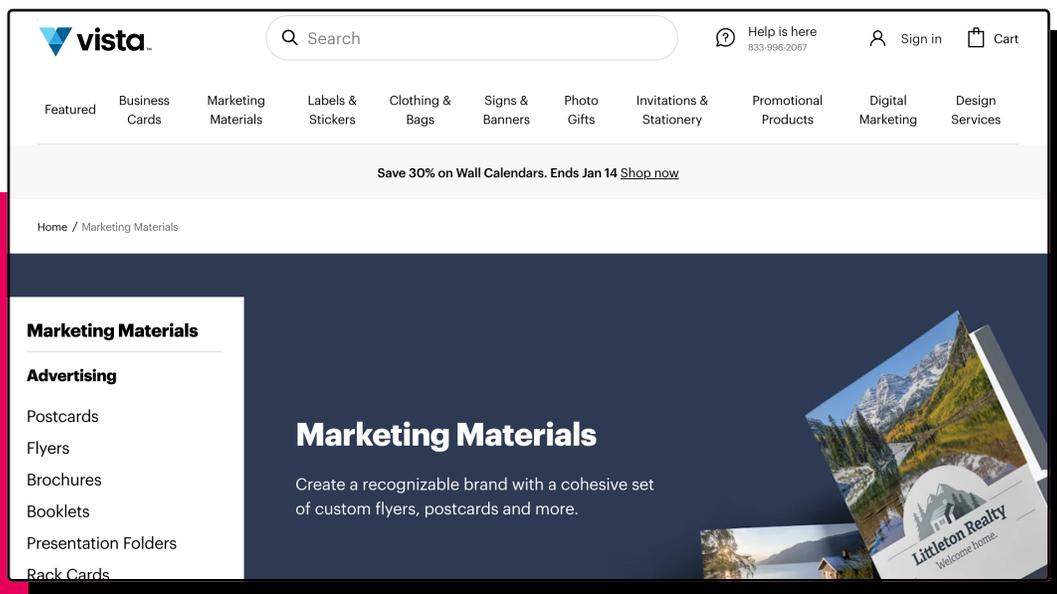
Como parte de su proceso de digitalización continua, Vista lanzó una iniciativa global de cambio de plataforma. Con el objetivo de sacarle el máximo partido, Vista se asoció con Quantum Metric para obtener una visión de la experiencia del cliente que conectara los análisis web con cada experiencia. Gracias a eso, los equipos fueron capaces de conocer las frustraciones de los clientes y empatizar con ellas, además de cuantificar su impacto global.

La reproducción de sesiones de Quantum Metric permitió al equipo de Vista detectar dificultades concretas, incluidas ciertas fricciones derivadas de errores técnicos o de diseño inesperados. Como muchas de las funciones de la plataforma son independientes de la ubicación, Vista pudo resolver fácilmente puntos de fricción a gran escala al lanzar el sitio nuevo en distintas regiones.



«Trabajar con Quantum Metric nos ha permitido ofrecer el mismo nivel de asistencia técnica en todo el mundo, sin importar la composición del equipo en cada región», comenta el director de análisis Drew Forster. «Gracias a eso, hemos podido detectar problemas y realizar cambios a escala global en lugar de tener que invertir tiempo y recursos en cada mercado».

Con la información obtenida en pequeños lanzamientos piloto, la empresa se sentía mejor preparada para implementaciones en mercados más extensos, como Reino Unido y Canadá. Por ejemplo, la cantidad de clientes australianos que citaban estar muy satisfechos se duplicó entre el 4T de 2020 y el 1T de 2021. Esta información también sirve para preparar el cambio de plataforma en Estados Unidos a principios del año que viene, donde se encuentra el mayor volumen de usuarios.



Instauración de una cultura centrada en el cliente que perdure más allá del cambio de plataforma.

Con Quantum Metric, Vista pudo ofrecer a todos los miembros de la empresa acceso a los análisis del sitio, lo que simplificó las conversaciones entre los equipos encargados de gestionar el cambio de plataforma y los demás departamentos.

Según Forster, eso ha contribuido a que los equipos se pongan de acuerdo en cómo medir el impacto y establecer prioridades. Los equipos centran sus decisiones en el cliente y disponen de un lenguaje común.

Ahora, el equipo de análisis de Vista envía informes semanales a toda la empresa sobre la satisfacción del cliente. Estos informes OSAT se contextualizan con la reproducción de sesiones de Quantum Metric, por lo que los equipos empatizan fácilmente con las necesidades del cliente y establecen prioridades.



«Con la herramienta de reproducción de sesiones de Quantum Metric, podemos enlazar los comentarios de las encuestas a sesiones reales para comprobar las dificultades en primera persona», comenta Kathleen Walsh, Product Director de Vista. «Eso ayuda a que los equipos de gestión de producto, diseño de experiencia del usuario e ingeniería colaboren para crear una solución eficaz».

Gracias a la colaboración con Quantum Metric, Vista también pudo establecer nuevos procesos internos que ayudarán a optimizar su oferta en adelante, incluido 99designs by Vista.



«La asistencia que ofrece Quantum Metric en cuanto a formación y puesta en marcha nos ha ayudado a ofrecer acceso a la plataforma a miembros de toda la empresa», explica Hasnene Goulam, Digital Analytic Lead en Vista. «Nuestro objetivo es que la información y el aprendizaje que extraigamos del cambio de plataforma se puedan aplicar a otros ámbitos y nuevas áreas web».