

Cómo Liferay DXP ayuda a las empresas a aumentar la rentabilidad

 Liferay®

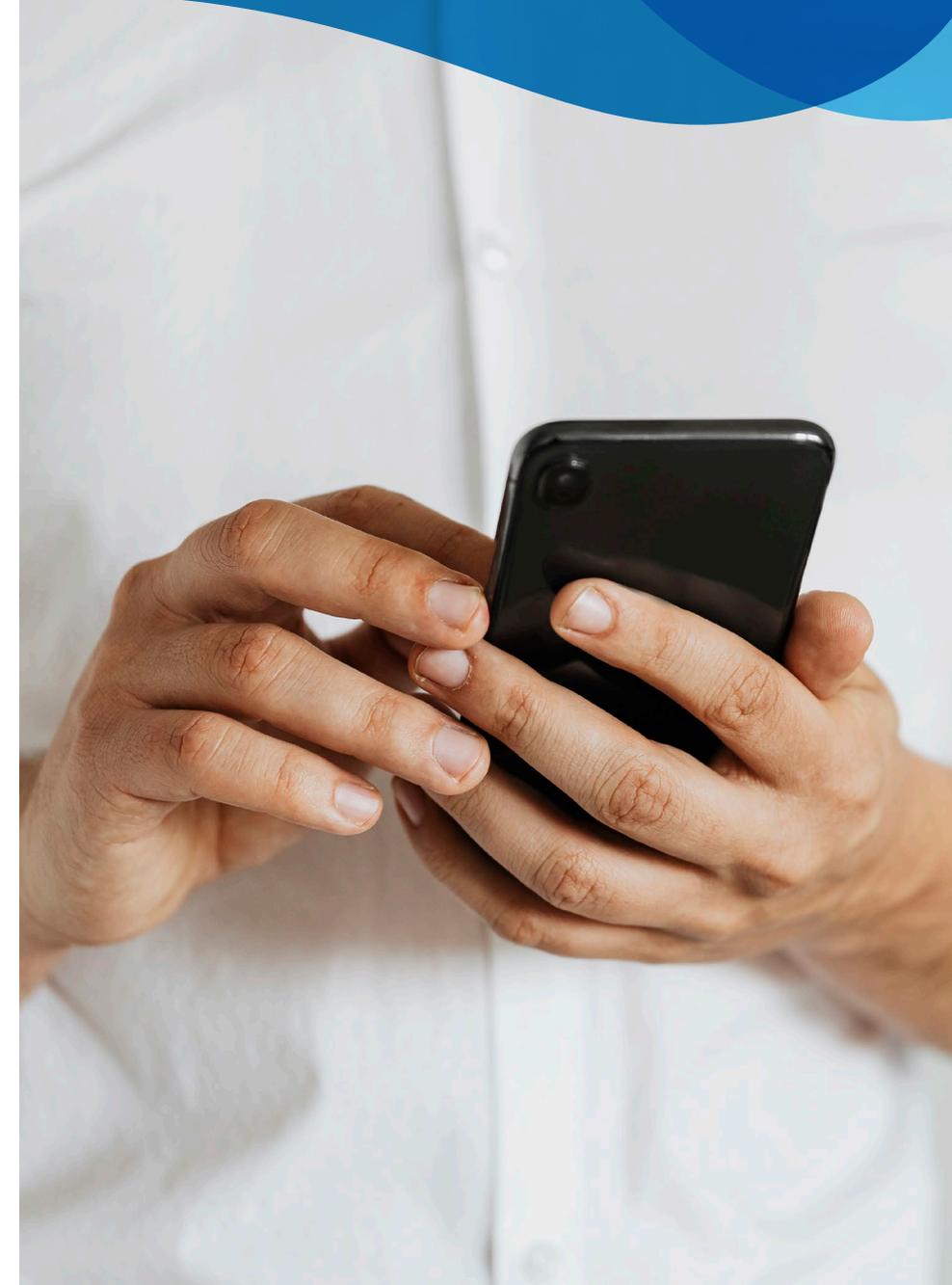


Utilizando Liferay DXP para interactuar con los clientes

En el mercado actual, donde la competencia viene de todas partes, las cadenas de suministro se han visto alteradas y el proceso de compra B2B no ha hecho más que aumentar su complejidad, ¿cómo pueden esperar las empresas que aumenten sus ingresos?

Una de las formas más directas en que las empresas pueden influir en la rentabilidad es interactuando con sus clientes. **Con una plataforma sólida como Liferay DXP, las empresas pueden desarrollar soluciones para conectar e interactuar con sus clientes durante todo su customer journey.**

Exploraremos cómo las empresas pueden utilizar Liferay para transformar sus procesos, experiencias y servicios online, de manera que puedan establecer relaciones más profundas y duraderas con sus clientes para acelerar el crecimiento de los ingresos.





¿Qué relación existe entre un cliente comprometido y la rentabilidad del mismo?

El compromiso se refiere a si los usuarios encuentran valor en un producto y servicio. Los usuarios muy comprometidos interactúan de forma activa con los contenidos, páginas web y recursos de una empresa, y es más probable que compren, vuelvan y compartan sus experiencias.

Pero mantener relaciones profundas y personales con los clientes puede resultar caro y complicado. **Liferay ayuda a las empresas a afrontar este desafío proporcionando las bases para construir experiencias digitales personalizadas que atraigan a los clientes.**

Las empresas pueden utilizar Liferay para crear un portal del cliente que repercuta en la rentabilidad al aumentar el compromiso de los clientes mediante:

- 1 Reducción de los costes de las operaciones internas
- 2 Procesos de compra simplificados
- 3 Experiencias de cliente personalizadas



1

Utiliza Liferay DXP para reducir costes

En lugar de la costosa atención individual al cliente, las empresas **pueden mejorar la eficiencia de su servicio de atención al cliente y reducir el coste del mismo implementando la funcionalidad de autoservicio.**



Las interacciones en tiempo real pueden costar hasta 80-100 veces más que una resolución gestionada al completo a través de autoservicio. Mientras que el coste medio de una interacción B2C es de 7 dólares y el de una interacción B2B supera los 13 dólares, el autoservicio puede reducir el coste del servicio a solo unos céntimos.¹

Con las funciones listas para usar de Liferay, las empresas pueden crear un centro de comunicación unificada para los clientes que les permita acceder de forma segura a la información que necesitan sin necesidad de ponerse en contacto con un agente de atención al cliente.

¹ Cómo puedes convertir el servicio de atención al cliente en un centro de beneficio

Esto significa que los equipos de ventas y de atención al cliente disponen de los recursos y el tiempo necesarios para gestionar otras iniciativas estratégicas gracias a lo que aporta Liferay:



Repositorio nativo de documentos y medios que facilita la búsqueda de contenidos.



Solución de gestión de información de productos que ofrece a las organizaciones un único lugar para recopilar y gestionar la información de los productos en un catálogo.



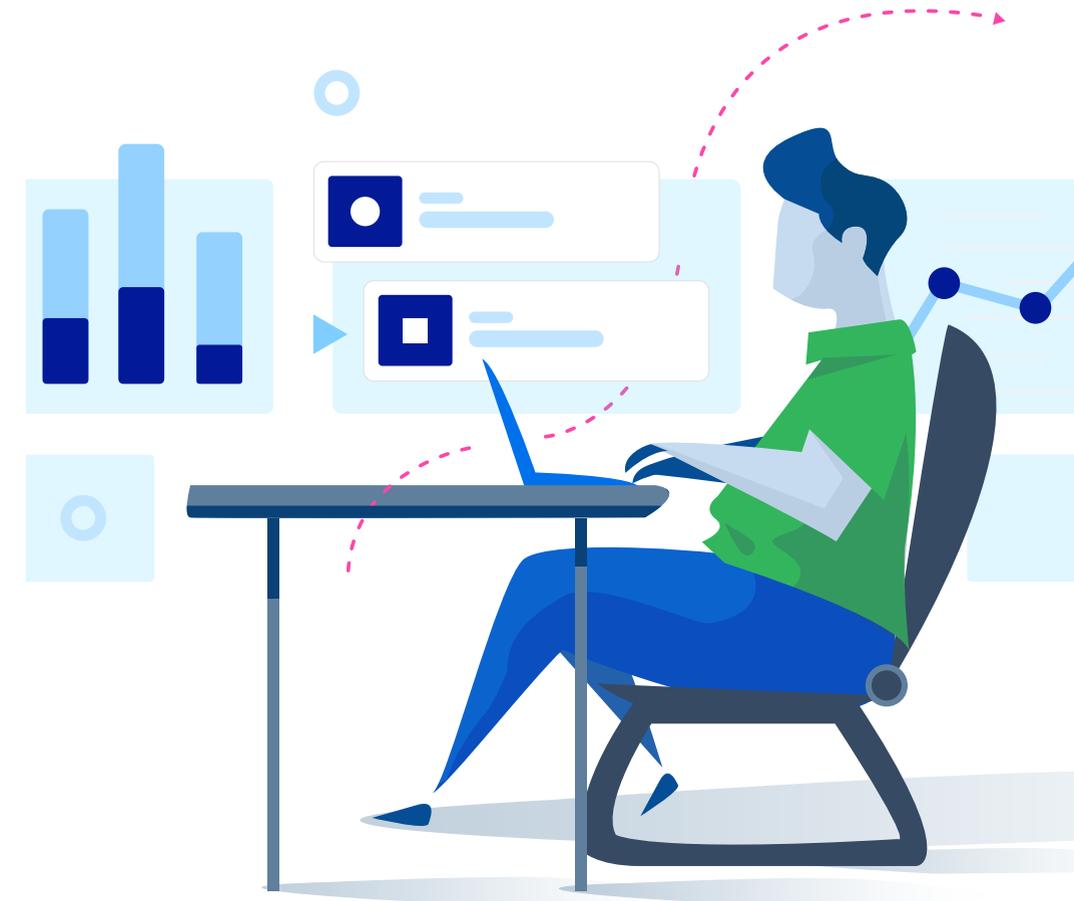
Bases de conocimiento para albergar recursos e información importantes. Crea, revisa y publica bases de conocimiento para que los clientes puedan encontrar fácilmente la información que necesitan.

En última instancia, estas capacidades permiten a los clientes gestionar su propia experiencia, no solo dándoles una mayor sensación de control sobre su propio proceso de compra, sino también aliviando los costes del servicio de atención al cliente.



Encontrar la información adecuada

Un importante fabricante de automóviles aprovecha estas capacidades para mejorar los listados de productos con guías de selección, vídeos de instalación y mucho más. Estas guías proporcionan a los clientes un fácil acceso a la información que necesitan para garantizar la compatibilidad del vehículo.





2 Utiliza Liferay DXP para simplificar los procesos de compra

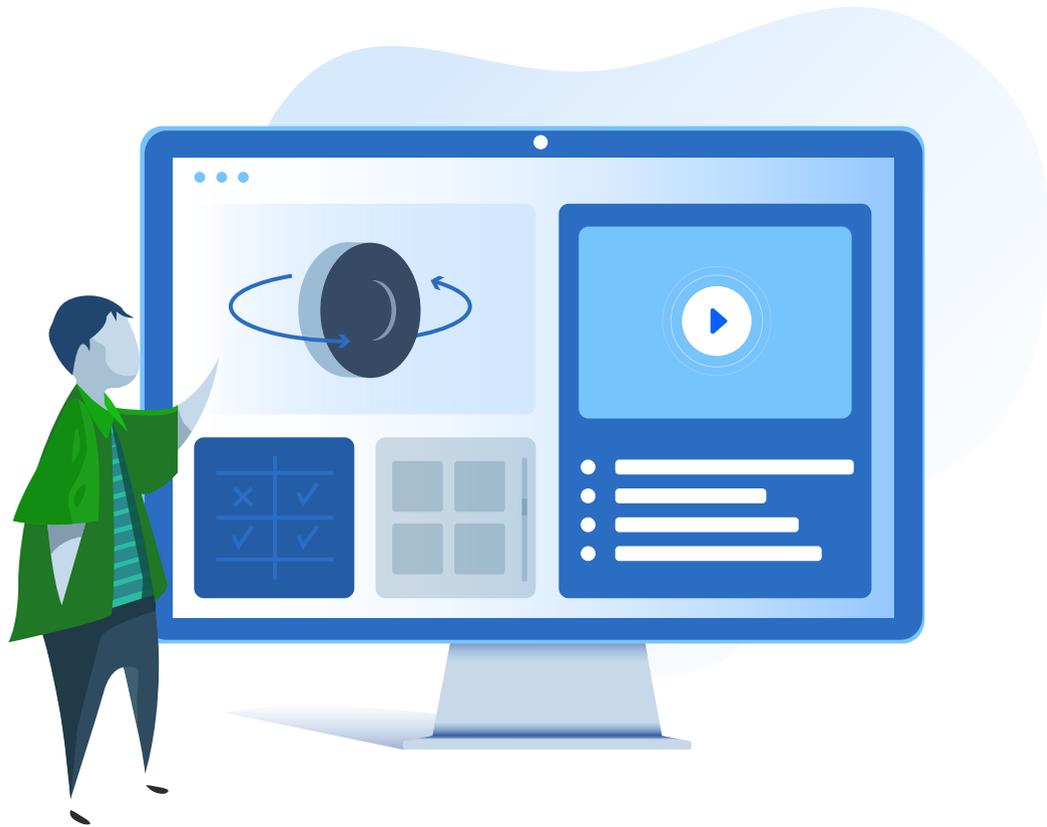
En muchas empresas, las decisiones de compra pueden ser muy difíciles y largas, y a menudo requieren múltiples compradores y flujos de trabajo.



Según Gartner, el 77 % de los compradores B2B afirman que su última compra fue muy compleja o difícil.²

Al ofrecer una experiencia de compra de primera categoría, las empresas pueden facilitar a sus clientes la compra, aumentando así los ingresos y la rentabilidad general. Liferay proporciona las herramientas que permiten a los clientes configurar y gestionar sus propios pedidos. Utiliza Liferay DXP para mejorar la experiencia de compra gracias a:

² Gartner®, El nuevo customer journey B2B y su implicación en las ventas. 2022. GARTNER es una marca registrada y una marca de servicio de Gartner, Inc. y/o sus filiales en EE. UU. y a nivel internacional y se utiliza aquí con permiso. Todos los derechos reservados.



Optimizar los pedidos mediante el autoservicio en lugar de tener que ponerse en contacto con un comercial para hacer un pedido.



Proporcionar información más detallada sobre los productos, como excels, vídeos y manuales, en el mismo sitio en el que se hace la compra para dar a los compradores la confianza que necesitan para realizar las compras correctas.



Personalizar catálogos y precios para una experiencia de compra a medida en base a la cuenta, el rol del comprador y la ubicación.

Al optimizar el proceso, los compradores no solo pueden sentirse seguros de su adquisición, sino que además completan el proceso de forma mucho más rápida y sencilla.



Nunca había sido tan fácil

Aunque Tag tiene unos requisitos complejos y un alcance global, este líder mundial en soluciones integradas de marketing y comunicaciones pudo utilizar Liferay DXP para lanzar el autoservicio de pedidos B2B. Esto ayuda tanto al cliente como a la organización a ahorrar dinero y tiempo.

[Descubre cómo lo lograron aquí >](#)



3 Personaliza las experiencias de los clientes con Liferay

Los compradores B2B quieren poder comprar a proveedores que les faciliten el trabajo y reduzcan el tiempo de búsqueda de productos, y no dudarán en cambiar a un vendedor que sea capaz de hacerlo por ellos.

Pero la personalización B2B es difícil de implementar de forma efectiva. **Según una encuesta reciente, más del 54 % de los profesionales de ventas y marketing creen que la personalización es más difícil de lograr en B2B que en B2C.**³

Los equipos de ventas no disponen del tiempo ni la energía para personalizar cada interacción. Afortunadamente, con Liferay no tienen que hacerlo.

³ Un estudio de Folloze indica que la mayoría de los equipos de marketing y ventas B2B vinculan los esfuerzos de personalización con el impulso del crecimiento a largo plazo

Con las modernas herramientas de interacción digital de Liferay, los vendedores podrán ofrecer experiencias personalizadas que satisfagan las expectativas de los compradores y aumenten el gasto total. Liferay te permitirá crear experiencias y ofertas de compra específicas con:



Capacidades de segmentación para dirigirse a públicos específicos y gestionarlos.



Experiencias para personalizar fácilmente contenidos, páginas web, promociones, productos y otros mensajes para interactuar con los clientes.



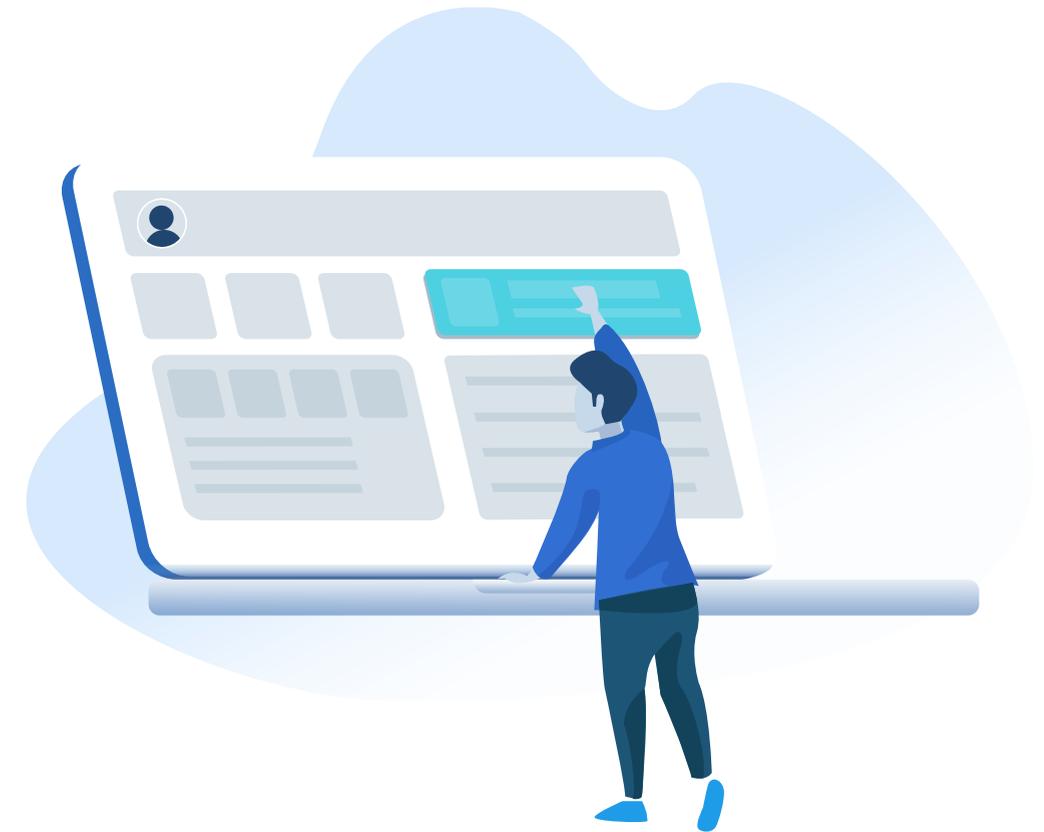
Recomendaciones de IA/ML para promocionar contenidos y productos relevantes basados en el historial de compras y en lo que han visto antes perfiles de usuarios similares.

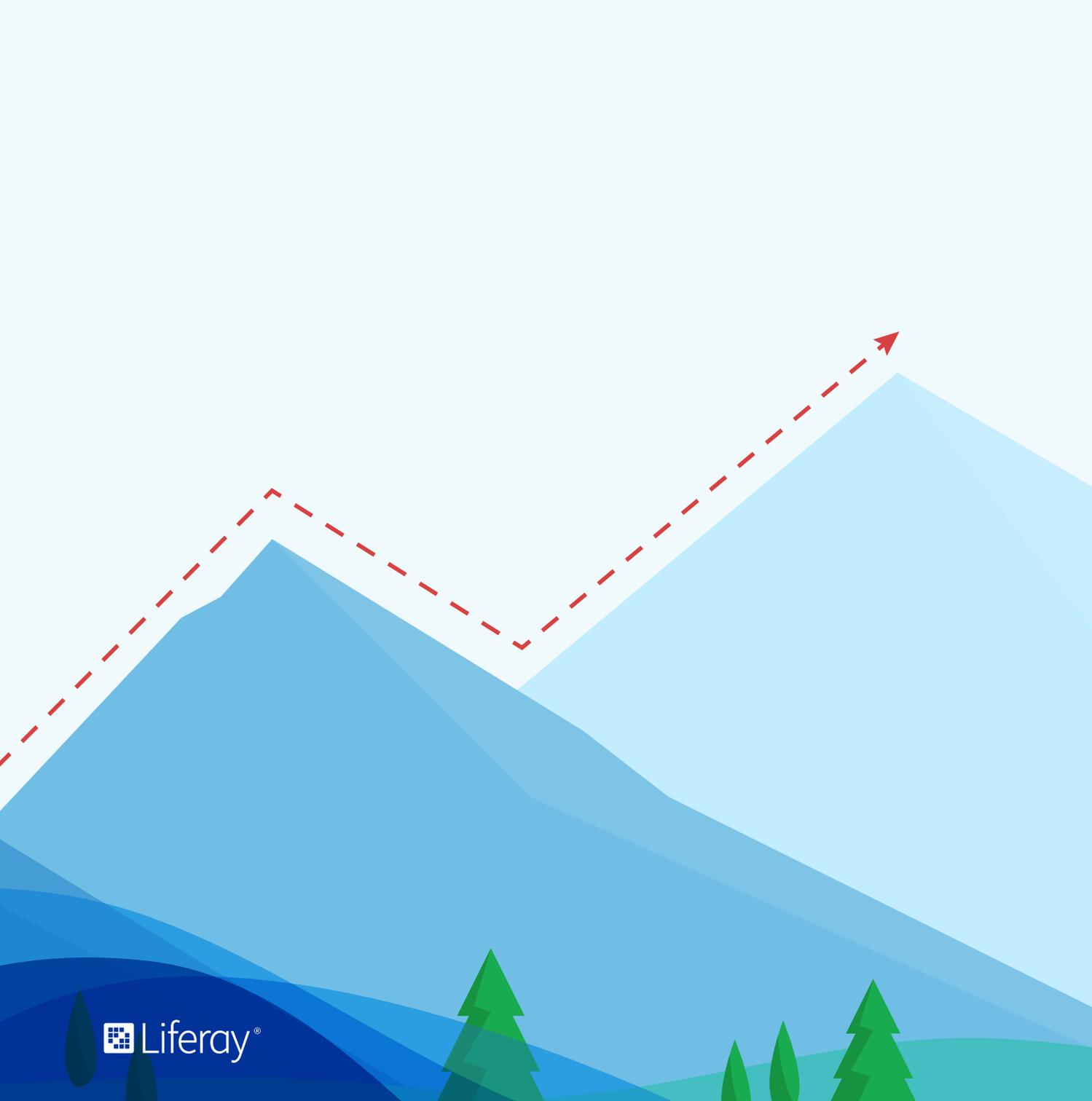


Personalización

La compañía de seguros más antigua de Austria, Merkur Versicherung AG, utiliza Liferay DXP para personalizar el contenido y las páginas web para diferentes grupos objetivo y canales. Dirigirse a información específica es esencial para que empleados, agentes, partners y clientes obtengan los recursos que necesitan.

[Descubre cómo lo hicieron aquí >](#)





Compromiso a lo largo de todo el customer journey

Hay más formas de aumentar la rentabilidad además de aumentar las ventas directas. Utiliza Liferay DXP para influir en la rentabilidad con un atractivo portal de cliente.

[Solicita una demo para ver cómo Liferay puede ayudarte.](#)



Liferay ayuda a las organizaciones a resolver sus desafíos digitales a través de soluciones omnicanales reales como: intranets, portales, commerce y soluciones de integración. Nuestra plataforma es open source, lo que hace posible una mayor fiabilidad, innovación y seguridad. Nuestra empresa intenta dejar una impronta positiva en el mundo, a través del negocio y de la tecnología. Miles de organizaciones del sector financiero, salud, gobierno, asegurador, retail, industria y otros muchos mercados utilizan Liferay. Liferay: Una plataforma. Infinitas Soluciones.

© 2022 Liferay, Inc. Todos los derechos reservados.