

Personalización y segmentación

Ofrece experiencias digitales relevantes y personalizadas a escala con base en las necesidades y preferencias del cliente

Con Liferay DXP, puedes personalizar y optimizar las experiencias digitales a escala para facilitar a tus clientes, socios o empleados la búsqueda rápida de información relevante. Nuestra plataforma de experiencia digital (DXP) te permite captar a diferentes segmentos del público con precisión, genera recomendaciones personalizadas automáticamente y prueba diferentes experiencias digitales más rápido para poder optimizar los recorridos del usuario, aumentar las conversiones y maximizar los resultados.

Beneficios



- Segmenta con precisión a diferentes audiencias con contenido relevante basado en un conjunto común de atributos o comportamientos.



- Interactúa y establece una conexión con los usuarios a nivel personal mediante la personalización sencilla de la experiencia digital que reciben para satisfacer sus necesidades específicas.



- Presenta automáticamente a los usuarios recomendaciones personalizadas basadas en el contenido que visitan.



- Mejora la eficacia de tus experiencias digitales con pruebas que pueden evaluar el comportamiento de los usuarios y determinar qué combinación de mensajes, diseños y llamadas a la acción son más adecuadas para tu audiencia.



Características principales

SEGMENTACIÓN

Con los segmentos, puedes agregar personas con base en atributos y comportamientos que tienen en común. Esto te permite personalizar experiencias digitales para diferentes tipos de usuarios. Por ejemplo, si tienes un segmento para usuarios del sector financiero, podrías utilizar la personalización para garantizar que estos usuarios vean contenido relacionado con inversiones.

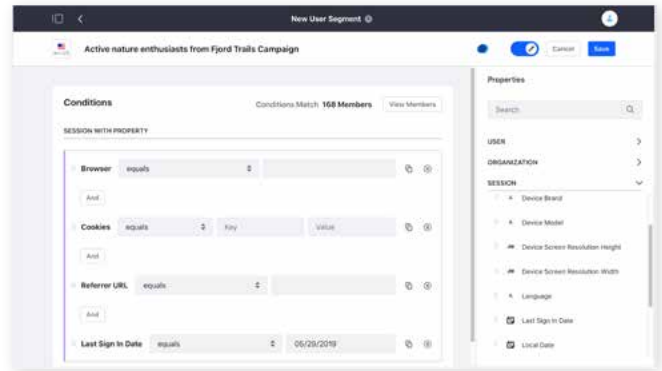
Liferay te permite crear segmentos estáticos y dinámicos:

- Los segmentos dinámicos te permiten agregar automáticamente individuos según los criterios que especifiques.
- Los segmentos estáticos permiten agregar manualmente usuarios individuales.

Para una segmentación precisa, puedes definir tus segmentos con una amplia gama de criterios dentro de Liferay, incluyendo:

- El perfil individual e información de la empresa.
- El comportamiento del sitio, como qué páginas visitan los usuarios.
- La información del navegador y del sistema relacionada con los dispositivos que utiliza tu audiencia para acceder a tu sitio, la ubicación geográfica de la que proceden y las cookies. Esto te permite crear segmentos y personalizar la experiencia para usuarios anónimos.

Puedes ajustar aún más tus segmentos extrayendo datos de otras fuentes, como Salesforce o un archivo CSV.



PERSONALIZACIÓN

Una vez que hayas creado segmentos de usuarios, puedes comenzar a adaptar las experiencias del sitio específicas de un segmento de usuarios. La personalización de páginas de contenido y la personalización de colecciones son dos métodos que puedes usar para ofrecer experiencias de usuario personalizadas para diferentes segmentos de usuarios.

- La personalización de páginas de contenido cambia dinámicamente el diseño y el contenido de la página en función de los criterios del segmento de usuario de quien ve la página. Por ejemplo, si tu sitio es una tienda de mejoras para el hogar y definiste un segmento para los usuarios que visitan tus electrodomésticos de cocina, los usuarios de este segmento pueden ver contenido especial u ofertas relacionadas con electrodomésticos.
- La personalización de colecciones te permite mostrar una colección de contenido para los usuarios que coinciden con un segmento específico. Continuando con el ejemplo de la tienda de mejora del hogar, puedes mostrar segmentos de usuario de “hágalo usted mismo”, que es una colección de artículos relacionados con temas de mejoras para el hogar.

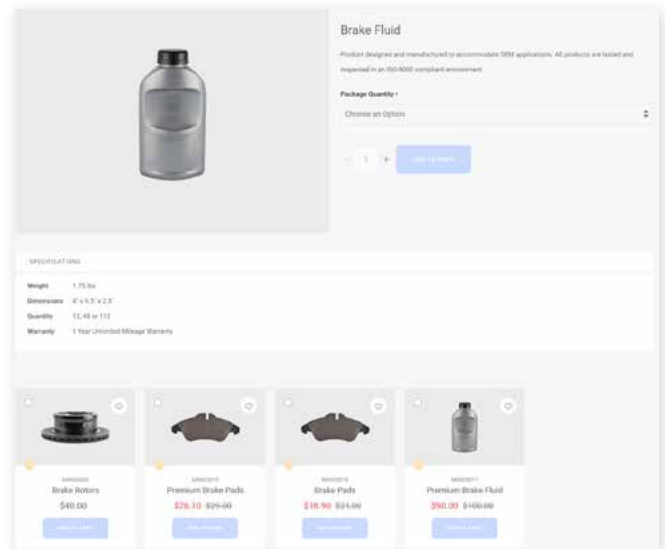
RECOMENDACIONES

Cuando los usuarios visitan tu sitio web, interactúan con tu contenido y muestran diferentes comportamientos según sus intereses. Liferay DXP puede analizar el comportamiento de navegación y mostrar contenido relevante en función de sus intereses. Por ejemplo, cuando un usuario visita tu sitio y muestra interés en un tema en particular, puedes utilizar recomendaciones de contenido para mostrarle automáticamente contenido adicional relacionado con el tema.

Liferay DXP utiliza una serie de criterios para determinar el interés del usuario, incluyendo elementos de contenido, como título, descripción, categorías y etiquetas. Luego puede mostrar una colección dinámica de contenido que coincida con los intereses de tus usuarios. Puedes definir el tipo de elementos incluidos en la colección dinámica, junto con criterios para estos elementos, a fin de garantizar que los usuarios vean las recomendaciones que se ajusten a sus intereses.

Para las tiendas de e-commerce, Liferay también ofrece modelos de machine learning para implementar recomendaciones de productos basadas en:

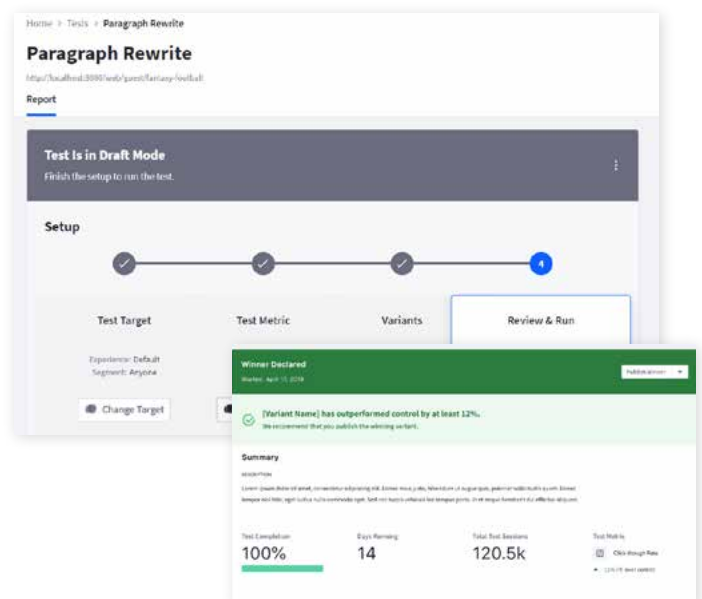
- Productos relacionados, que son complementarios al que está viendo tu cliente.
- “Los clientes que compraron este artículo también compraron” son productos que otros clientes compraron, los cuales se basan en el producto que un cliente está viendo actualmente.
- Compradores similares, que muestra los artículos que también compraron otros clientes similares a los clientes (basándose en el perfil del usuario).



PRUEBAS A/B

Con las pruebas A/B, no tienes que suponer qué versión de tu experiencia digital es la más eficaz. Puedes ejecutar rápidamente varias versiones de tu contenido en tu sitio para probar diferentes diseños, mensajes o elementos de llamada a la acción. Una vez que hayas realizado la prueba, puedes publicar la versión que obtenga los mejores resultados para una métrica determinada, como la tasa de rebote o la proporción de clics.

Las pruebas A/B son una excelente manera de verificar la usabilidad de tus experiencias digitales, la eficacia de contenidos específicos para diferentes segmentos de audiencia y los cambios que puedes hacer en tus campañas de marketing para mejorar los resultados.





Liferay crea un software que ayuda a las empresas a crear experiencias digitales en la web, los dispositivos móviles y conectados. Nuestra plataforma es de código abierto, lo que la hace más confiable, innovadora y segura. Intentamos dejar una huella positiva en el mundo a través de los negocios y la tecnología. Cientos de organizaciones de servicios financieros, atención médica, gobierno, seguros, empresas minoristas, de fabricación y muchos otros sectores utilizan Liferay. Visítanos en liferay.com.