

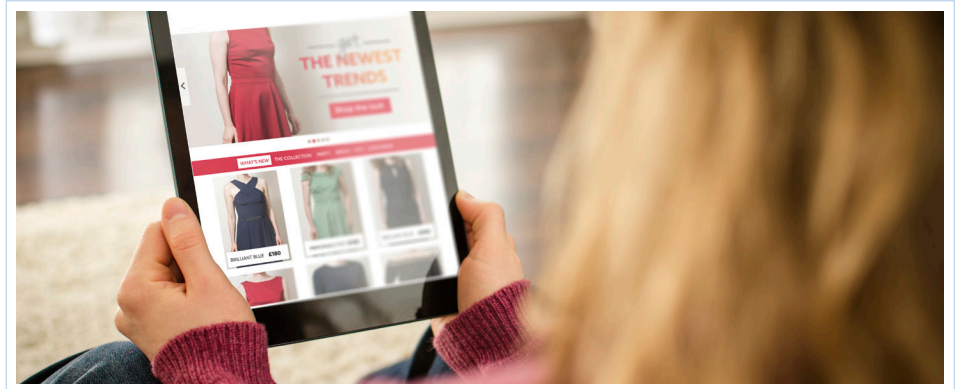
 **SHOPRUNNER**

ShopRunner confía en NetAcuity Pulse Plus de Digital Element para mejorar la experiencia de compra de sus miembros

Escenario

Las compras por Internet son ya algo habitual en nuestras vidas. Los consumidores cuentan ahora con más opciones de compra que nunca y están pendientes de las marcas que ofrecen un servicio excelente. Con una competencia cada vez más agresiva, los minoristas necesitan ir más allá del simple suministro de acceso a través de Internet: tienen que anticiparse a lo que los compradores buscan y ofrecer a la vez una experiencia de compra atractiva y sencilla para triunfar en el panorama actual, abarrotado de oferta. Como resultado, las compañías más emprendedoras, como ShopRunner, se han instalado en el comercio electrónico de forma innovadora y atractiva.

ShopRunner es un servicio exclusivo de suscripción que sugiere las mejores marcas y minoristas a los compradores más exigentes en Internet. Los beneficios exclusivos de miembro y el marketing orientado a datos de ShopRunner ayudan a los socios minoristas a ganarse clientes de alto valor a la vez que aumentan la frecuencia de compra y el gasto de los clientes actuales mediante contenido relevante. ShopRunner ofrece a los minoristas sólidas herramientas con las funciones que los consumidores demandan, como un proceso de compra sencillo, recomendaciones basadas en la ubicación o en compras anteriores, devoluciones gratuitas o envío rápido, entre otras.



Para mantener el liderazgo en el sector minorista es preciso aprovechar la ciencia de datos de manera efectiva con el fin de personalizar aún más la experiencia de compra y hacer que los clientes vuelvan. Según Ali Vanderveld, director de ciencia de datos de ShopRunner, es mucho más fácil de lo que pensamos utilizar la ciencia de datos de manera incorrecta en el ámbito del comercio electrónico. Basta una mala experiencia para que los consumidores busquen rápidamente una marca de la competencia.

“La moda es uno de los sectores en el que las tendencias del mercado varían mucho según la ubicación geográfica”, comentó Vanderveld. “Lo que puede ser tendencia en Chicago en el mes de mayo es muy diferente a lo que se lleva en Miami en esa misma época. Nuestros minoristas demandan que tengamos la habilidad de descifrar los datos sobre tendencias de forma precisa para permitirles establecer filtros en función de atributos. Así, podrán

mejorar la experiencia de compra a través de recomendaciones en las zonas específicas de los compradores”.

ShopRunner depende de la identificación y el uso correctos de las ubicaciones de los compradores; por ello, decidió incorporar la solución NetAcuity® de Digital Element.

Solución

Desde marzo de 2018, ShopRunner ha confiado en la solución NetAcuity Pulse Plus de Digital Element, que combina datos derivados de dispositivos con datos de geocodificación inversa para determinar de manera no invasiva las ubicaciones geográficas de los miembros y proporcionar esa información a sus socios minoristas. NetAcuity Pulse Plus es la solución de localización por IP más sólida del sector, pues aprovecha los datos de los dispositivos para aumentar exponencialmente el tráfico de las direcciones IP vistas. Esto se traduce en una mayor cobertura y precisión en las respuestas de ubicación, así

 **SHOPRUNNER**

como en la posibilidad de devolver la ubicación en el nivel de código postal y los cuatro dígitos siguientes en Estados Unidos.

“A veces, tenemos muy poca información sobre los compradores, pero la ubicación nos da un punto de partida para ayudar a nuestros socios minoristas a proporcionar un servicio de calidad en Internet a sus clientes”, dijo Michelangelo D’Agostino, vicepresidente de ingeniería y ciencia de datos de ShopRunner. “Como esto requiere unos datos extremadamente precisos, necesitábamos un proveedor de geolocalización por IP que pudiera garantizar unos datos fiables y fáciles de usar”.

Según D’Agostino, evaluaron a Digital Element y a otros tres proveedores. Para ello, el equipo de ciencia de datos comparó muestras de direcciones IP con los datos de navegación en la Web. Además de contar con los datos de geolocalización por IP más precisos, Digital Element ofrecía la “forma más sencilla de trabajar” y un precio “muy atractivo”.

“Desde el principio, el equipo de Digital Element colaboró estrechamente con nosotros, y mostró un verdadero interés en saber cómo teníamos pensado o queríamos usar los datos de geolocalización”, afirmó D’Agostino. “Si bien reconocimos la fiabilidad de los datos IP de inmediato, también sabíamos que la integración en nuestros sistemas era fundamental para que todo saliera bien. Digital Element nos ofreció varias opciones para acometer esta tarea con el fin de que pudiéramos migrar fácilmente los datos de un sistema a otro. La integración ha sido prácticamente automática, por lo que nuestro equipo ha podido centrarse en otras tareas en vez de en solucionar problemas”.

Éxito

El uso de los datos de NetAcuity Pulse Plus de Digital Element permite a ShopRunner ayudar a sus minoristas a determinar las tendencias de compra en ubicaciones más precisas. De esta forma, pueden adaptar y presentar productos a los consumidores al instante, ya sea en su sitio web o en una aplicación móvil.

“Actualmente, estamos usando los datos de tendencias para fomentar la innovación de los productos y localizar mejor a los usuarios con los datos de latitud y longitud en áreas metropolitanas grandes”, dijo Vanderveld. “Como las compras por Internet siguen superando a las de las tiendas físicas, nos estamos centrando en aprovechar los datos enriquecidos de geolocalización por IP para poner en marcha un servicio de entrega en el mismo día, realizar previsiones de demanda por ubicación y usar el comportamiento de navegación de la geolocalización para mejorar aún más la experiencia de compra”.

ShopRunner cree firmemente que la precisión de sus datos de geolocalización ayudará a los socios minoristas a seguir abriéndose camino en el ultra competitivo mercado digital actual.

DATOS



La moda es uno de los sectores en el que las tendencias del mercado varían mucho según la ubicación geográfica.



“Desde el principio, el equipo de Digital Element colaboró estrechamente con nosotros, y mostró un verdadero interés en saber cómo teníamos pensado o queríamos usar los datos de geolocalización”

- Michelangelo D’Agostino, vicepresidente de ingeniería y ciencia de datos de ShopRunner