

Gestión de contenido y comercio electrónico: un sitio web interactivo 2 en 1 para agricultores

Gracias al contenido personalizado y un espacio de comercio electrónico fácil de usar, Terres Inovia está modernizando su imagen y cambiando su enfoque hacia los usuarios finales.

Resumen

Terres Inovia es un instituto de investigación francés que trabaja como interfaz entre investigadores, diversos actores económicos y productores. En 2017, eligió a Liferay para el rediseño total de su sitio web público y portal de clientes para adaptarse a las nuevas necesidades de los agricultores. El instituto también buscaba agregar funciones de comercio electrónico para promover sus productos y servicios.

terresinovia.fr

En Breve

INDUSTRIA:

Agricultura, agronomía

PAÍS/REGIÓN:

Francia

CASO DE USO:

Sitio Web, Portal de Cliente,
Espacio de Ecommerce

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES:

Gestión de contenido,
administración de roles y permisos,
diseño receptivo, navegación por
catálogo, carrito de compras



Gracias a las capacidades de gestión de perfil de Liferay, nuestros usuarios disfrutaron de contenido personalizado y pueden acceder a información específica sobre sus cultivos en tiempo real. Además, el espacio de comercio electrónico nos permite mostrar nuestros productos y servicios.

Claire Mandard, Editorial Project Manager, Terres Inovia

Desafíos

- Adaptarse a las nuevas aplicaciones de los agricultores ofreciendo un sitio web más claro, intuitivo y receptivo
- Brindar contenido y consejos personalizados en tiempo real en función del perfil del usuario
- Promocionar productos y servicios a través de un espacio de comercio electrónico

Resultados



NAVEGACIÓN SIMPLIFICADA

Acceso fácil a noticias y servicios en línea



ESPACIO DE ECOMMERCE

Navegación por catálogo, y compra de productos y servicios, todo en línea



CONTENIDO PERSONALIZADO

En tiempo real y según perfil de usuario



MAYOR TRÁFICO WEB

El doble de visitas a la página web en un año

Poniendo al Usuario Primero

Como instituto de investigación aplicada, Terres Inovia se comunica y trabaja regularmente con agricultores, técnicos y científicos para mejorar la competitividad de las semillas oleaginosas, las proteaginosas y el cáñamo en Francia. Después de luchar con un sitio existente que no permitía una comunicación abierta con las partes interesadas, Terres Inovia buscaba acercar sus soluciones digitales a las necesidades reales de los agricultores (contenido personalizado, herramientas de toma de decisiones, monitoreo de cultivos en tiempo real, etc.).

Además de la falta de canales de comunicación eficientes, el sitio anterior no podía recopilar datos sobre los usuarios, tenía problemas para actualizar el contenido, y contenía páginas sobrecargadas de información. Por eso, el instituto quiso rediseñar su sitio web para centrarse en la experiencia de sus usuarios finales, brindándoles contenido personalizado y asesoramiento en tiempo real sobre el seguimiento de sus cultivos, así como el trabajo que realiza el instituto.

Debido a sus características abundantes, flexibles y precisas de capacidades de gestión de roles, se eligió Liferay DXP para respaldar las iniciativas de experiencia del cliente de Terres Inovia. Además, Liferay Commerce ofreció las funciones necesarias para crear una experiencia de compra fácil de usar. Su integración nativa con Liferay DXP proporcionó una solución unificada de administración de contenido y comercio electrónico para una experiencia digital perfecta y un tiempo de comercialización rápido.

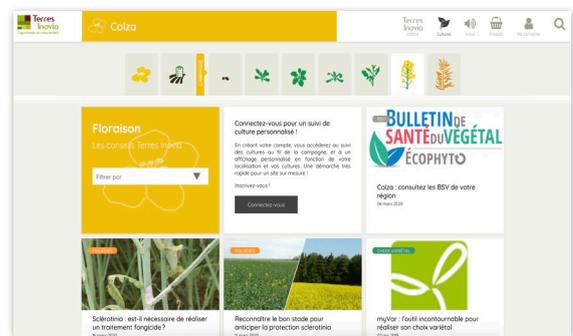
Construyendo una Solución Juntos

Utilizando un enfoque Lean Startup, Terres Inovia llevó a cabo este proyecto de rediseño en colaboración con 15 agricultores. Desde la identificación de necesidades hasta la definición del alcance a través de las fases de prueba, corrección y ajuste, cada paso del proyecto fue validado con futuros usuarios. Esto fortaleció las relaciones con los clientes y aseguró la coherencia entre las expectativas del usuario y la versión finalizada del nuevo sitio.

Entrega de Contenido Personalizado

Ahora, la nueva página de inicio ofrece acceso directo a la información. La sección institucional es más completa y facilita el conocimiento del instituto, sus novedades y su trabajo. Sin duda, la navegación simplificada contribuyó a mejorar la tasa de rebote del sitio, que se redujo a la mitad en solo un año.

Gracias al espacio de "Mi cuenta", los agricultores ahora tienen un tablero que muestra contenido personalizado, específico para su tipo de cultivo, actualizado en tiempo real según la etapa de cultivo y la ubicación del agricultor. Todo esto se presenta en un sitio gráficamente moderno al que se puede acceder a través de un teléfono móvil o tablet.



Con 8.000 usuarios conectados, más de 256.000 visitantes y 2.000.000 de visualizaciones durante un período de un año (frente a 1.037.000 del año pasado), el nuevo sitio ha mostrado un claro crecimiento en términos de tráfico. El instituto también ha visto un aumento en los contactos con los clientes, lo que ha generado más solicitudes de cotizaciones.

Una experiencia de compra fácil de usar

Gracias a Liferay Commerce, Terres Inovia ha podido desarrollar fácilmente un catálogo de sus productos y servicios. Un sistema de filtro permite a los usuarios clasificarlos por tipo de herramienta, publicación, curso de capacitación o servicio. Además, se agregó un módulo de pago Mercanet para facilitar las transacciones en línea. Esto respalda la estrategia del instituto de modernizar su imagen y aumentar sus ingresos.

Para obtener más información, comuníquese con sales-latam@liferay.com.