

# Gerenciamento de conteúdo e E-commerce: Um site 2 em 1, interativo para agricultores.

Graças ao conteúdo personalizado e a um espaço e-commerce de fácil utilização, Terres Inovia está modernizando sua imagem e mudando seu foco para os usuários finais.

## Resumo

Terres Inovia é um instituto francês de pesquisa, funcionando como a interface entre pesquisadores, entidades econômicas, e produtores. Em 2017, escolheu a Liferay para o redesenho total de seu site público e portal do cliente para se adaptar às novas necessidades dos agricultores. O instituto também foi procurando adicionar recursos de e-commerce para promover seus produtos e Serviços.

[terresinovia.fr](http://terresinovia.fr)

## In Brief

### VERTICAL:

Agricultura, Agronomia

### PAÍS:

França

### CASO DE USO:

Website, portal de cliente, e-commerce

### PRINCIPAIS FUNCIONALIDADES:

gerenciamento de conteúdo, gerenciamento de funções e permissões, design responsivo, navegação no catálogo, carrinho de compras



**Graças a capacidade de gerenciamento de perfil da Liferay, nossos membros desfrutam de conteúdo personalizado e podem acessar informações específicas das suas safras e colheitas em tempo real. Além disso, o espaço de e-commerce nos permite mostrar nossos produtos e serviços.**

Claire Mandard, Gerente de Projeto Editorial, Terres Inovia

## Desafios

- Adaptar-se aos novos hábitos dos agricultores, oferecendo uma visão mais clara, site mais intuitivo e responsivo
- Fornecer conteúdo personalizado e sugestões em tempo real com base no perfil do usuário
- Promover produtos e serviços por meio de um espaço de e-commerce

## Resultados



### NAVEGAÇÃO RÁPIDA

Acesso simplificado para notícias e serviços online



### E-COMMERCE SPACE

Navegação no catálogo online e compra de produtos e serviços



### CONTEÚDO PERSONALIZADO

Em tempo real e de acordo com o perfil do usuário



### AUMENTO DO TRÁFEGO WEB

em 2x a quantidade de visualizações de página em um ano

## Colocando o usuário em primeiro lugar

Como um instituto de pesquisa aplicada, Terres Inovia comunica-se e trabalha regularmente com os agricultores, técnicos e cientistas para melhorar a competitividade de sementes oleaginosas, proteaginosas e cânhamo na França. Depois de lutar com um site existente que não se comunicava com os stakeholders, Terres Inovia estava tentando tornar suas soluções digitais mais próximas das reais necessidades dos agricultores (conteúdo personalizado, ferramentas de tomada de decisão, monitoramento de safra em tempo real, etc.).

Além da falta de comunicação eficiente, o site antigo não era capaz de coletar dados sobre os usuários, ou seja, tiveram desafios para atualizar o conteúdo sem histórico. Diante disso, o instituto queria redesenhar seu site para se concentrar na experiência de seus usuários finais, fornecendo-lhes conteúdo personalizado e acompanhamento em tempo real sobre o monitoramento das colheitas, bem como o trabalho desenvolvido pelo instituto.

Devido a seus ricos recursos, flexibilidade e uma precisa capacidades de gestão, o Liferay DXP foi escolhido para apoiar a experiência do cliente de Terres Inovia iniciativas. Além disso, o Liferay Commerce ofereceu os recursos necessários para criar um ambiente amigável de experiência de compra. Sua integração nativa com o Liferay DXP permitiu um gerenciamento de conteúdo unificado para uma solução digital perfeita e rápido time-to-market.

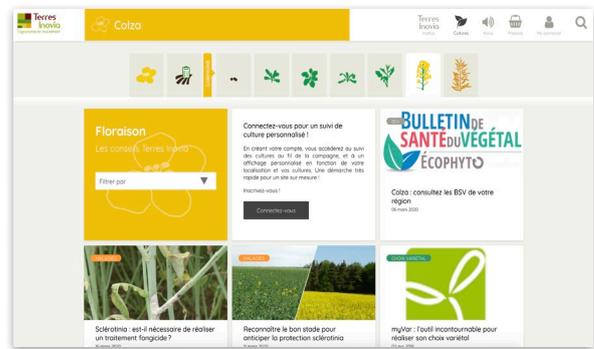
## Construindo uma solução juntos

Usando uma abordagem Lean Startup, Terres Inovia realizou este projeto de reformulação em colaboração com 15 agricultores. Desde a identificação das necessidades até a definição do escopo por meio do teste, fases de correção e ajuste, cada etapa do projeto foi validada com os futuros usuários. Isso fortaleceu as relações com os clientes e garantiu a consistência entre as expectativas do usuário e a versão final do novo site.

## Entrega de conteúdo personalizado

A nova página inicial agora oferece acesso direto às informações. A seção institucional é mais abrangente e facilita o conhecimento do instituto, suas novidades e trabalhos. A navegação simplificada sem dúvida contribuiu para diminuir a taxa de rejeição do site (bounce rate), que foi cortada pela metade em apenas um ano.

Graças ao espaço “Minha conta”, o agricultor passou a ter um painel com conteúdo personalizado, específico para o seu tipo de cultura, atualizado em tempo real de acordo com o estágio de cultivo e a localização do agricultor. Tudo isso em um site moderno graficamente que pode ser acessado pelo celular ou tablet.



Com 8.000 usuários conectados, mais de 256.000 visitantes e 2.000.000 visualizações de página em um ano período (contra 1.037.000 no ano passado), o novo site tem mostrado um claro crescimento em termos de tráfego. O instituto também viu um aumento no número de clientes contatos, levando a mais pedidos de orçamentos.

## Uma Experiência de compra amigável

Graças ao Liferay Commerce, Terres Inovia foi capaz de desenvolver facilmente um catálogo de seus produtos e serviços. Um sistema de filtro permite aos usuários classificá-los por tipo de ferramenta, publicação, curso de treinamento, ou serviço. Além disso, um pagamento Mercanet foi adicionado para facilitar as transações online. Isso apoiará a estratégia do instituto visando modernizar sua imagem e aumentar seu faturamento.

Para obter mais informações, entre em contato com [sales-latam@liferay.com](mailto:sales-latam@liferay.com).