



## WÜRTH

El 7 de septiembre de 1977 el Prof. Dr. h.c. mult. Reinhold Würth y el Sr. D. José Carlos Viana constituyeron la empresa Würth Tornillos de España S.A. En la actualidad, Würth España S.A., cuyo Consejo de Administración preside Bettina Würth, hija del fundador, está presente en todo el territorio español, comercializando todo lo que sirva para fijar, unir, pegar y montar.

En España, más de 264.000 clientes profesionales confían en el servicio y la calidad de las referencias de los artículos del catálogo exclusivo de la marca Würth. Gracias al sistema logístico se asegura que, en cualquier punto de la geografía española, el 98 por ciento de los pedidos sean servidos entre 24 y 48 horas.

## INDUSTRIA

Utillaje

## PRODUCTOS UTILIZADOS

Chat

Call

Video

Facebook



Würth ofrece la mejor experiencia de cliente a sus visitantes online estando donde éstos le necesitan, en el momento adecuado

92%

tasa de satisfacción global

30%

aumento de la cesta media entre el Q4 de 2017 y el Q1 de 2018

56 SEG

tiempo medio de respuesta

Würth España utiliza la plataforma de iAdvize desde 2016. Ésta le permite hacer frente al reto de la ubicuidad proponiendo la mejor experiencia a sus visitantes online: la marca está disponible para sus clientes donde le necesitan, cuando le necesitan.

¿El perfil del visitante online de Würth? Clientes que necesitan ayuda online

Los visitantes online del website de Würth España son clientes profesionales con taller. No son nativos de internet y normalmente suelen necesitar ayuda. Por ello, Würth quería ofrecerles la mejor experiencia de cliente, estar donde les necesitan, en el momento adecuado.

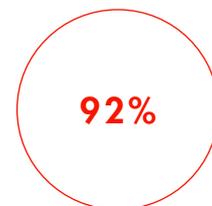
De esta manera, el equipo de atención al cliente de Würth está especializado en el producto y en la empresa. Es un equipo con experiencia que conoce las necesidades de los clientes. Un aspecto importante porque la mayoría de las solicitudes están enfocadas en el producto y en fase de preventa.

## Una experiencia personal que permite encontrar una solución para ayudar a sus clientes

Würth decidió implementar una plataforma de marketing conversacional para adaptarse a los usos de sus clientes online y darles el mejor customer experience. Xavier Masats comparte su visión, que nace desde una experiencia personal "mi hijo y sus amigos están siempre conectados. Me di cuenta de la importancia que tienen en su día a día las aplicaciones de messaging, incluso para mí a la hora de comunicarme con él en algunas situaciones. Entonces, como marca, y viendo los usos de las nuevas generaciones, es un reto el estar ahí donde nuestros clientes están presentes."



cesta media tras asistencia por messaging



tasa de satisfacción global

"LA PLATAFORMA DE IADVIZE NOS PERMITE TRATAR LAS SOLICITUDES DE NUESTROS CLIENTES DE FORMA PERSONALIZADA Y DISPONER DE LOS DIFERENTES CANALES EN UNA MISMA PLATAFORMA, TODO ESTÁ INTEGRADO."

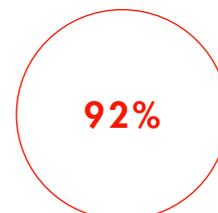
**Xavier Masats**  
CIO de Würth España

## Una plataforma de marketing conversacional para captar las conversaciones con mayor valor añadido

iAdvize ha implementado para una estrategia de scoring para crear engagement con los visitantes con mayor valor añadido. Las acciones realizadas en el site (página vista, añadir producto a cesta de compra, consulta de condiciones...) y el contexto del visitante reflejan si el visitante necesita una asistencia en tiempo real. La segmentación se realiza con criterios predictivos de comportamiento que se cruzan, como la probabilidad de que un visitante abandone su compra o que la finalice tras haber sido contactado. Se trata de un engagement proactivo para ponerlo en relación de forma instantánea con un experto. Gracias a esta segmentación optimizada, Würth ha aumentado sus ventas online de un 117% entre el último trimestre de 2017 y los primeros meses de 2018 proponiendo a sus visitantes online un contacto por messaging y el 23% con sus contactos por Call.



cesta media tras asistencia por messaging



tasa de satisfacción global

Xavier Masats, CIO de WÜRTH España, destaca de la plataforma sus múltiples funcionalidades, como la de mirroring, gracias a la que puedes comprender la situación y el contexto del visitante viendo la página en la que está y las acciones que realiza. Además, destaca el cobrowsing, que permite tomar la navegación del visitante. Por otro lado, la inteligencia artificial está presente en las Smart answers que facilitan el trabajo de los operadores y ayudan a optimizar el tiempo medio de operación.

Los informes son otro punto que destacar, ya que todo se puede medir, desde la tasa de conversión y satisfacción, hasta la reactividad de los operadores.

«Para nosotros iAdvize es un partner, más que un proveedor. Un proveedor sólo nos aporta producto. Un partner, nos aporta valor añadido. Nos habéis ayudado a mejorar la atención al cliente a través de vuestras best practices y hemos arrancado el proyecto en un tiempo récord. Como herramienta, nos habéis ayudado a detectar las necesidades de nuestros clientes, a evitar las oportunidades