

GENERA EXCELENCIA EMPRESARIAL



Sumario

GENERA

PV HARDWARE3

JUAN PEDRO ALONSO

DIRECTOR Y ADMINISTRADOR
DE PV HARDWARE (PVH)

*"Siendo fabricantes,
acompañamos al cliente en
todas las etapas de su
proyecto fotovoltaico"*

INGEAGUA4

GONZALO GÓMEZ

DIRECTOR GENERAL
DE INGEAGUA

*"Ofrecemos continuidad a
todo el proceso de gestión
de un bien tanpreciado
como el agua"*

BIOBROKER4

BEATRIZ NOVO

DIRECTORA DE BIOBROKER

*"Biobroker recompensa
al ciudadano por reciclar
aceite usado de cocina"*

EXCELENCIA EMPRESARIAL

NEOLITH®5

Un material extraordinario
para momentos
extraordinarios

RETAIL ROCKET7

Personalización,
automatización
y optimización
de e-commerce

Genera 2018 dedica una sesión a las herramientas para la descarbonización de la economía española

El Acuerdo de París de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, los compromisos europeos materializados en el paquete "Energía limpia para todos los europeos", el anteproyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Energética en España y los Planes nacionales integrados configuran el marco de objetivos en materia de clima y energía a 2030 y 2050, que deberán alcanzarse con la implementación de las políticas, medidas y herramientas más adecuadas en todos los sectores de la economía española, ocuparán el tema central de la Jornada Técnica "Herramientas para la descarbonización de la economía española, que organiza la Oficina Española de Cambio Climático, OECC, del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación, en el marco del programa de GENERA 2018, Feria de Energía y Medio Ambiente que se celebra los próximos 13 al 15 de junio en Feria de Madrid.

En este contexto y a lo largo de diferentes sesiones, que se desarrollarán en la mañana del 15 de junio, en el pabellón 8, se hablará del Anteproyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Energética", en la ponencia de Valvanera Ulargui, Directora General de la OECC-MAPAMA, así como del paquete europeo en la presentación "Energía limpia para todos los europeos", con las intervenciones de Iria Alvarez Besteiro, Consejera Coordinadora de Energía, Turismo y Agenda Digital (Representación Permanente de España ante la Unión Europea), que abordará el "Estado de la negociación. Los Planes Nacionales Integrados de Energía y Clima", y Eduardo González, Subdirector General de Coordinación de Acciones, que ofrecerá su punto de vista sobre Objetivos y medidas en difusos. Además, Ignacio Sánchez, Subdirector General de Comercio de Derechos de Emisión, MAPAMA, hablará del "Comercio de emisiones".

Seguidamente, y tras un coloquio, se celebrará una mesa redonda sobre "Escenarios para la transición energética hacia una economía baja en carbono", moderada por M^a Lorena Prado Orcoyen, Consejero Técnico de la OECC-MAPAMA). En el debate participarán Alberto Amores, socio de Monitor Deloitte, responsable de la práctica de Estrategia Corporativa de Energía y Recursos Naturales; Cristóbal José Gallego, profesor en la Universidad Politécnica

de Madrid y miembro del Observatorio Crítico de la Energía; Pedro Linares, Vicerrector de Investigación e Internacionalización en la Universidad Pontificia Comillas y Director de Economics for Energy; Eduardo Morera, Director de Regulación de Generación, ENDESA, y Gonzalo Sáenz de Miera, Director de Cambio Climático, IBERDROLA.

Un total de 22 sesiones conformarán este año el programa de Jornadas Técnicas de GENERA 2018, Feria Internacional de Energía y Medio Ambiente, que, organizada por IFEMA se celebrará los próximos del 13 al 15 de junio. Un espacio para el debate y el análisis de los temas más candentes de la actualidad sectorial, que una vez más, servirá de punto de encuentro de empresas, profesionales, representantes de las administraciones públicas y de las asociaciones vinculadas al mundo de las energías

renovables, la eficiencia energética y el medioambiente.

Eficiencia energética en entornos urbanos para mitigar el cambio climático, autoconsumo en la red, edificios de consumo casi cero, soluciones para la descarbonización de los países, balance energético de las bombas de calor, serán, entre otras, algunas de las cuestiones que abordarán estas ponencias especialmente centradas en mostrar los nuevos retos y oportunidades en el desarrollo del sector

GENERA se celebra este año en coincidencia con TECMA, Feria Internacional del Urbanismo y del Medio Ambiente; SRR, Feria Internacional de la Recuperación y el Reciclado, y ESCLEAN, Salón Profesional de la Limpieza e Higiene, configurando en su conjunto una gran plataforma que tendrá como hilo conductor el compromiso medioambiental y la sostenibilidad.

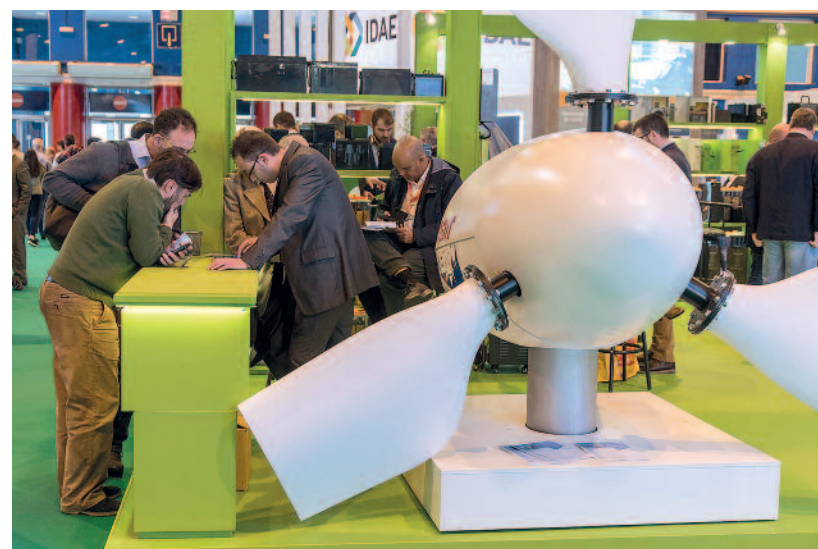


Imagen: ©Genera 2017



Imagen: ©Genera 2017

Entrevista JUAN PEDRO ALONSO DIRECTOR Y ADMINISTRADOR DE PV HARDWARE (PVH)

“Siendo fabricantes, acompañamos al cliente en todas las etapas de su proyecto fotovoltaico”

PV Hardware (PVH) es un diseñador y fabricante de estructuras metálicas para soporte de módulos fotovoltaicos en todo el mundo, incluyendo los sistemas de seguimiento solar y sistemas SCADA. Presente en todos los continentes, ha suministrado e instalado más de 3.000 MW en plantas fotovoltaicas que operan en numerosos países.



Monitorización y control de plantas fotovoltaicas (SCADA)

Sitúenos en torno a PV Hardware...

Fundado en 2011, PV Hardware (PVH) inicia su actividad en España en 2013, alquilando unas naves en el polígono industrial de Cheste (Valencia) y comprando taladros manuales para mecanizar, subcontratando entonces la fabricación de gran parte de los componentes. Poco a poco, se fueron adquiriendo otros equipos sofisticados para la fabricación de estructuras ajustadas a la tipología de piezas que se demandan en los módulos fotovoltaicos.

PVH cuenta hoy con 200 empleados y ofrece productos de fabricación propia, disponiendo actualmente de una capacidad de suministro anual de 3,5 gigavatios, habiendo suministrado e instalado en la actualidad más de 3.000 MW en plantas fotovoltaicas que ope-

ran en numerosos países. Presente en todos los continentes, PVH es actualmente el primer suministrador de estructuras metálicas para soporte de módulos fotovoltaicos en Oriente Medio, donde la electrónica de los equipos trabaja constantemente a temperaturas cercanas a los 80° durante el periodo de verano y se somete a la abrasión constante de la arena del desierto. Nuestros productos se han instalado también en zonas de huracanes, como Filipinas e Islas Mauricio, demostrando un comportamiento satisfactorio.

Concretamente, ¿qué productos suministran?

PVH ofrece una amplia gama de seguidores solares a un eje, que cubren distintas necesidades en función de las

“PVH ofrece una amplia gama de seguidores solares que se utilizan con éxito en plantas solares fotovoltaicas de todo el mundo”

características de cada proyecto, y que se utilizan en plantas solares fotovoltaicas de todo el mundo con éxito. Entre ellos, los seguidores Monoline destacan por su arquitectura de motor por fila, que aporta una gran flexibilidad para adaptarse a terrenos montañosos e irregulares. Su versión bifacial está cada vez más demandada por su alta eficacia y sencillez a la hora de combinarse con paneles bifaciales, cuya tecnología aprovecha la parte trasera del módulo para obtener una mayor producción.

Otro de los seguidores estrella de PVH es el Axone 4.0. Con un diseño eficiente de solo tres motores por cada MWp, este seguidor resulta muy útil para reducir los costes de mantenimiento de los proyectos sin renunciar a su eficacia y potencial. De hecho, el Axone 4.0 ya ha sido suministrado en la primera fase del proyecto de una de las plantas fotovoltaicas más grandes del mundo, actualmente en construcción en Oriente Medio.

Tanto Monoline como Axone están diseñados para ser muy sencillos de montar, tienen una vida útil de 25 años, son compatibles con la mayoría de sistemas SCADA por control remoto, donde se registran todos los datos referentes al funcionamiento de las estructuras y su posicionamiento, y apenas requieren mantenimiento.

Por todo ello, PVH cuenta con la experiencia necesaria para gestionar adecuadamente instalaciones de seguimiento solar de cualquier capacidad y en cualquier lugar.

Como fabricantes, también ofrecen un robot de limpieza de módulos fotovoltaicos...

Sí. PVH ofrece también soluciones de limpieza para sacar el máximo partido posible de los proyectos fotovoltaicos, entre ellas nuestro innovador PV Cleaner. Este robot de limpieza de módulos fotovoltaicos en seco, garantiza como ningún otro producto la eficiencia de los paneles solares, sobre todo en zonas donde se requieren limpiezas constantes durante todo el año.

PV Cleaner es la herramienta idónea para hacer frente a estas adversidades: su utilización permite una mejora del 30% en la productividad de plantas fotovoltaicas de cualquier tamaño, como demuestran los test realizados en áreas desérticas bajo condiciones reales y el estricto certificado de PI-Berlin.

Además, en su empeño por garantizar la máxima calidad de sus estructuras solares, PVH ha incorporado en ellas el recubrimiento metálico Magnelis, de ArcelorMittal. Este acero al carbono, recubierto por ambos lados con una aleación de zinc-aluminio-magnesio, multiplica por tres la resistencia a la corrosión

y tiene incluso la capacidad de auto-reparar bordes.

¿PV Hardware fabrica en España?

Sí. Contrario a la estrategia de otros competidores, PVH apuesta por la fabricación en España, donde puede controlar la calidad en los procesos de fabricación y garantizar los plazos de suministro.

La cercanía de nuestras instalaciones con el Puerto de Valencia y con la planta galvanizadora de la zona, nos permite ofrecer precios competitivos en nuestros productos y facilitar la exportación.

Además del producto, ¿el soporte técnico es clave en PV Hardware?

Totalmente. De hecho, PVH destaca por su apoyo al cliente durante todas las etapas del proyecto, empezando por el reconocimiento geotécnico del terreno, los planos de implantación y los cálculos estructurales necesarios para el cumplimiento de la normativa de los distintos países donde serán instalados sus productos. Aportamos el soporte técnico necesario para poder validar dichos cálculos estructurales con los asesores técnicos de los clientes y los asesores financieros en los casos de financiación de proyecto. Durante el proceso de montaje, ofrecemos soporte técnico con personal propio en obra y realizamos los trabajos de hincado, perforación y montaje de las estructuras.

PVH ha llevado a cabo ensayos de túnel de viento en la Universidad de Ontario y de Madrid para verificar los cálculos realizados mediante CFD y para caracterizar en cada uno de sus modelos los fenómenos de inestabilidad aeroelástica conocidos como “fluttering”, que se producen en posición de defensa para velocidades de viento muy elevadas.



www.pvhardware.com



Suministro y montaje de Monoline 2V para una planta solar en Carolina del Norte



Suministro y montaje de estructura fija

Entrevista GONZALO GÓMEZ DIRECTOR GENERAL DE INGEAGUA

“Ofrecemos continuidad a todo el proceso de gestión de un bien tanpreciado como el agua”

Ingeagua es una consultoría e ingeniería especializada en el ciclo integral del agua, actividad que lleva acabo tanto en España como fuera de nuestras fronteras. Para conocerla con más detalle hablamos con su Director General, Gonzalo Gómez.

¿Cuáles son los orígenes de Ingeagua?

La empresa nació en 2004 a partir de la experiencia anterior que sus fundadores habíamos acumulado trabajando en diversas compañías del sector. Eso nos permitió conocer bien las necesidades del mercado y articular una oferta lo más completa posible que fuera capaz de lograr una gestión eficaz e inteligente del agua.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Trabajamos tanto para empresas privadas (Suez, Aqualia, Canal de Isabel II, etc.) como para administraciones públicas, especialmente ayuntamientos y mancomunidades que necesitan mejorar su gestión del agua.

¿Qué papel juega la empresa en esa gestión?

Ofrecemos una amplia variedad de servicios que van desde los estudios técnicos, modelización hidráulica, implantación de los sistemas de información geográfica, los planes directores y de infraestructuras, la mejora de la eficiencia hidráulica y energética, la dirección de proyectos, la automatización de infraestructuras... La idea es ofrecer una visión integral del sector que es muy apreciada por los clientes.

Eso implica un equipo con perfiles diversos...

Así es. En Ingeagua contamos con una plantilla multidisciplinar que tie-

ne un gran conocimiento en áreas técnicas, comerciales, económicas y jurídicas. Hablo de ingenieros, economistas, abogados y personal con una gran experiencia en las empresas de gestión del agua. En conjunto, nuestro equipo está formado por 120 profesionales.

¿Desde cuándo están operando fuera de España?

Comenzamos nuestra actividad exterior en el año 2009 con un proyecto de plan de infraestructuras en Argelia que nos permitió comprobar que éramos capaces de ofrecer soluciones a necesidades también en otros países. Desde entonces hemos realizado proyectos en Panamá, Colombia, Perú y México, donde tenemos una filial, Incotex, que nos permite abordar proyectos de gran envergadura en poblaciones de más de un millón de habitantes y que es, al mismo tiempo, una puerta de entrada a los Estados Unidos.

¿Qué diferencia a Ingeagua de sus competidores?

Además de nuestra capacidad técnica, creo que lo que mejor nos define es que siempre apostamos por la proximidad al cliente para poder ocuparnos no solo del apoyo en la gestión, sino también del seguimiento de cada proyecto. Las empresas y organismos públicos valoran ese aspecto y nos contemplan como una empresa nacida para tener continuidad a lo largo de todo el proceso de gestión de un bien tanpreciado como el agua.

¿Puede mencionarnos alguno de sus proyectos más significativos?

Tenemos en marcha varios planes directores en Argelia, Panamá o México que dan cobertura a 9 millones de habitantes y que permitirán mejorar la gestión del agua en varias zonas de esos países. Además, en estos años hemos implantado más de 13.500 kilómetros en sistemas de in-



formación geográfica, una cifra considerable. Si me pregunta por un proyecto concreto, le hablaría de un trabajo en México que nos permite recuperar 1,4 m³ de agua por segundo, una cifra que equivaldría, para que la gente se haga una idea, a 340 piscinas olímpicas por semana.



www.ingeagua.com

Entrevista BEATRIZ NOVO DIRECTORA DE BIOBROKER

“Biobroker recompensa al ciudadano por reciclar aceite usado de cocina”

Biobroker S.L. es una empresa asturiana, pionera en España, dedicada a la valorización de aceites de origen vegetal para las energías renovables. Fundada en 2007 por D. Manuel Novo Álvarez, gran conocedor del sector y experto en las materias primas para la fabricación de biocarburantes, la empresa familiar entra en una nueva etapa con el relevo generacional de Beatriz Novo. Una nueva época llena de más innovación.

¿Qué productos derivados del aceite comercializan?

Comercializamos UCO (used cooking oil, aceites usados de cocina) que provienen de fábricas, de diferentes restaurantes y, desde hace poco tiempo, también recogemos los aceites usados de particulares. De hecho, de la figura del particular nace la idea del “Olivar de Noega” que imita modelos ya instaurados en otros países europeos como Alemania y Holanda desde hace tiempo, en el que la gestión a nivel particular tiene recompensa y es todo un éxito.

¿De qué forma ayuda Biobroker a preservar el medio ambiente?

Con el punto de reciclaje y la tienda gourmet ya gestada y atendiendo a avanzados modelos europeos, se decide recompensar al ciudadano la acción del reciclaje de aceite usado de cocina, evitando así que se tire directamente por el fregadero o se gestione mal. De esta forma, colaboramos con el medio ambiente y trabajamos por la sostenibilidad.

¿Qué beneficios directos obtienen los sectores de energías renovables?

Las energías renovables utilizan estos subproductos, ya que se desechan de la cadena de alimentación y pasan a un uso exclusivo in-

dustrial para dicho sector, empleándose para la producción de energía (luz, gas y biocombustibles).

¿Qué podemos encontrar en El Olivar de Noega?

En El Olivar de Noega encontramos un punto de reciclaje para aceite usado, estratégicamente situado en la ciudad de Gijón, que recompensa el esfuerzo del ciudadano por su reciclaje unitario pagándole directamente por cada medio litro generado de aceite o bien, acumulando descuentos en una tarjeta de fidelidad a través de la cual se puede beneficiar de descuentos en productos de nuestra tienda, entre



los que podemos destacar la amplia variedad de aceites y vinagres gourmet de gran calidad.

Por último, ¿en qué novedades están trabajando?

En el presente estamos valorando abrir nueva tiendas (punto reciclaje + venta gourmet) en España. Intentaremos, a lo largo de este mismo año, abrir una en Madrid, y una segunda autonómica en Oviedo, esperando tener una buena aceptación y hacer de esta idea pionera en nuestro país una labor medioambiental en beneficio de todos.

www.biobroker.es



Neolith®, un material extraordinario para momentos extraordinarios

Neolith® es una superficie extraordinaria que aúna belleza y resistencia en distintos ambientes del hogar donde se viven momentos extraordinarios del día a día. Esos mismos valores son los que, entre otros muchos, encarna Pepita, una niña de tres años con Síndrome de Down, conocida como @Pepitamola en su perfil social y convertida ahora en embajadora de la marca.

Neolith®, Superficie de Piedra Sinterizada pionera y de referencia en su sector, se perfila ahora también como una marca con clara concienciación social. “Queríamos empezar a incorporar a personas en los espacios residenciales que utilizamos para campañas publicitarias, para hacerlos habitables y cercanos al público. Para ello, quisimos contar con personas reales que dieran vida a esos espacios, personas que inspirasen cercanía y, a su vez, admiración. Personas que emocionasen por su autenticidad y frescura”.

En ese objetivo, cuando Neolith® descubrió a Pepita Sierra, más conocida como @Pepitamola en su perfil social, supo que se trataba de un amor a primera vista. “Con solo tres añitos, esta niña con Síndrome de Down encarna muchos de los valores con los que la compañía se define: la familia, la humildad, la frescura, la perseverancia, el optimismo y ese espíritu incansable por mejorar y superarse continuamente. También queríamos dar un paso más allá y que la campaña tuviese un trasfondo con más significado que una mera imagen”.

Y así fue como Pepita se convirtió en embajadora de la marca Ne-

Con más de 200.000 seguidores en Instagram, @Pepitamola es ahora embajadora de la marca Neolith®

olith®. “¡Pepita simboliza todo aquello en lo que creemos! Y además, es extraordinariamente irresistible.”

Neolith® presenta su campaña más social con @Pepitamola

Pepita es una niña con Síndrome de Down, muy alegre y divertida, que regala a sus seres queridos (y a sus seguidores) momentos llenos de emoción, ternura y felicidad.

A sus tres años de vida, ha conseguido encandilar a los más de 200.000 seguidores de su cuenta de Instagram, donde su madre, Fabiola Arroyo, narra el día a día de una niña con Síndrome de Down, mostrando el extra de coraje, cariño y tesón con el que se encuentran sus padres, pero también un extra de felicidad: el que Pepita aporta a sus familiares y a todos aquellos que tienen la fortuna de formar parte de su extraordinaria vida. Y es que cuando Fabiola abrió su cuenta de Instagram nunca ima-



ginó el alcance social que tendría cada una de las publicaciones en las que narra momentos cotidianos con su hija. Ahora Neolith® ha querido mostrar esos extraordinarios momentos con el fin de aportar su granito de arena a la concienciación e integración social de aquellas personas que cuentan con ese cromosoma extra, que les hace ser especiales y realmente extraordinarios.

Lo que la marca pretende con esta campaña es, en primer lugar, homenajear a Pepita, a su madre y a todas las personas luchadoras que afrontan los retos de la vida con positividad, pasión y determinación.

Por otra parte, y de forma muy



decidida, contribuir a la concienciación e integración social de las personas con Síndrome de Down, rompiendo con los estigmas que hay a su alrededor. Para ello, la empresa donará parte de sus beneficios al terminar el año a la Fundación Pepitamola, cuyo objetivo principal es luchar por la normalización e integración de las personas con capacidades diferentes y extraordinarias, como Pepita. Fuera de España, en los países en los que se lance dicha campaña, parte de los beneficios se destinarán también a asociaciones relacionadas con el Síndrome de Down.

En esta campaña, Neolith® muestra sus extraordinarias superficies, que aúnan belleza y resistencia (como Pepita), en distintos ambientes residenciales donde se viven momentos extraordinarios del día a día. Momentos auténticos, emocionantes, divertidos, memorables y desenfadosos, vividos al-

La empresa donará parte de sus beneficios a la Fundación Pepitamola, cuyo objetivo principal es luchar por la normalización e integración de las personas con Síndrome de Down.

rededor de una bonita cocina, un comedor, un baño, un cuarto de juegos o el salón de un hogar, donde Pepita y Neolith® comparten protagonismo.





SU EMPRESA EN PRENSA NACIONAL

GuíadePrensa.com

Especialistas en gestión de monográficos en prensa.

Campañas publicitarias personalizadas

Retail Rocket

Personalización, automatización y optimización de e-commerce



¿Cómo consiguen su éxito los mejores e-commerce del mundo? ¿Es posible duplicar las ventas en e-commerce mediante Big Data? Retail Rocket tiene las respuestas. Su plataforma multicanal de personalización de la experiencia de compra en e-commerce la utilizan más de 1.000 tiendas online en todo el mundo.

Hace casi 10 años Amazon ya declaraba que las recomendaciones de productos generaban el 35% de sus ventas totales. Gracias a los datos, hoy se dispone de una visión mucho más completa del usuario.

Una de las prioridades de los retailers online es ofrecer una mejor experiencia de compra. “Por eso, cuando ofreces al usuario lo que busca de la manera más rápida y personalizada, no solo ayudas a impulsar las ventas de tu negocio online, sino que además incrementas el ticket medio y favorece la fidelización”, asegura Teresa Sánchez-Herrera, Marketing Manager de Retail Rocket, una de las empresas de referencia en aplicaciones y herramientas de marketing digital y personalización de e-commerce.

A día de hoy, sin embargo, la mayoría de las tiendas online aún continúan sin utilizar estas tecnologías, a pesar del casi nulo coste de implementación y de la facilidad de configurarlo. Equivale a instalar Google Analytics en tu web...

Entre los beneficios que aporta su utilización está que aumenta la tasa de conversión de las tiendas online, dado que se muestran los productos que los usuarios necesitan y aumenta el importe medio de los pedidos gracias a algoritmos de venta cruzada. Por otro lado, también aumenta la tasa de retención y fideliza a los clientes: cuanto más personalizada sea la experiencia de compra, mejores ofertas reciben y con mayor frecuencia vuelven a comprar en la web.

Herramientas Retail Rocket

Retail Rocket ofrece tecnología de Big Data y análisis predictivo de más alto nivel en tiempo real. Ofrece a las tiendas e-commerce un conjunto de soluciones para personalizar su web y su canal de email marketing.

Por una parte, su plataforma ofrece personalización web. Retail Rocket analiza el comportamiento de los usuarios y adapta la web en tiempo real para que cada cliente obtenga su propia versión de la tienda online, destacando los productos que tienen más probabilidades de comprar, según sus preferencias e historial de navegación y compras. Ofrecemos más de 20 escenarios de personalización: página de inicio, de categoría, de producto, de búsqueda, de Error 404...

Por otra parte, la plataforma Retail Rocket también permite lanzar campañas automatizadas de emails transaccionales a lo largo de todo el Customer Journey o proceso de compra. Dichos mails se envían en tiempo real, en función del comportamiento de cada usuario en la web. Por ejemplo: cesta abandonada, búsqueda abandonada, e-mail con productos relacionados después de la compra...

La implementación de estas tecnologías consigue un ROI 100% positivo: hasta un 50% de aumento de ingresos (basado en test A/B de clientes de Retail Rocket). Además, las tarifas de esta empresa se basan en las ventas que generan en sus clientes: precios basados en resultados y sin riesgo.

Más de 1000 clientes en más de 10 países, entre ellos, e-commerce tan importantes como Otto Group, L'Occitane, Auchan, Vans, Decathlon, Inditex o Yves Rocher, utilizan las herramientas de personalización de Retail Rocket, consiguiendo incrementar el valor de los pedidos de sus tiendas online y, con ello, sus ingresos.

Decathlon.nl, un caso de éxito

10,7% de aumento de ingresos a través de recomendaciones de productos personalizadas



Martijn Sprangers, Marketing Decathlon

Decathlon, retailer líder en productos deportivos con más de 1.000 tiendas en todo el mundo, abrió en 2013 su tienda online en los Países Bajos. Tres años más tarde, su web ganó el premio a “Mejor tienda de deportes online”.

Al tratarse de una tienda tan grande - cubre 75 deportes y ofrece miles de artículos-, los usuarios pueden tener dificultades para encontrar lo que buscan. La compañía pensó entonces que al simplificar el proceso de compra se podría aumentar el número de pedidos e ingresos, así que aprovecharon la experiencia de Retail Rocket para optimizar la experiencia de compra de sus usuarios.

Retail Rocket proporciona más de 20 mecanismos de autoaprendizaje para personalizar la experiencia de compra de los usuarios de su tienda online. Utilizando tecnología avanzada, se pueden detectar las necesidades e intereses de los usuarios al analizar su comportamiento en tiempo real. De esta manera, se puede mostrar una oferta de producto personalizada en el momento adecuado, cuando es más probable que el visitante compre, lo que aumenta los indicadores clave de rendimiento de la tienda online.

Retail Rocket implementó diferentes algoritmos en las páginas de productos de Decathlon.nl. Luego se compararon en un test para averiguar cualquier cambio estadísticamente significativo en la tasa de conversión y también para identificar qué mecanismo funcionaría mejor para la tienda online.

En este caso de éxito, se aumentó la conversión en un 5,2%, el valor de los pedidos promedio en un 5,2% y los ingresos en un 10,7% después de añadir recomendaciones de productos personalizadas en la página de producto de Decathlon.nl.

Debido a los resultados positivos obtenidos, Decathlon y Retail Rocket seguirán colaborando para mejorar la usabilidad de su tienda online y alcanzar nuevas metas.

“Retail Rocket nos está ayudando para que nuestros usuarios deportistas puedan encontrar los artículos más relevantes para ellos y su deporte. Después de varios test, Retail Rocket ha demostrado que su herramienta ayuda realmente a mejorar nuestros resultados”. Martijn Sprangers, Marketing Decathlon

retailrocket

RIOGLASS



ENERGÍA ILIMITADA GESTIONABLE Y GRATUITA

Para estudio de producción
y ahorro de costes:

637 676 361
a.sanchez@rioglass.com

Las plantas **termo-solares** de **Rioglass Solar** llevan la energía solar térmica a la industria:

- Calor industrial estable y gestionable hasta 400 °C generado por concentración solar
- Sustituye o complementa a energías convencionales suponiendo un ahorro energético y de emisiones de CO₂
- Solución llave en mano, bien como venta directa o por contrato de venta de energía

