

Capgemini crea una solución de e-commerce, personalizada y basada en datos, para FILA

El proyecto de transformación digital ha ayudado a la icónica marca, a obtener un incremento del 212% en sus ingresos del año a la fecha

París y Nueva York –a 18 de febrero de 2021– [Capgemini](#) anunció una exitosa iniciativa de e-commerce para el sitio web estadounidense de [FILA](#), una empresa líder en el diseño y manufactura de ropa deportiva. [FILA](#) [seleccionó a Capgemini](#) por su experiencia en marketing digital, comercio electrónico, diseño de experiencias, integración de aplicaciones y servicios de soporte. Construido sobre [Salesforce Commerce Cloud](#), el sitio también aprovecha [Salesforce Service Cloud](#) y [MuleSoft](#) para integrar el ecosistema digital.

Fundada hace más de 100 años en Italia, FILA se ha convertido en una de las marcas de estilo de vida deportivo más innovadoras del mundo. Debido a la pandemia y el contexto de múltiples cambios, FILA necesitaba transformar su principal modo de venta, de los distribuidores a los clientes finales en línea. La estrategia digital anterior creaba visibilidad sólo en determinados momentos del año y carecía de una conexión constante con los consumidores. Por consiguiente, el contenido aislado del canal digital y su análisis no estaban optimizados para impulsar las ventas.

Con una visión clara del comportamiento de sus clientes en línea y una mejor comprensión de cómo optimizar la interacción con el consumidor, el rediseño de [FILA.com](#) ofrece a sus clientes una experiencia de compra digital eficiente y personalizada, cimentada en los conocimientos obtenidos de la plataforma. El nuevo diseño llamativo y dinámico interactúa con los clientes a través de la página de inicio y las páginas de visualización de productos individuales (PDP, por sus siglas en inglés). Los diseños se lanzaron en breves *sprints* para llegar al mercado más rápido.

"Capgemini es un socio sumamente valioso, que no solo fue capaz de implementar rápidamente una solución estratégica de transformación digital, sino que también ha logrado impulsar un crecimiento del 212 por ciento en los ingresos a la fecha", señaló Dawn Trenson, vicepresidente de eCommerce de FILA. "Los equipos de experiencia del cliente digital, Salesforce y MuleSoft han dado como resultado un enfoque de optimización reflexivo alineado con la visión de nuestra marca. Además, crearon un sitio actualizado que refleja nuestro espíritu y se conecta con nuestros clientes de manera innovadora y emocionante".

A través de una auditoría inicial de la estrategia de análisis y SEO de FILA, los expertos en Experiencia Digital del Cliente de Capgemini descubrieron una serie de sistemas dispares. Para resolverlo, los analistas implementaron sus capacidades de seguimiento de autoservicio y capacitaron al equipo para realizar mejores prácticas. Posteriormente, el equipo de Capgemini trabajó en amplificar la voz de la marca dentro del sitio para que existiera una alineación con sus materiales de marketing y pudieran reforzar las optimizaciones en tiempo real. Estos esfuerzos dieron como resultado un aumento del 164 por ciento en la tasa de conversión de FILA a la fecha.

Una parte integral del compromiso de FILA también incluye la introducción de un nuevo sistema de diseño de contenido con historias derivadas directamente del marketing en la experiencia del sitio. Al utilizar MuleSoft, los equipos de TI pueden crear una perspectiva de 360 grados para el cliente, facilitando y unificando rápidamente los datos de sistemas dispares a través de la conectividad basada en APIs. Estos



enfoques impulsan la flexibilidad y la velocidad de comercialización de las campañas, por lo que FILA está mejor posicionada para conectarse con sus clientes, entregando contenido relevante, en el momento adecuado dentro del proceso de compra.

"FILA comprende la necesidad de ir directamente al consumidor (D2C, por sus siglas en inglés) en el contexto actual y la importancia de la experiencia personalizada del cliente en línea", explicó Darshan Shankavaram, líder la Práctica Global de Experiencia Digital del Cliente en Capgemini. "Con el apoyo de Capgemini, FILA creó una experiencia sólida y enriquecida a lo largo del ciclo de vida de compras del cliente, incluyendo el marketing y el servicio, lo que les ayudó a aprovechar todo el potencial de la plataforma comercial".

Como socio consultor estratégico global de Salesforce, la cartera de capacidades y soluciones de Capgemini ha crecido para satisfacer las necesidades de experiencia digital del cliente de consumidores de todo el mundo, lo que les permite conseguir innovación y competitividad. Capgemini recibió el premio inaugural ['Commerce Cloud Partner Trailblazer Award for B2C'](#) en la edición 2019 de los Salesforce Lightning Bolt Trailblazer Awards. La práctica MuleSoft de Capgemini también obtuvo el premio [MuleSoft Global Practice Development Partner of the Year 2020](#).

Acerca de Capgemini

Capgemini es líder mundial en asociarse con empresas para transformar y administrar sus negocios al aprovechar el poder de la tecnología. El Grupo se guía todos los días por su propósito de liberar la energía humana a través de la tecnología para un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa de 270,000 compañeros de equipo en casi 50 países. Con su sólida herencia de 50 años y su profunda experiencia en cada industria, sus clientes confían en Capgemini para abordar todas las necesidades de su negocio, desde la estrategia y el diseño hasta las operaciones, impulsadas por el mundo innovador y en rápida evolución de la nube, los datos, la inteligencia artificial, la conectividad, el software, la ingeniería digital y las plataformas. El Grupo reportó en 2020 ingresos globales de \$16 mil millones de euros.

Obtén el futuro que deseas | www.capgemini.com/mx-es/.

Salesforce, Commerce Cloud y Service Cloud son algunas de las marcas comerciales de salesforce.com, inc.