

Multiplica celebra su digital breakfast para hablar de la importancia de la conversión digital

Se presentaron todo tipo de estrategias a nivel digital orientadas a incrementar la conversión de las presencias digitales de las empresas, con la exposición del caso de éxito de Wonderbox. El evento se organizó junto a Contentsquare, una plataforma de experiencias digitales, que ayuda a las empresas a entender cómo y por qué los usuarios interactúan con sus sitios web

Multiplica, en colaboración con la plataforma Contentsquare, lideró el pasado martes 24 de setiembre el UX Analítica Workshop, un digital breakfast de 9.30 a 12h orientado a exponer todo tipo de estrategias para poder personalizar y maximizar la conversión de las empresas. Se trata de una sesión práctica en la que se pondrán ejemplos de cómo crear experiencias digitales desde la comprensión analítica de qué hace el usuario y por qué actúa de un modo u otro.

El workshop abrió las puertas a las 9.30, cuando se procedió a dar la bienvenida y registrar a todos los asistentes. A las 10h, el CEO de Multiplica, David Boronat, realizó una breve introducción para dar paso a la primera exposición, bajo el nombre de “Los datos en el centro de la estrategia de optimización digital: el caso de Wonderbox”. Loïc Mocellin, Country Manager-Iberia en Contentsquare, y Mathieu Lecollaire, responsable de UX en Wonderbox, hablaron durante media hora del caso de éxito de esta plataforma y de como aplicarlo a otras.

A las 10.30h, Ignasi Blanco, consultor de personalización de Multiplica, presentó “Del insight a la acción: cómo crear experiencias de personalización”, una sesión donde se habló de la importancia que tiene la personalización para poder sacarle el máximo partido a la conversión. Por último, a las 10.50h, Mathilde Pitiot, pre sales consultant en Contentsquare, coordinó el taller de aplicación de las estrategias de optimización, en la que todos los invitados pudieron poner en práctica el conocimiento adquirido gracias a las estrategias expuestas a lo largo de la sesión.

Multiplica, con la celebración de este evento, continúa con su estrategia de organizar encuentros sobre la importancia que tiene maximizar la conversión para cualquier empresa con presencia web. Además, el UX Analítica Workshop se alinea con el UX Day, de celebración anual, y que el año pasado contó con más de 3.000 asistentes y se pudo ver de forma simultánea en todas las partes del mundo.

El evento tuvo lugar en ISDI, Calle de Viriato, 20, 28010, Madrid, y contó con la participación de más de 50 personas representantes de empresas como BBVA, Cabify y Entradas.com, entre otras. Mañana, jueves 26 de setiembre, Multiplica celebrará otro UX Analítica Workshop en Barcelona. Para más información: <http://bit.ly/UX-Analitica-Madrid>

Multiplica

En Multiplica es una consultora estratégica digital dedicada a incorporar inteligencia comercial, estrategias digitales, experiencia de usuario, analítica web y persuabilidad a empresas de todos los

sectores. Con una trayectoria de más de 19 años, 13 oficinas, más de 200 consultores y alrededor de 750 clientes, con muchos de alto nivel como Melià, Iberostar, Vueling, Decathlon, Stradivarius, Banco Sabadell y CaixaBank, entre otras firmas.

Multiplica es experta en diseñar experiencias digitales relevantes y proactivas en todo tipo de dispositivos para generar más ventas y clientes más satisfechos. Actualmente cuenta con oficinas en todo el mundo, y ha registrado un excelente crecimiento orgánico en los últimos años hasta llegar a la cifra de facturación de 1,4 millones de euros sólo en Barcelona hoy en día. El grupo empresarial alcanzó una cifra de negocio de 25 millones de euros en 2018.

Datos de contacto:

Marc Solanes

Consultor de comunicación

617 338 226

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Actualidad](#) [Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>