Publicado en Barcelona el 30/09/2019

# [Multiplica celebra su segundo digital breakfast en España para hablar de la importancia de la conversión digital](http://www.notasdeprensa.es)

## 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 y de Weekendesk. 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 jueves 26 de setiembre el UX Analítica Workshop de Barcelona, un digital breakfast de 9.30 a 11.30h 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 pusieron ejemplos de cómo crear experiencias digitales desde la comprensión analítica de qué hace el usuario y porqué actúa de un modo u otro. El workshop empezó a las 9.30h, momento en que 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: los casos de Weekendesk y Wonderbox”. Loïc Mocellin, Country Manager-Iberia en Contentsquare, Alessandro Pintaudi, product lead en Weekendesk y Mathieu Lecollaire, responsable de UX en Wonderbox, hablaron durante media hora del caso de éxito de estas plataformas y de los procedimientos más óptimos para poder aplicarlos a otras. A las 10h, 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. “Según los códigos o el tipo de usuario, la interfaz se muestra de un modo u otro”, explicó Blanco, en referencia a uno de los proyectos que han llevado a cabo con Decathlon. Por último, a las 10.20h, 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. Se realizó una pequeña encuesta interactiva y, posteriormente, los asistentes se organizaron en tres grupos de trabajo para poder profundizar más en las herramientas y contenidos aplicables. Multiplica, con la celebración de este evento, continúa con su estrategia de organizar encuentros sobre la importancia que tiene maximizar la conversión parar 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 la Calle Maria Aguiló 28 de Barcelona, y contó con la participación de más de 40 personas representantes de empresas como Caixabank, Médicos sin Fronteras o Grupo Planeta. El evento dio continuidad a los workshop que Multiplica está organizando alrededor del país, siendo el último el celebrado en Madrid el pasado 24 de septiembre. Para más información: http://bit.ly/Multiplica-Barcelona MultiplicaMultiplica 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. Para más información: Marc Solanes Calderón Consultor de comunicación msolanes.pr@gmail.com +34 617 338 226

**Datos de contacto:**

Josep Salvat i Sangrà

606384004

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/multiplica-celebra-su-segundo-digital\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Comunicación Marketing E-Commerce Actualidad Empresarial



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)