



Recurso de Profundización

Análisis del comportamiento del comprador omnicanal:

Google Analytics (enfoque en comportamiento omnicanal)

Explicación: Google Analytics permite rastrear y analizar el comportamiento de los usuarios a través de múltiples canales, incluyendo dispositivos móviles, sitios web y aplicaciones. Ofrece informes de atribución multicanal que ayudan a entender cómo diferentes puntos de contacto contribuyen a las conversiones.

Tutorial: "Análisis de comportamiento multicanal con Google Analytics" (Webinar de Google)

Enlace: <https://analytics.google.com/>

Ejemplo real: Macy's utiliza Google Analytics para rastrear el comportamiento de compra de sus clientes tanto en línea como en tienda, lo que les permite ofrecer una experiencia de compra más personalizada y coherente.

b. Hotjar

Explicación: Hotjar ofrece herramientas visuales como mapas de calor y grabaciones de sesiones de usuarios, permitiendo a las empresas entender cómo los visitantes interactúan con su sitio web. Esto es crucial para optimizar la experiencia del usuario y mejorar las tasas de conversión.

Tutorial: "Cómo usar Hotjar para optimizar tu sitio web" (Guía de Hotjar)

Enlace: <https://www.hotjar.com/>

Ejemplo real: Unbounce, una plataforma de creación de landing pages, utiliza Hotjar para identificar áreas de sus páginas que causan confusión o frustración a los usuarios, permitiéndoles realizar mejoras continuas en su diseño y usabilidad.

c. Shopify POS

Explicación: Shopify POS es un sistema de punto de venta que integra las ventas online y offline, permitiendo a los minoristas ofrecer una experiencia de compra omnicanal fluida. Sincroniza inventario, clientes y ventas entre canales físicos y digitales.

Tutorial: [Cómo Crear Una Tienda Online Con Shopify | Tutorial 2025](#)



Recurso de Profundización

Enlace: <https://www.shopify.com/pos>

Ejemplo real: Allbirds, la marca de calzado sostenible utiliza Shopify POS para integrar sus ventas en línea y en tienda, permitiendo a los clientes comprar en línea y recoger en tienda, o devolver productos comprados en línea en sus tiendas físicas.

d. Salesforce Commerce Cloud

Explicación: Esta plataforma permite a las empresas crear experiencias de compra personalizadas y omnicanal. Ofrece capacidades de comercio electrónico, gestión de pedidos, personalización y análisis predictivo para ofrecer experiencias coherentes en todos los canales.

Tutorial: "Introducción a Salesforce Commerce Cloud" (Curso de Trailhead)

Enlace: <https://www.salesforce.com/products/commerce-cloud/overview/>

Ejemplo real: Adidas utiliza Salesforce Commerce Cloud para ofrecer una experiencia de compra personalizada y coherente en todos sus canales, desde su sitio web hasta sus aplicaciones móviles y tiendas físicas.

e. Qualtrics

Explicación: Qualtrics es una plataforma de experiencia del cliente que permite a las empresas recopilar y analizar feedback de clientes en múltiples canales. Ofrece herramientas para crear encuestas, analizar sentimientos y generar insights accionables.

Tutorial: "Creación de encuestas efectivas con Qualtrics" (Webinar de Qualtrics)

Enlace: <https://www.qualtrics.com/>

Ejemplo real: Disney utiliza Qualtrics para recopilar feedback de los visitantes de sus parques temáticos, hoteles y cruceros, permitiéndoles mejorar continuamente la experiencia del cliente en todos sus puntos de contacto.