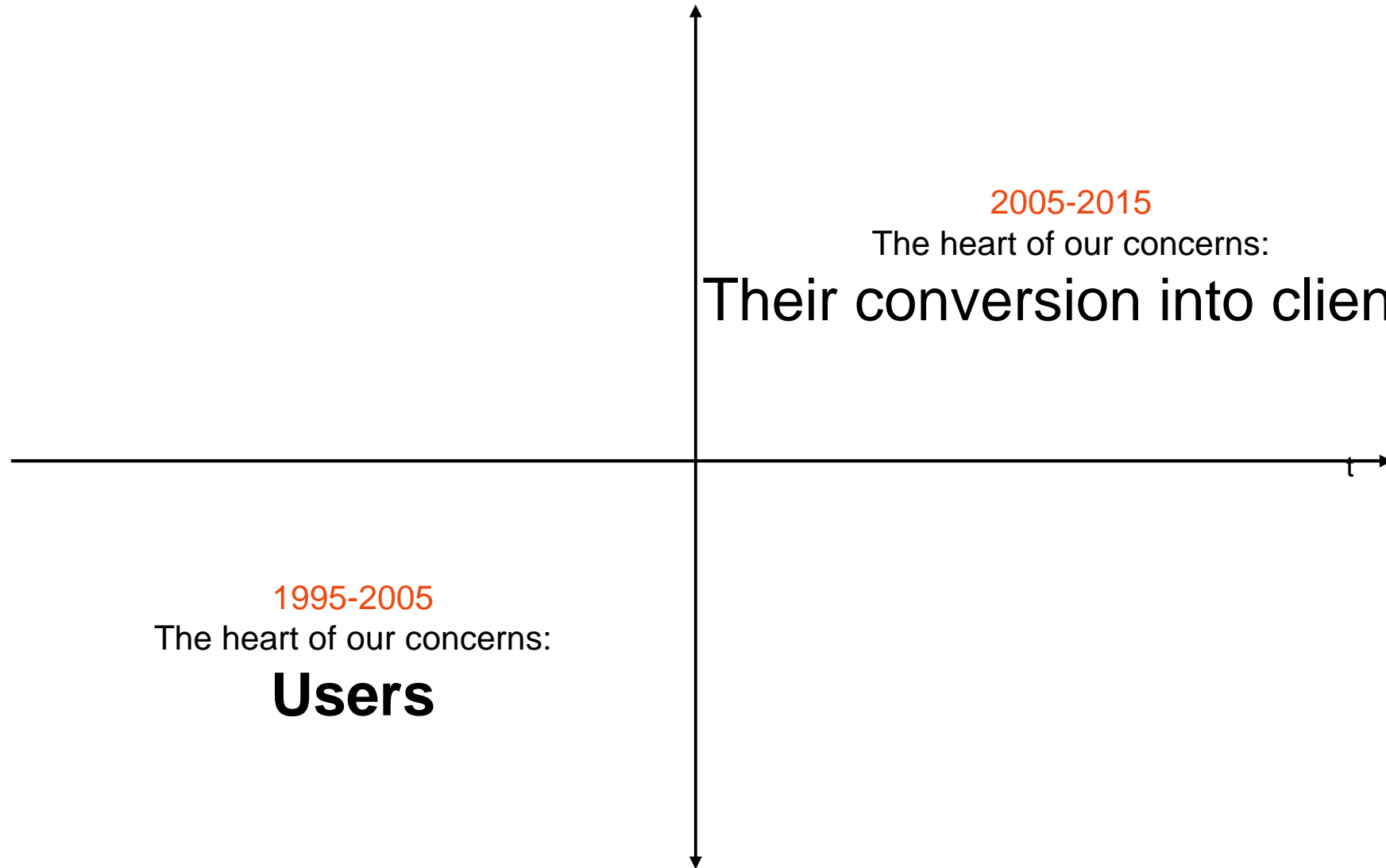




In which we are innovating ?

Focus (proactiv) in conversion and commercialization



2005-2015

The heart of our concerns:

Their conversion into clients

1995-2005

The heart of our concerns:

Users

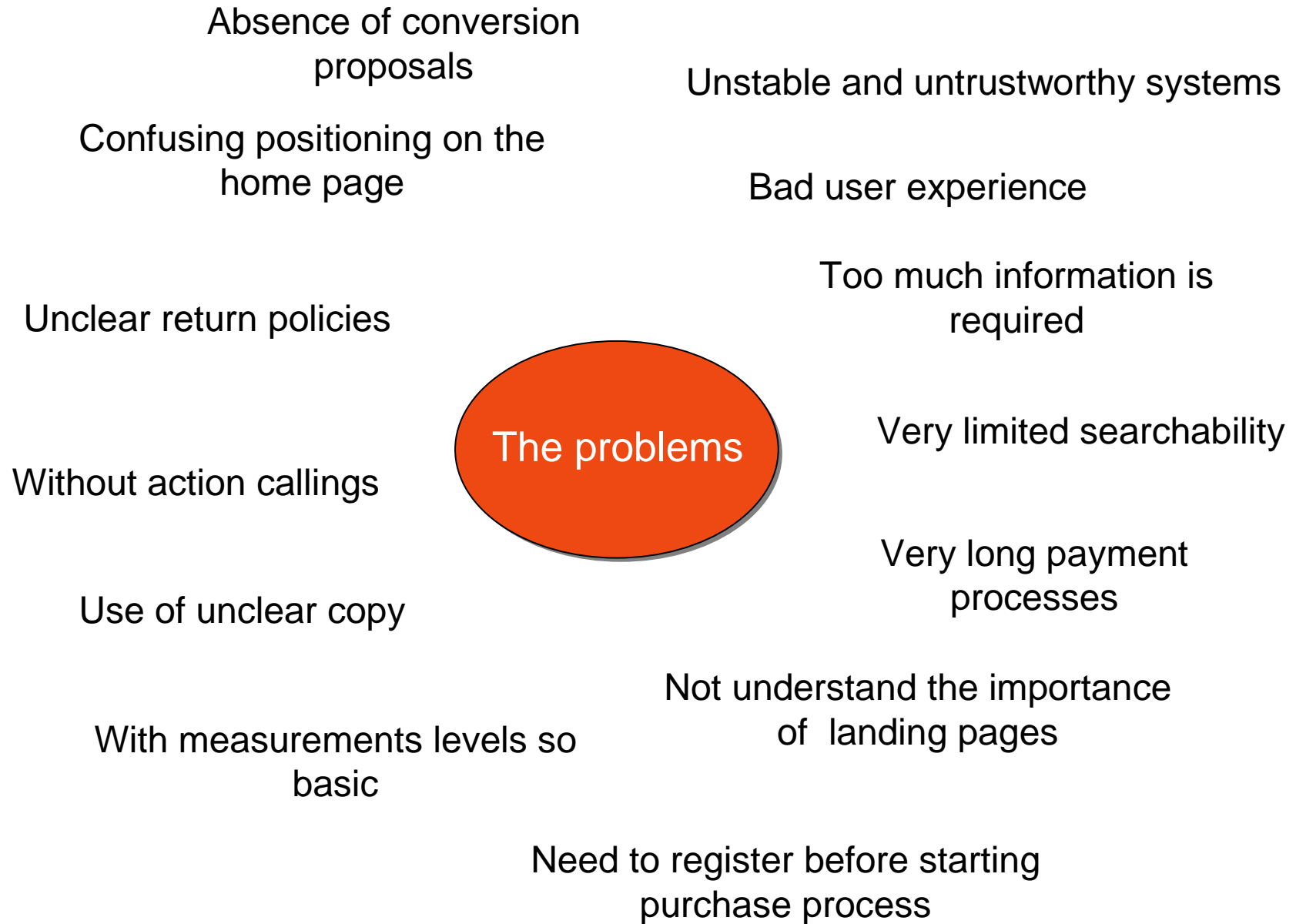
Focus (reactiv) en user and his uses

multiplix

The data:

The conversion ratio into sales at the 250 most important e-commerce shops in the United States is between 2 and 3%.

(The e-tailing Group, April 2005)



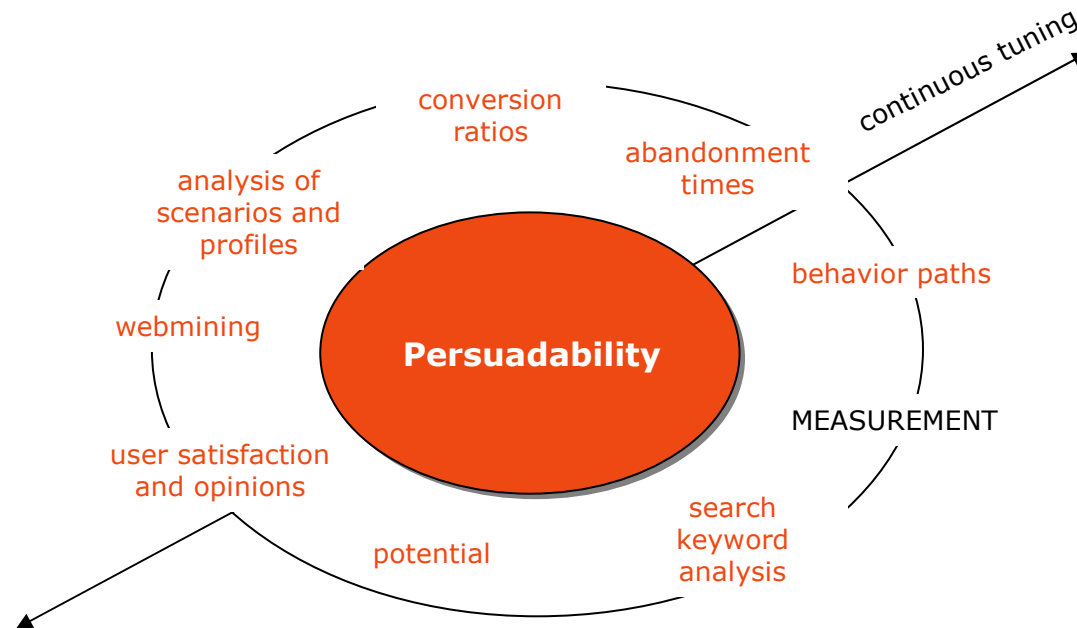
The solution:

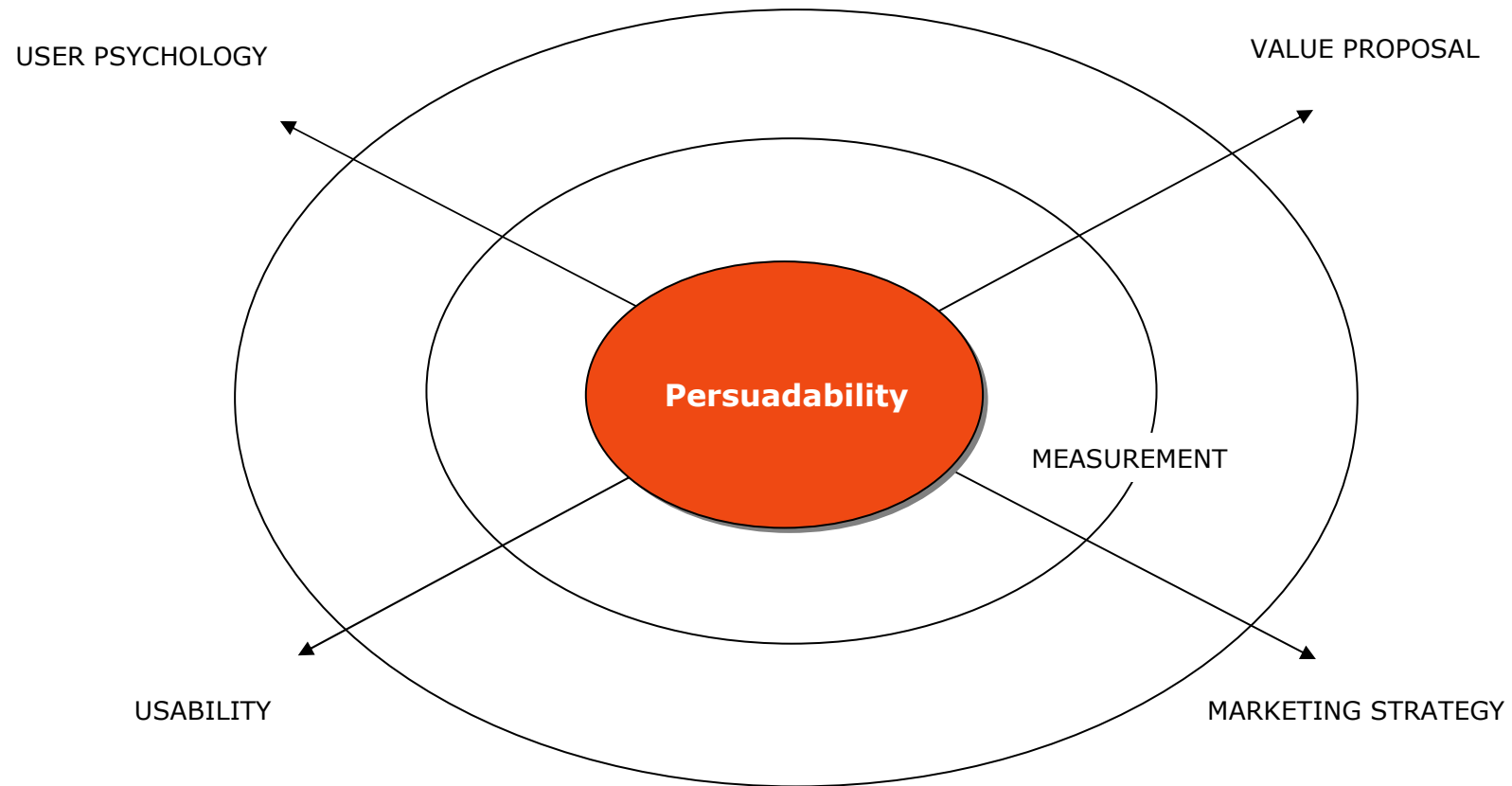
Persuadability

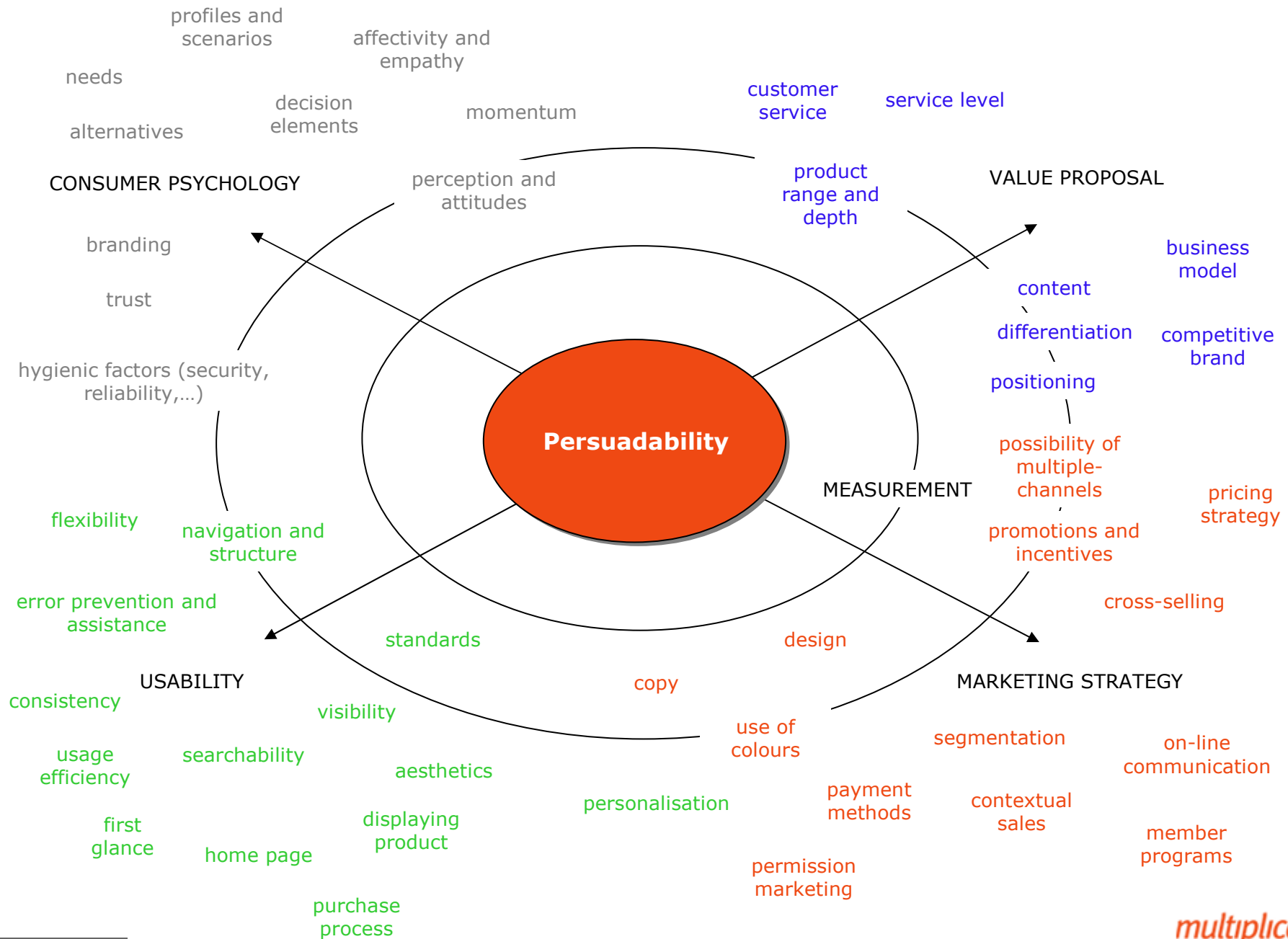
The solution:

Persuadability

as the capacity (“persuasive”)
of an on-line process to take users’ actions and
convert them into subscribers, leads or clients.







Ten little changes that take us to a change of paradigm

Improve the current presence
through small improvements [1]

Ten little changes that take us to a change of paradigm

Where the accent is in the action [2]

- ✘ *Attention – Interest – Desire – Action*
- ✘ *Attention – Action – Interest – Desire - Action*

Ten little changes that take us to a change of paradigm

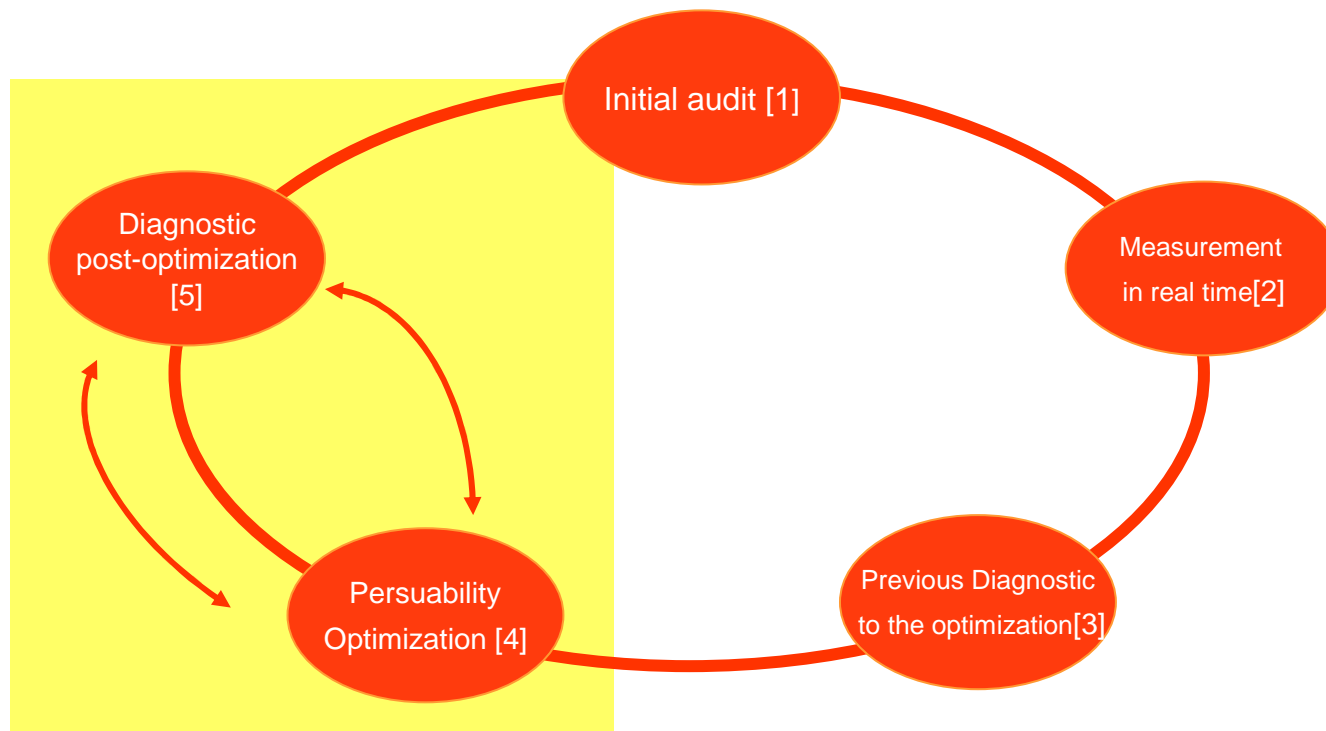
Conversion as the sum of micro-actions:
page with purpose [3]

Ten little changes that take us to a change of paradigm

Holistic vision – beyond usability – interiorising the psychology and momentum of the internaut, our value proposal and our on-line marketing strategies.[4]

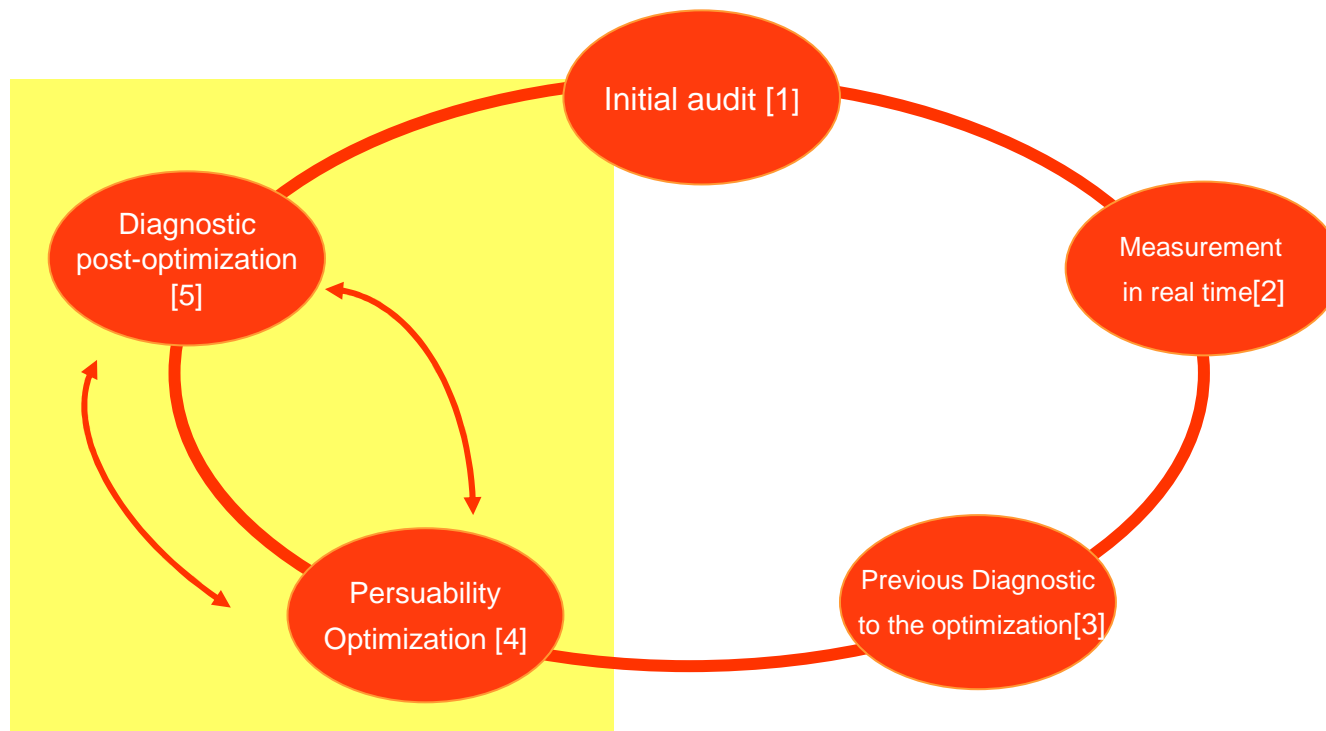
Ten little changes that take us to a change of paradigm

Improve the actually site looking for a littles improvements [5]



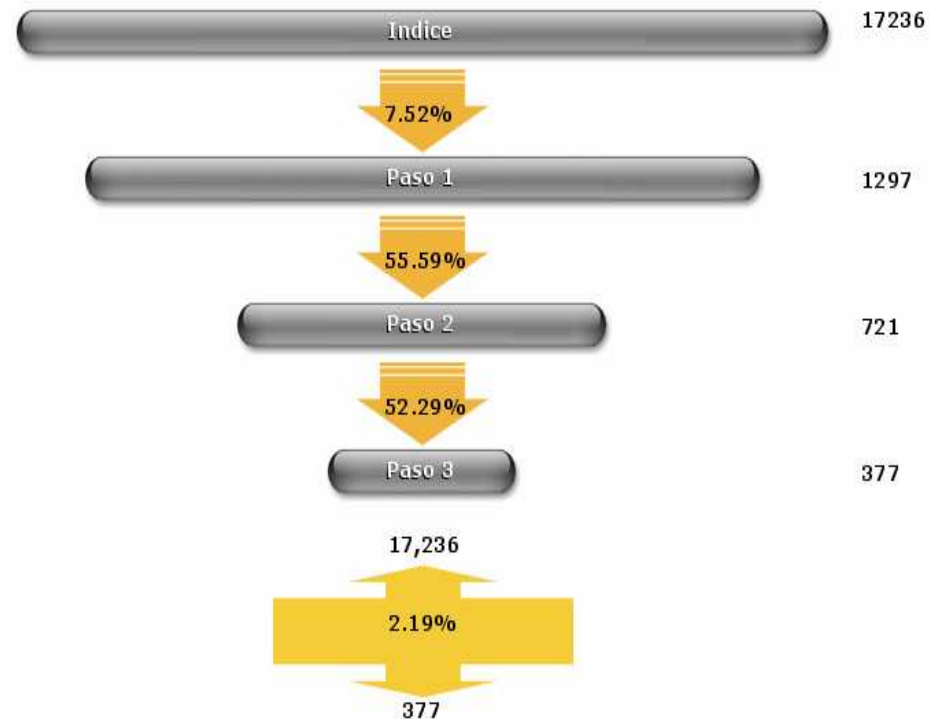
Ten little changes that take us to a change of paradigm

Tuning (test, learn, apply, REPEAT) as a process. [6]



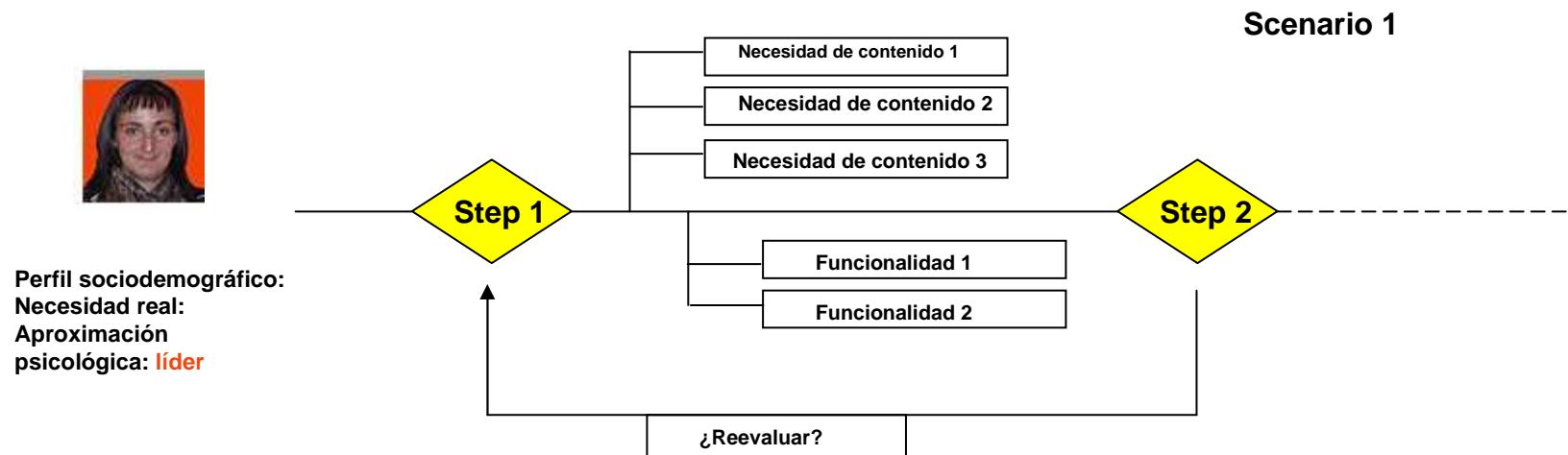
Ten little changes that take us to a change of paradigm

Measurement of convertibility in real time as a tool. [7]



Ten little changes that take us to a change of paradigm

Thinking in many conversion scenarios [8]



Ten little changes that take us to a change of paradigm

Matching the purchase and sales processes. [9]

Tu vendes...

... ¡Pero ellos compran!

Generar tráfico cualificado microsegmentado y orientado a un objetivo medible.	Prospect	Necesidad Ofrecerlo algo rápidamente que se ajuste a sus necesidades de forma clara, comprensible y engaging.
Facilidad de navegación, confianza, diseño amigable, velocidad de descarga.	Rapport	Búsqueda de información Crear entradas a rutas y escenarios persuasivo en función de los perfiles de usuarios (personas/ y necesidades)
Una arquitectura de la información que facilita el acceso intuitivo a los productos y servicios	Qualifying	Evaluación de la acción Crear contenidos envolventes que respondan todas las dudas de los usuarios.
Mostrar una ficha de servicio con información completa	Present	Decisión de compra Mostrar la USP de cada producto y sus ventajas, no sus características, con un diseño y copy enfocado a la acción
Formulario de compra solicitando sólo la información necesaria y emails de confirmación.	Close	Acción Llamadas a la acción claras, contundentes, que minimizan el riesgo y dan confianza (políticas y privacidad).

Evaluación poscompra
Estrategias de retención

multiplica^x

Ten little changes that take us to a change of paradigm

Beyond online measurement [10]

Why persuability is important?

- ✘ All the sites wants to persuade and click to action.
- ✘ Persuability tooks the core of the business: RESULTS.
- ✘ The improvements are yours for ever.
- ✘ We invest a little to obtain to much.

If we invest in atraction with a down level of conversion, we invest too much to obtain a little.

Why persuability is important?

The challenge is to have users with last and first name.

The challenge is to have clients !

The companies knows that they have to make a conversation with their users (1)



Welcome, **Guest!** | [Join TheLadders today.](#) | [Already a Member? Sign In!](#) | [Employers, Post Jobs Free](#)

The Ladders® | [Home](#) | [Why Join](#) | [About](#) | [Help](#)

Looking for your next \$100k+ Job?

To view jobs, select your job function:

- ▶ [Finance Jobs](#)
- ▶ [General Management Jobs](#)
- ▶ [Human Resources Jobs](#)
- ▶ [Law Jobs](#)
- ▶ [Medical Jobs](#)
- ▶ [Management Consulting Jobs](#)
- ▶ [Marketing Jobs](#)
- ▶ [Operations Jobs](#)
- ▶ [Real Estate Jobs](#)
- ▶ [Sales Jobs](#)
- ▶ [Science Jobs](#)
- ▶ [Technology Jobs](#)

Over **25,000 jobs** every month
More than **850,000 members**

- ▶ **The most comprehensive source for \$100k+ jobs**, all in one convenient job search engine.
- ▶ **Executive level Jobs ONLY.** No low-level fluff. All real, open,

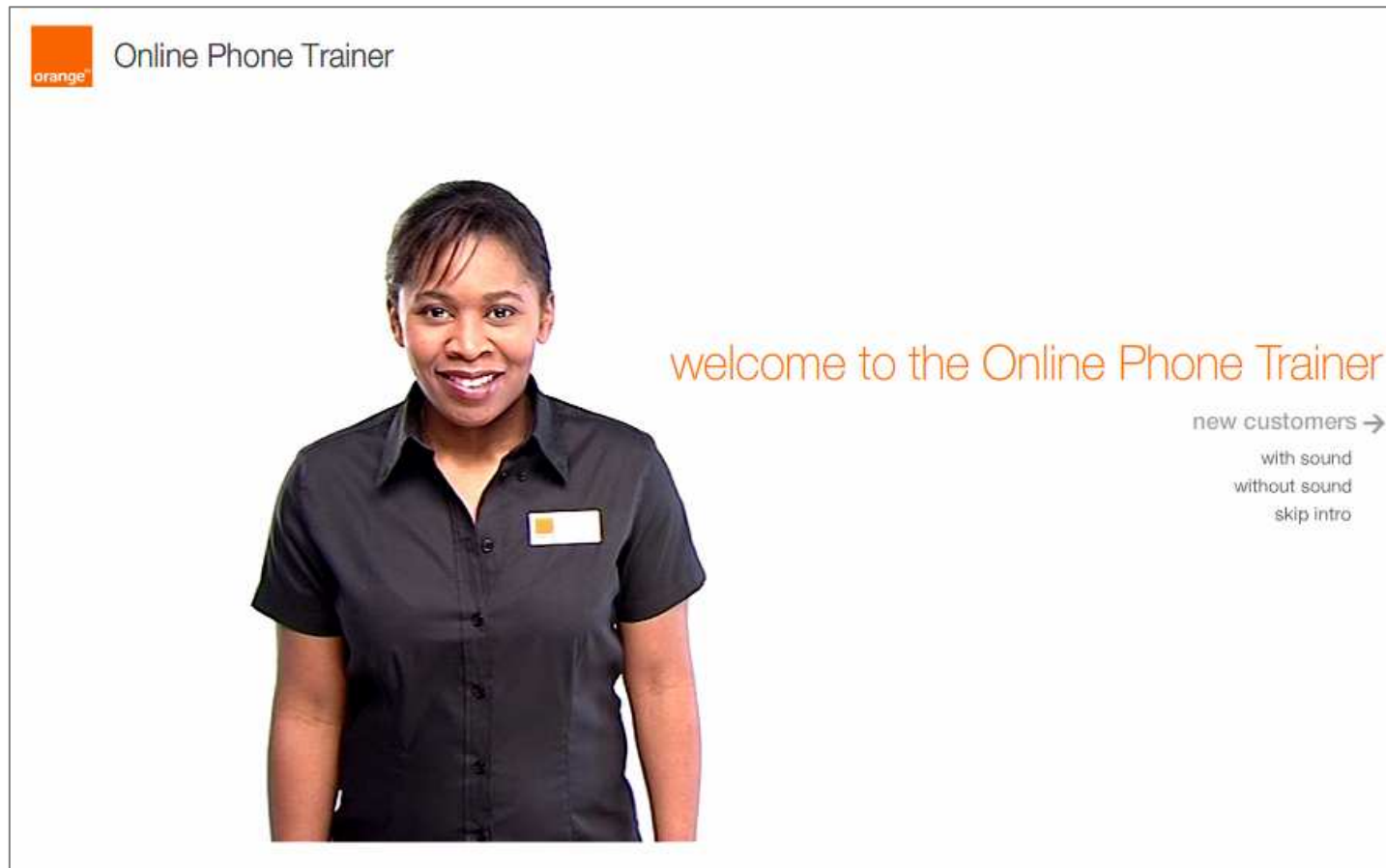
Exclusive Partnerships

 **CareerJournal.com**
THE WALL STREET JOURNAL Executive Career Site



<http://www.theLadders.com>

The companies understand that the web video is the great immediate future communicator (2)



<http://shop.orange.co.uk/shop/phonetrainer>

The companies understand that they have to be empathic with their users (3)

morbia.com

TIENDA Toc Toc MORBIA CONSEJOS CONSULTAS SABÍAS QUE... ENVIOS Y CONFIDENCIALIDAD

cansado de lo de siempre?

Coge una coctelera, añádele un poco de fantasía, mézclalo con placer y adérezalo con mucho morbo. Esto es lo que vas a encontrar en Morbia.com, todo lo que necesitas para hacer realidad tus fantasías. Déjate tentar y disfruta, a solas o en buena compañía. **¿Qué es morbia?**

Juguetes
Despierta tu pasión... y déjate tentar por nuestra selección de juguetes.

- Dildos y vibradores
- Bolas y Anillos
- Otros juguetes
- Preservativos

Puro morbo
No te cortes... Te ofrecemos la lencería y el atrezzo más atrevido para que te dejes llevar...

- Aceites y masajes
- Lencería
- Disfraces
- Atrezzo y bondage
- Libros

Fantasía
Haz realidad tus fantasías... con los sets de productos que morbia ha ideado para vosotros.

- Suéltate el pelo!
- Carpe Diem
- más ...

<http://www.morbia.com>

The Companies understand that there be another way to say things or something (4)

multiplica^x
Instinto digital, actitud de red

Empresa Servicios Resultados Equipo Conocimientos

iiiGoogle nos quiere!!!

Nos conocimos con Adwords, nos enamoramos en San Francisco y nos casamos por las métricas web

[ver nota de prensa >>](#) [ir a metriplica >>](#)

ANALYTICS AUTHORIZED CONSULTANT
Google

QUIERES SABER

- Multiplica en pocas palabras
- Qué nos hace diferentes
- Qué dicen de nosotros
- ↳ Estadísticas que te imparatan

TE QUEREMOS DECIR:

- De qué estamos orgullosos
- De qué somos capaces
- Nuestro código genético
- Leéenos cada día

Cientes



Diario de viaje:

Multiplica vuelve a la carga con nuevos cursos de medición web y persuabilidad

28/4/2006

25 de las mejores empresas del país se dijeron cita en el curso de persuabilidad realizado por Multiplica en el ICEMD. Entre ellas estuvieron American Express, Activo Bank, Transmediterranea, Avis, Hertz, NH Hoteles, Iberia, o Air France. Ahora Multiplica vuelve a la carga con los nuevos cursos de medición web y persuabilidad que se dispone a realizar. [+]

Recibe en **tu mail** el Diario de Viaje

Tu mail



[Aviso legal](#)

Conocimientos:

La persuabilidad gusta (y mucho)

5/5/2006

Esa es la conclusión a la que llego recogiendo el feedback de las empresas que ya han pasado por nuestras aulas. [+]

<http://www.multiplica.com>

The Companies understand that they have to talk their customers language (5)

- Arnéses
- Cuerdas / Cintas
- Rocódromo / Boulder
- Hielo / Nieve
- Cascos / Protecciones
- Tablas / Fijaciones
- Bastones
- Seguridad en nieve
- Reparación de esquí
- Material para perros
- Material de acampada
- Mochilas / Bolsas
- Electrónica / Orientación
- Óptica
- Iluminación
- Hidratación
- Cocina / Alimentación
- Material farmacéutico
- Joyería / Adornos
- Industrial y rescate
- **TODA la tienda**

▶ **Compra por Actividad**

▶ **Compra por Marca**

▶ **Ofertas**

▶ **Restos de stock**

▶ **Librería**

▶ **Barrabes Profesional**

▶ **Tiendas Barrabés**

Pon Barrabes.com como tu **página de inicio**



BYRON TEE MANGA CORTA

Camiseta para trekking con tratamiento HealthGuard: repele los insectos.



[Ver imagen ampliada](#)

Opciones de producto

▶ Cambio de moneda

▶ Selecciona variedad (La imagen cambia al modificar el color)

Precio: 25.86 €
(IVA no incluido)

Talla: s | Color: Aurora Red

Valoración: Calidad / Precio ★★★★★ Prestaciones ★★★★★

Realiza aquí tu compra (Siempre podrás modificarla después)

Cantidad [Anadir a la cesta](#)

[Ver tabla de tallas](#)

Características

Peso *	0.21 Kg.
--------	----------

* Las etiquetas y el embalaje del fabricante están incluidos en el peso.

Descripción del producto

Muy ligera, con las virtudes que suelen tener las camisas de trekking, esta vez en forma de camiseta: no necesita plancha, seca muy rápidamente (30 minutos desde que se acaba de lavar hasta que está totalmente seca), mantiene el cuerpo siempre fresco y seco evacuando el sudor muy rápidamente...pero esta gama de ropa de Berghaus se caracteriza por el tratamiento **HealthGuard** que se caracteriza por:

- Repele moscas, mosquitos, chinches y pulgas.
- Reduce las mordeduras y picaduras de insectos en un 90%.
- Antibacteriano, no coge olor como la fibra normal.
- No irrita, aprobado por el UK Health and Safety Executive (Ejecutiva para la Sanidad y Seguridad del Gobierno Británico).

The Companies don't talk about links, they talk about advantages (6)



¿Buscas el Gran Amor de tu vida?
Inscríbete y te ayudaremos

Soy:

Busco:

Edad:

País:

Perfiles con Foto

Encontrar a alguien ESPECIAL

Búsqueda usuario | Búsqueda avanzada

<http://www.granamor.com>

The Companies understand that that the process need to be easys and fast (7)



¡Inscripción gratuita en un minuto!

1 Mi perfil

Soy Una mujer Un hombre

Creo mi apodo meetic

Mi contraseña

Nací el dd mm aaaa

País donde vives

Mi código postal

Mi ciudad

Mi dirección de e-mail

(para utilizar meetic, en indispensable indicar una dirección válida)

2 Mi búsqueda

Busco Una mujer Un hombre

Entre y años

3 ¡Ya está!

Certifico ser mayor de edad y haber leído las Condiciones Generales del servicio meetic.

Acepto recibir por e-mail las ofertas de los socios de meetic

si no

Acepto las Condiciones Generales y continúo **GO**

<http://www.meetic.es>

The Companies understand the emotions (more than reason) (8)

The screenshot shows the Mayo Clinic website's 'Patient Stories' section. At the top, there is a navigation menu with links for Home, About Mayo Clinic, Medical Services, Patient's Guide, College of Medicine, Jobs, and Contact Mayo Clinic. Below the menu is the Mayo Clinic logo and a search bar. The main heading is 'Mayo Clinic Patient Stories'. The text below the heading describes the importance of patient stories and provides a link to 'See All Patient Stories'. A large image shows a woman and a young boy smiling. Below the image is a testimonial for Heather Henrichs, who mentions her radiofrequency ablation treatment. Below this are three featured stories, each with a small image and a link to read the full story: 'Getting back to what's important' (Carlos Genardini), 'Smooth Sailing -- After heart procedure, life's a breeze' (Mark), and 'Christina goes to the head of the class' (Christina).

Home | About Mayo Clinic | Medical Services | Patient's Guide | College of Medicine | Jobs | Contact Mayo Clinic

MAYO CLINIC search

Mayo Clinic Locations: Arizona | Florida | Minnesota

Mayo Clinic Patient Stories

Mayo Clinic has always thrived on word of mouth: our patients make our best advocates, and their stories are our story. Taken together, they form a ringing endorsement that all our formal awards and accolades just can't match.

Here are some of our patients' stories. As you read them, you'll also get insight into our institution, to our model of care, and how the Mayo approach to medicine can change people's lives. Get acquainted with a few of these stories; it's a good way to get acquainted with Mayo Clinic.

[→ See All Patient Stories](#)

Heather Henrichs still dances, thanks to radiofrequency ablation treatment.
[Read Heather Henrich's Story](#)
Mayo Clinic Patient

Getting back to what's important

Early diagnosis and laparoscopic colon surgery put Carlos Genardini on a fast track to recovery from colon cancer.
[Read Carlos' Story](#)

See all cancer patient stories.

Smooth Sailing -- After heart procedure, life's a breeze

Treatment to cure irregular heart rhythm puts a Mayo-trained doctor back on course.
[Read Mark's Story](#)

See all cardiovascular patient stories.

Christina goes to the head of the class

Epilepsy surgery was a scary thing, but it was the miracle Christina needed to go forth and grow.
[Read Christina's Story](#)

See all pediatric patient stories.

Mayoclinic.org

The Companies create special conditions for their customers who wants to relation with them on line (9)

Our Best Offers - Online Only
FREE Camera Phones Big Weekend Sale!
GET THIS DEAL
TWO-YEAR AGREEMENT, NEW SERVICE AND OTHER RESTRICTIONS APPLY.
[Shop Phones](#) | [Shop Plans](#)

THE ONLINE ADVANTAGE
✓ FREE SHIPPING
✓ 30-DAY

GET A BUMPER DEAL BY SWITCHING TO HALIFAX CAR INSURANCE
NEW CUSTOMERS GET A 10% DISCOUNT ONLINE
CLICK HERE FOR A QUOTE

Halifax.co.uk

multiplix

The Companies understand how important is to creat pressure into the user and create a urgent sensation (10)

111.35 € I/V 1 Adulto (Tasas incluidas) [Desglose precio](#)

→ IDA: Domingo 27 de Noviembre de 2005 << Día anterior - Día posterior >>

○ 15:00	Barcelona, El Prat (BCN)	16:10	Madrid, Barajas (MAD)		Low Cost
---------	--------------------------	-------	-----------------------	--	----------

← VUELTA: Martes 29 de Noviembre de 2005 << Día anterior - Día posterior >>

○ 06:00	Madrid, Barajas (MAD)	07:15	Barcelona, El Prat (BCN)		Low Cost
---------	-----------------------	-------	--------------------------	--	----------

* Gastos de gestión no incluidos.

Reservar →

117.78 € I/V 1 Adulto (Tasas incluidas) [Desglose precio](#)

→ IDA: Domingo 27 de Noviembre de 2005 << Día anterior - Día posterior >>

○ 06:50	Barcelona, El Prat (BCN)	07:30	Palma Mallorca, Son Sant Joan (PMI)		Iberia	Quedan 7 plazas
○ 08:10	Palma Mallorca, Son Sant Joan (PMI)	09:25	Madrid, Barajas (MAD)		Iberia	

← VUELTA: Martes 29 de Noviembre de 2005 << Día anterior - Día posterior >>

○ 09:00	Madrid, Barajas (MAD)	10:10	Barcelona, El Prat (BCN)		Iberia	Quedan 4 plazas
---------	-----------------------	-------	--------------------------	--	--------	-----------------

* Gastos de gestión no incluidos.

Reservar →


Rumbo.es

The Companies let an interaction with the natural language (11)

any questions?

Please enter your question and click 'GO'

GO

 Good afternoon and welcome. I'm 'any questions?', here to answer queries about cahoot. If you have a question you'd like to ask, why don't you try me first and I'll see if I can help?

{ print } { feedback } { contact us } { close }

Cahoot.com

The Companies understand how integrate the phone in their online presence (12)

Occidental-hoteles.com

The screenshot shows a web browser window with the URL `http://as00.estara.com - Free call Occidental Hotel...`. The page features the Occidental Hotels & Resorts logo and a section titled "Talk with Occidental". Below the title, there is a text prompt: "To talk with us, please enter your phone number (fixed or mobile) and press Talk by Phone. We will call you for free." The form includes a "Country" dropdown menu set to "Spain", a "Your Number" input field containing "34", and a "Call me" dropdown menu set to "Right Now". A prominent orange "Talk By Phone" button is positioned to the right of the form. Two small images are displayed: one of a couple dining and another of a resort pool. At the bottom right, it says "Powered by eStara". The status bar at the bottom of the browser window shows the word "Terminado".

This block displays the Occidental Hotels & Resorts navigation menu and a promotional banner. The menu includes links for "HOTELS", "DESTINATIONS", "ACTIVITIES", "COMPANIES", and "SPECIALS". Below the menu, there are links for "who are we", "login", and "Español". The banner features the Occidental logo, a key, and the text "Talk to a Occidental Reservations Agent live" with a "Push to talk" button.



multiplica^x

Contacts:

Project Manager:

Malisa Gutierrez
malisa@multiplica.com

Multiplica

Plaça Tirant Lo Blanc, 7
08005 Barcelona
Telf: 93 224.04.84

Ribera del Loira 46, Ed-2
28042 Madrid
Telf: 91.503.02.83

Augusto Leguía, 100 oficina 801
Santiago de Chile
Telf: 56-09.8718519

www.multiplica.com