



*Este caso práctico se desarrolló con un cliente de SDL, que ahora forma parte de RWS Holdings plc*

# OMRON

OMRON Automation Americas

[www.automation.omron.com](http://www.automation.omron.com)

**Sector:** Automatización

**Sede:** Kioto, Japón

**Tamaño de la empresa:**

36 000 empleados en más de 110 países

**Facturación:** 8000 millones de dólares (2019)

**Fundación:** 1933

#### Elementos de la solución:

Tridion Sites®

Tridion® DXD

Acelerador de la gestión de activos digitales

## OMRON Automation Americas aumenta sus oportunidades de negocio y mejora varios indicadores clave de rendimiento online

**Mediante Tridion Sites, OMRON Automation Americas proporciona ahora personalización y autosoprote a clientes, inversores, socios, medios y visitantes.**

OMRON es un socio de automatización industrial que crea, vende y ofrece soluciones de automatización completamente integradas que incluyen la detección, el control, la seguridad, la visión, el movimiento, la robótica y muchas más.

Fundada en 1933, cuenta con unos ingresos globales de más de 8000 millones de dólares, 200 000 productos y 36 000 empleados en más de 110 países que ayudan a las empresas a resolver problemas con creatividad.

OMRON Automation Americas, que forma parte de OMRON Corporation, es una empresa reconocida como líder mundial en servicios avanzados de automatización industrial, que ofrece soluciones a problemas de automatización complejos para clientes de los sectores de automoción, fabricación, electrónica, embalaje y ciencias biológicas.

#### ¿A qué retos se enfrentaron?

Dado el amplio número de soluciones que ofrecen y los mercados en los que operan, OMRON quería que la búsqueda de productos e información en su sitio web, la creación y gestión directa de la cuenta o el trato con su red global de socios y distribuidores fueran acciones rápidas y sencillas.

Sin embargo, la arquitectura de la información mal alineada del sitio impedía a los usuarios encontrar lo que buscaban.

**«El objetivo que tenemos con el sitio web es mostrarle al usuario final quién es Omron. No solo somos un proveedor de piezas y productos; queremos cambiar la imagen de la marca y mostrarnos como un socio de soluciones».**

**Karina Orozco**

Directora de marketing digital de OMRON Automation Americas

Además, la información sobre los productos descatalogados solo estaba disponible para los usuarios que iniciaban sesión y algunas de las páginas de productos no tenían suficiente contenido para mejorar las clasificaciones de búsqueda y las puntuaciones de calidad, lo que significaba que su clasificación en los motores de búsqueda no era tan alta como debería serlo. Junto con los bajos índices de conversión del sitio, OMRON estaba perdiendo grandes cantidades de ingresos potenciales, por lo que mejorar la optimización de motores de búsqueda (SEO) era una prioridad.

OMRON era consciente de que su sitio web no estaba al día de los últimos desarrollos, así que necesitaba invertir; sin embargo, no quería quedar atrapada pocos años después con tecnología obsoleta. Lo que querían era la flexibilidad para lanzar canales adicionales en el futuro, como una aplicación móvil o un portal de ventas, si lo deseaban.

**La solución**

El desarrollo de una arquitectura moderna para su sitio web fue clave para ofrecerles lo que necesitaban.

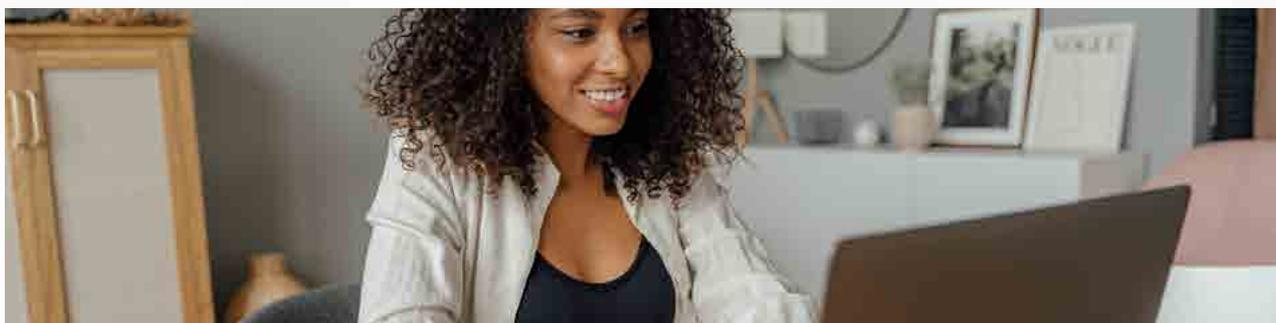
OMRON decidió adoptar Tridion Sites 9 para crear y gestionar contenido estructurado por componentes que les permitiría personalizar las experiencias para cada visitante a través de páginas web únicas y en cualquier canal.

Tridion Sites 9 le brinda a OMRON la flexibilidad y preparación para escalar en el futuro cualquier número de sitios, canales, idiomas y marcas. Ofrece contenido sin periféricos, con microservicios y con la innovadora tecnología GraphQL. Al usar React como marco de trabajo moderno de JavaScript de front-end, OMRON pudo crear un sitio con gran capacidad de respuesta para cautivar a los visitantes.

Para que el contenido multimedia enriquecido para el sitio web se pudiera gestionar fácilmente, OMRON decidió utilizar Bynder para la gestión de activos digitales (DAM). La excelente integración entre la gestión de activos digitales de Bynder y Tridion Sites garantiza un flujo de trabajo perfecto que elimina la duplicación manual de los contenidos.

HubSpot proporciona las capacidades de automatización de marketing necesarias para ofrecer formularios de generación de oportunidades, la integración con el sistema CRM y la gestión de los perfiles de cliente que, posteriormente, promueven la personalización en Tridion Sites 9.

OMRON trabajó estrechamente con Dept, el socio de SDL, el cual diseñó, construyó y lanzó los nuevos sitios web.



**«Nuestro objetivo era hacer que la marca OMRON fuera más visible online y más fácil de usar para los clientes, al tiempo que presentábamos nuevos servicios personalizados. La sólida arquitectura técnica de SDL Tridion Sites, junto con las mejoras de diseño y en la experiencia de usuario, transformará el modo en que OMRON interactúa con los clientes en su propio idioma y a través de su dispositivo favorito».**

#### **Harvey Turner**

Director general de diseño y tecnología de Dept en EE. UU.

**«Creemos que este sitio nuevo ofrecerá una experiencia más valiosa a los visitantes, ya que hemos prestado especial atención a la personalización y al autoservicio».**

#### **Robb Black**

Presidente y director ejecutivo de OMRON Automation Americas

#### **¿El resultado?**

OMRON Automation Americas lanzó el nuevo sitio web en cuatro mercados e idiomas para apoyar su estrategia de crecimiento digital. El sitio web relanzado ofrece a los clientes de EE. UU., Canadá, Brasil y México una experiencia altamente personalizada en su propio idioma, junto con la funcionalidad de autoservicio y experiencias de contenido multimedia enriquecido.

Además, el nuevo sitio ofrece a los usuarios registrados la información que están buscando con menos clics, a la vez que proporciona contenido de valor agregado para quienes simplemente visitan el sitio para echar un vistazo.

#### **Portal de autoservicio personalizado**

El portal de autoservicio es una sección clave del nuevo sitio de OMRON. La estructura personalizada del portal, el proceso de registro y los datos recopilados permiten segmentar a los usuarios. Una vez que se ha verificado a un usuario, el contenido del portal se adapta para proporcionar una experiencia más personalizada y relevante; los visitantes se autoidentifican como distribuidores, integradores de sistemas, empleados, usuarios finales o miembros de la prensa para poder ofrecerle a cada uno contenido relevante en función de su perfil.

Con el nuevo portal, OMRON ahora tiene la capacidad de personalizar la navegación, el nivel de página y el contenido a nivel de componente según los diferentes grupos de usuarios. La información recopilada durante el proceso de registro se utiliza para ayudar a dar apoyo y optimizar las actividades y los procesos de automatización de marketing.

Un nuevo marco de medición digital, desarrollado por Dept, proporciona a OMRON análisis vitales que van más allá de las visualizaciones de nivel de página y ayuda a dirigir el desarrollo de tableros personalizados.

#### **Búsqueda avanzada**

Los usuarios ahora pueden reducir su búsqueda por categorías, precios, opciones de producto y campos personalizados. Esto se traduce en menos clics en la información que los usuarios necesitan y menos tiempo dedicado a la página de inicio.

#### **Información mejorada sobre los productos**

Ahora cada página de productos tiene la capacidad de mostrar imágenes y vídeos, proporcionar acceso a hojas de datos y mostrar una llamada a la acción directa para solicitar un presupuesto. Se tomó la decisión de mantener los productos descatalogados activos; ahora se muestran en la página de resultados cuando se buscan y no hace falta que el usuario inicie sesión. Ahora la página de productos descatalogados informa al usuario de que el producto ya no está disponible y sugiere productos alternativos adecuados.

## OMRON Automation Americas aumenta sus oportunidades de negocio y mejora varios indicadores clave de rendimiento online

### Ventajas clave de la adopción de Tridion Sites 9

- Entrega omnicanal con capacidades sin periféricos mejoradas
- Solución altamente interoperable que se puede conectar fácilmente con contenido externo y repositorios de datos
- Mejoras de productividad para los editores web
- Seguridad y cumplimiento: cumplimiento de los estándares globales y de la industria
- Implementación flexible y actualizaciones más fluidas mediante el uso de contenedores de Docker y actualizaciones graduales

### Los resultados cuantificados

Durante los dos primeros meses desde su lanzamiento, OMRON Automation Americas presenció un aumento del tráfico online, los registros de clientes y una mejor clasificación en los principales motores de búsqueda.

- La posición media en la búsqueda es 10 posiciones superior
- El tráfico de búsquedas orgánicas hacia el nuevo sitio ha subido más de un 15 %
- Casi un 20 % de aumento en el tráfico de Google
- Más de 800 clientes potenciales recibidos
- 600 nuevas cuentas registradas
- El número medio de vistas de la página casi se duplicó
- La duración media de la sesión mejoró en más de 20 segundos
- El porcentaje de rebote mejoró más de un 20 %
- Aumento entre un 14 % y un 23 % de los visitantes móviles
- El tiempo de carga del nuevo sitio es cuatro segundos más rápido

La sólida arquitectura técnica, combinada con el diseño y las mejoras de la experiencia de usuario, han creado un sitio de alta calidad que está preparado para la futura planificación digital de OMRON.

## Conoce más historias de nuestros clientes:

[rws.com/es/customers](https://www.rws.com/es/customers)

### Acerca de RWS

RWS Holdings plc es el principal proveedor de servicios lingüísticos basados en tecnología, de gestión de contenidos y de propiedad intelectual del mundo. Ayudamos a nuestros clientes a conectarse y a ofrecer nuevas ideas a personas de todo el mundo mediante la comunicación de contenido empresarial crítico a escala y la protección y materialización de sus innovaciones.

Nuestro objetivo es ayudar a las organizaciones a interactuar de forma eficaz con personas de cualquier parte del mundo. Para ello, utilizamos nuestra inteligencia global colectiva, amplia experiencia y tecnología inteligente para resolver cualquier reto relacionado con idiomas, contenido y acceso al mercado.

Entre nuestros clientes se encuentran 90 de las 100 principales marcas del mundo, las 10 empresas farmacéuticas más destacadas y aproximadamente la mitad de las 20 empresas que más patentes registran en todo el mundo. Nuestra base de clientes abarca las regiones de Europa, Asia Pacífico y América del Norte y del Sur, e incluye una amplia gama de sectores: tecnológico, farmacéutico, médico, legal, químico, automoción, gubernamental y telecomunicaciones. Ofrecemos nuestros servicios desde oficinas en cinco continentes.

Fundada en 1958, RWS tiene su sede en el Reino Unido y cotiza públicamente en AIM, el mercado regulado de la Bolsa de Londres (RWS.L).

Para obtener más información, visita: [www.rws.com/es](https://www.rws.com/es)

© Reservados todos los derechos. La información incluida en este documento se considera confidencial y propiedad de RWS Group\*.

\* RWS Group es RWS Holdings PLC en representación propia y de sus filiales.