

Nuevo estudio de Blueknow: el tiempo de envío de emails, la clave para recuperar carritos abandonados

Enviar emails de recuperación de carro abandonado a los 40 minutos consigue una conversión tres veces mayor que hacerlo más allá de las 24 horas. El tiempo de envío de las comunicaciones de recuperación de carro abandonado es clave para conseguir buenas conversiones

Blueknow, la empresa especializada en la personalización de la experiencia de compra, ha realizado un estudio sobre 100.000 carros tratados de empresas que utilizan su propia herramienta de recuperación de carritos abandonados. Desde la propia empresa querían comprobar cómo influye el tiempo que tardamos en enviar la comunicación en la conversión. Así que han observado los minutos que pasan desde el abandono hasta que se envía el email de recuperación y cuántos de estos emails terminan en compra (tasa de conversión = emails que convierten / emails que enviamos).

Han llegado a la conclusión de que en promedio el tiempo óptimo para enviar el email de recuperación de carrito abandonado son 40 minutos, aunque todo depende del público objetivo de cada eCommerce. Cuando enviamos un email a los 40 minutos del abandono obtenemos la tasa de recuperación más alta, 6,1%.

Agrupando los tiempos de envío, se percibe que en las tres primeras horas se obtienen tasas de conversión del 5.04%. Poder impactar en estas tres primeras horas es importante para el eCommerce. Si se envía el email a las 24h del abandono la tasa de conversión desciende hasta el 2,84%, y si se tarda más de un día en la comunicación la conversión cae aún más hasta el 1,44%.

Con los datos que se han obtenido podemos decir que la comunicación es más efectiva cuando está próxima al momento del abandono. Si el usuario recibe la comunicación dentro de la primera hora, ésta convierte hasta un 264% que si se envía 24 horas después del abandono. Enviar en un tiempo próximo al abandono hace que el usuario tenga más presente los productos que quería y posee un deseo de compra más fuerte, por lo que las tasas de conversión son más altas que si distanciamos las comunicaciones en el tiempo.

Datos de contacto:

Iria Casal Cosque
CMO Grupo VIKO
+34 666 553

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

Categorías: [Telecomunicaciones Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>