[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Barcelona el 22/11/2016

# [La marca Cuidado con el Perro se suma al coviewing de Oct8ne](http://www.notasdeprensa.es)

## El grupo Almacenes García ha apostado por utilizar Oct8ne para interactuar con sus usuarios en tiempo real en su primera tienda online del grupo

Las prendas de Cuidado con el Perro se expanden ya por casi 40 tiendas repartidas por todo Latinoamérica y, cómo no, es una de las marcas que también ha querido dar el salto al e-commerce; siendo la primera del conjunto Almacenes García que ahora podrá llegar a cualquier punto del país. Los amantes de la moda casual y desenfrenada además de disfrutar de una buena calidad a un precio económico, ahora también tendrán la posibilidad la atención al cliente de una forma muy positiva: La marca ha apostado por utilizar Oct8ne para interactuar con sus usuarios. El objetivo de la compañía es que no haya ninguna diferencia en cómo la marca se relaciona y atiende al consumidor, tanto si es en una tienda física o en una compra online. Tito Calvo, el Director de Estrategia Digital de Cuidado con el Perro, explica que su proyecto estratégico más importante es la omnicanalidad. “Somos una empresa innovadora y este es nuestro punto de partida: Queremos que, salvo el contacto físico, la experiencia sea la misma. Por eso nos decidimos por Oct8ne, es una solución absolutamente innovadora y que provee al usuario de una experiencia única y diferencial sin importar el canal por el que contacten”. “La tecnología coviewing es enriquecedora, divertida, usable, aporta valor y nos provee de la visión del consumidor en el momento de la compra. Para nosotros es una compra guiada donde actuamos como un Personal Shooper”. La preocupación principal de Oct8ne es conocer los beneficios que encuentra cada cliente en su software y, para Cuidado con el Perro, hay dos ventajas diferenciales: La primera, que la funcionalidad del coviewer reduce las devoluciones en su e-commerce gracias a que utilizan el panel compartido para guiar las compras. “Esto tiene un impacto directo en nuestra cuenta de resultados”, afirma Calvo. Pero, por otro lado, también aporta valor que el usuario esté en el centro de todas las decisiones estratégicas de la compañía donde apuestan por mejorar la experiencia del usuario: “La estrategia sobre la que hemos construido el proyecto es muy clara y se vertebra sobre tres pilares: Mobile First, Brand Content y User Experience. Estamos convencidos de que Oct8ne se integra perfectamente con estos tres pilares. El covisor y los triggers son determinantes en nuestro negocio”.

**Datos de contacto:**

Beatriz Rojo

Responsable de comunicación

93 2856513

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/la-marca-cuidado-con-el-perro-se-suma-al](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Franquicias Finanzas Marketing Emprendedores E-Commerce Software Consumo

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

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