

TOUR TERRITORIO DIGITAL • VALENCIA

IMPULSA LA **DIGITALIZACIÓN** Y LAS VENTAS **DE TU NEGOCIO**

GRATIS | 6 octubre - 17 noviembre 2020 | Online | 7 sectores | 7 municipios

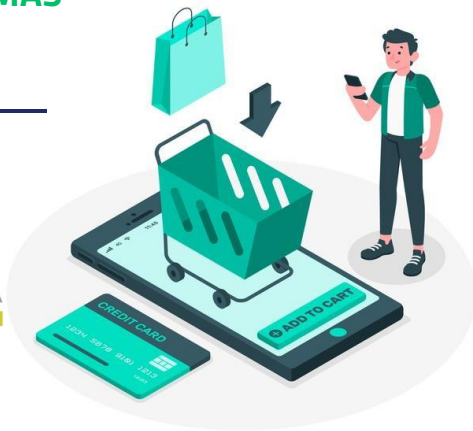


Cómo mejorar la usabilidad de nuestro ecommerce para aumentar ventas

PEQUEÑA GUÍA DE ÚLTIMAS
TENDENCIAS

Jonathan Escobar

Gsoft Innova



**OBJETIVO =
CRECIMIENTO**

¿Qué es la experiencia de usuario web? (ux)

Combinación de técnicas, elementos visuales y funcionalidades



Factor Emocional



Diseño y tecnología

Primeros pasos

Tiempos de carga

Optimización de
velocidad: Servidor,
tecnología, recursos.



Analizar al visitante

Mapas de calor o
grabaciones de
comportamiento



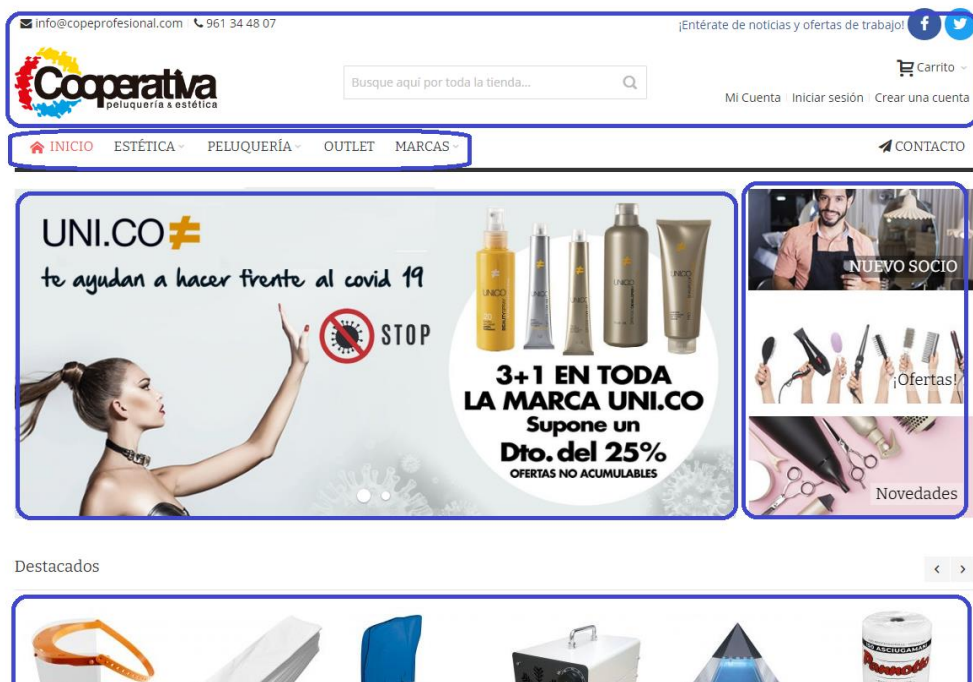
Google
Analytics

Smartsuppo

Diseño: estructura e imagen de marca

Estandarización de estructura y contenidos

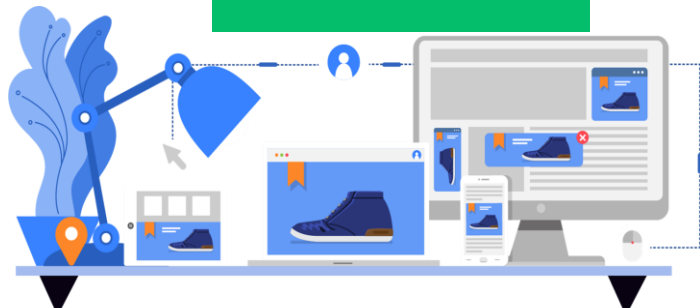
Logotipo, barra de búsqueda, Menú lateral zona para banners de información, zona de contenido principal y pie de página



Diseño: estructura e imagen de marca

Simplicidad y
minimalismo

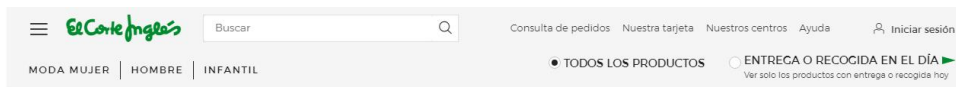
Belleza y personalidad.
Imágenes, los colores y
el copy influyen
psicológicamente en
las decisiones de
nuestro visitante.



Diseño: estructura e imagen de marca

Mantener coherencia y la marca

Transmitir y atribuir los valores deseados a los productos que estamos vendiendo.



EL CORTE INGLÉS



8 DÍAS
DE
ORO

DEL 22 DE OCTUBRE AL 8 DE NOVIEMBRE



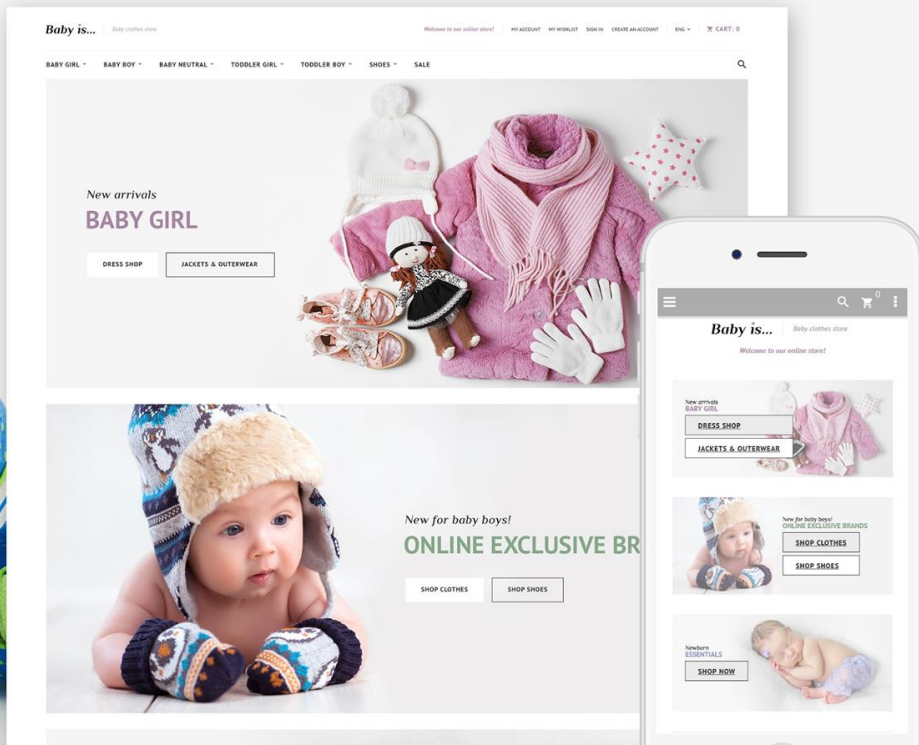
Adaptabilidad

DISEÑOS ADAPTADOS

Crecimiento de las transacciones a través de dispositivos móviles



Magento®



Navegación



INFORMACIÓN ACCESIBLE Y CLARA

FAQS, Teléfono, Condiciones de compra,
Contacto, ChatBots



GENERAR CONFIANZA

Certificado de seguridad SSL



BUSCADOR DE PRODUCTOS

Resultados precisos y coherentes



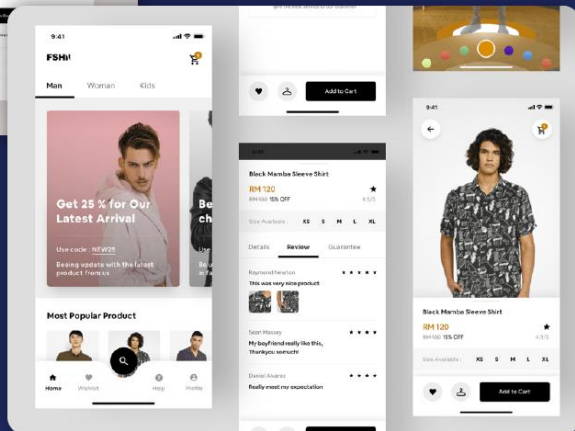
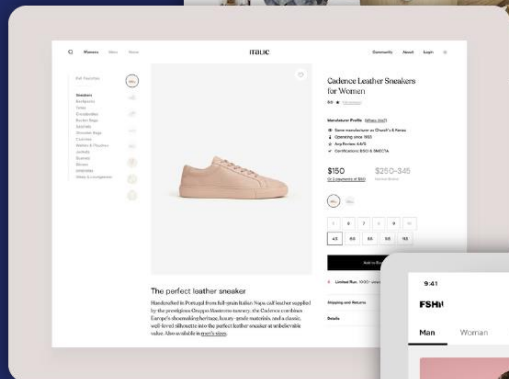
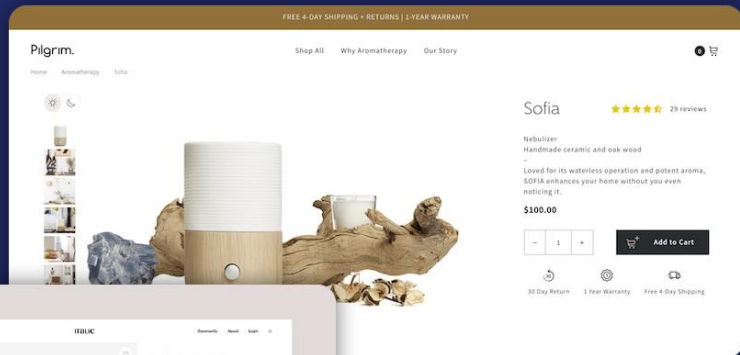
LLAMADAS A LA ACCIÓN CLARAS

CTA bien visibles

Confección del catálogo

ORGANIZA CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS

1. Niveles de categorización max 3
2. Atributos específicos: búsqueda a través de filtros
3. Miga de pan ó Breadcrumbs

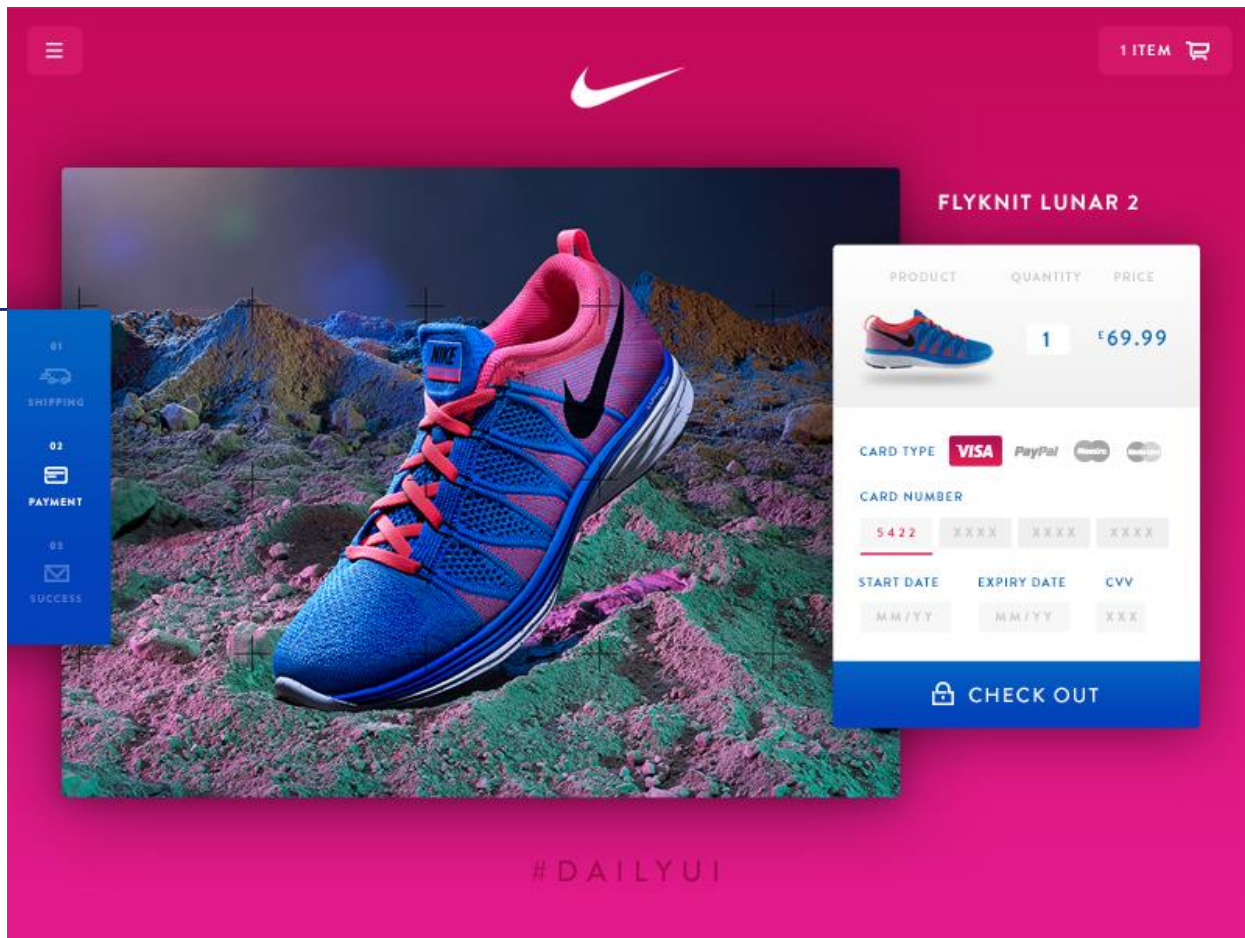


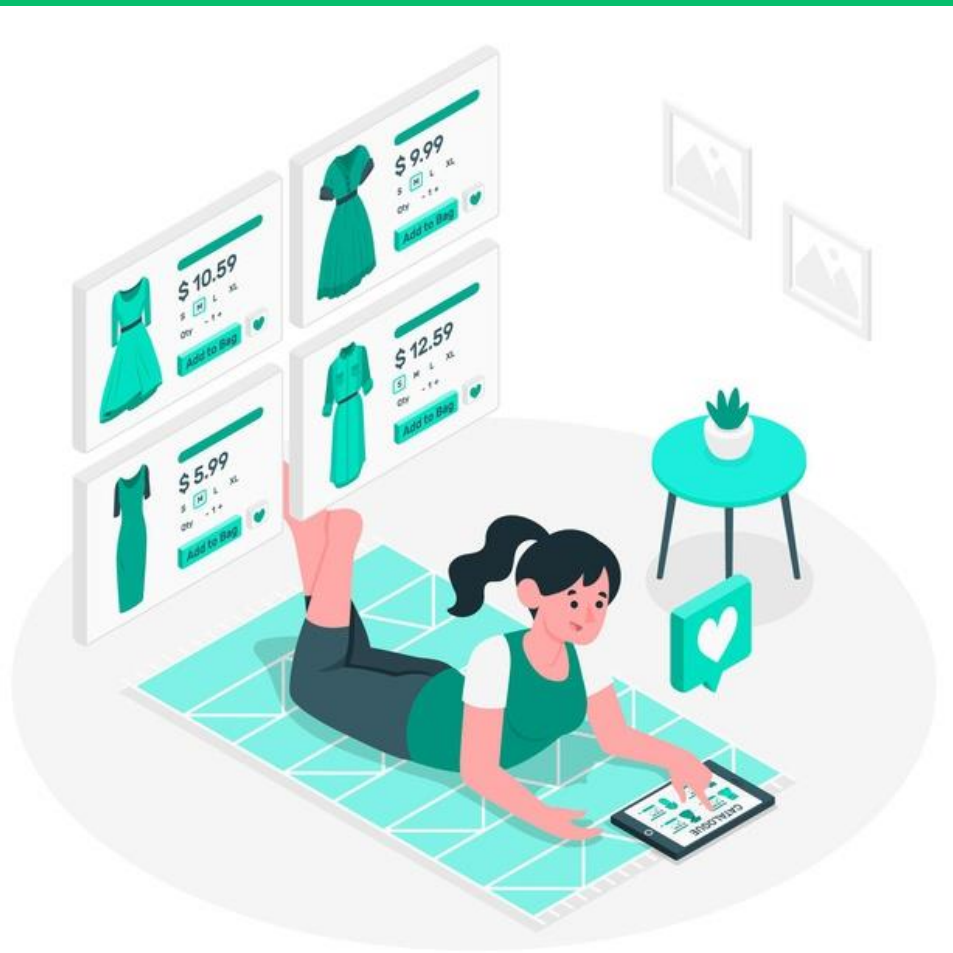
Ficha de producto

1. Fotografía y contenido gráfico
2. Datos y descripción de productos
3. Eliminar información irrelevante
4. Incluir reseñas o comentarios de producto
5. Productos relacionados / sustitutos
6. Productos vistos recientemente

Proceso de compra

1. Carrito siempre visible
2. Potenciar interacción y participación
3. CheckOut sencillo
4. Compra sin registro
5. Confirmación del pedido





Proceso Post-Compra

Herramientas para facilitar la compra recurrente.

- Opción de reordenar un pedido.
- Suscripciones

RESUMEN

CÓMO MEJORAR LA USABILIDAD DE NUESTRO ECOMMERCE PARA AUMENTAR VENTAS

- Optimización tiempos carga
- Análisis del cliente
- Estandarización estructura
- Simplicidad y minimalismo
- Coherencia y la marca
- Adaptabilidad (responsive)
- Información Accesible: Teléfono visible
- Generar Confianza: HTTPS, recogida en tienda
- Buscador de productos: Predictivo, no eliminar búsqueda, corrija errores, sinónimos
- Scroll Infinitos
- CTAs Claras y eficientes
- Confección del catálogo: Categorías y subcategorías, Atributos de productos, filtros.
- Ficha de producto: Fotografía contenido calidad, videos, infografías animadas, 3d

RESUMEN

CÓMO MEJORAR LA USABILIDAD DE NUESTRO ECOMMERCE PARA AUMENTAR VENTAS

- Procesos compra, post-compra
- Datos y descripciones de productos completas
- Fuera información irrelevante.
- Reseñas y valoraciones de productos.
- Productos relacionados o sustitutivos.
- Productos vistos recientemente.
- Carrito siempre visible.
- CheckOut sencillo.
- Potenciar interacción y participación del usuario: Microinteracciones.
- Evitar cargos ocultos.
- Compra sin registro.
- Social login.
- Confirmación de pedido.
- Enviar correo tras la compra.
- Reordenar un pedido.
- Suscripción a ventas recurrentes.

¡Gracias!

Jonathan Escobar

joesser@gsoft.es

678 478 355 - 963 791 192

www.gsoft.es



SIGUE IMPULSANDO LA **DIGITALIZACIÓN** Y LAS VENTAS **DE TU NEGOCIO**

ticnegocios.camaravalencia.com