

**DESCUBRIMIENTO**ADQUISICIÓN
Y CONVERSIÓNGESTIÓN DE
CUENTASAYUDA Y ATENCIÓN
AL CLIENTESUPERVISIÓN
DE PLATAFORMAS

Preguntas frecuentes: Optimización del pilar de descubrimiento digital.

Las pequeñas cosas que hacen que el cliente compre o abandone.

En el ámbito digital, la primera impresión cuenta, y mucho. A partir del momento en que un cliente se planta en tu puerta digital, solo necesitará unos segundos en tu sitio web para decidir si compra o se marcha.

Pero ¿dónde es mejor que centres tus esfuerzos de optimización? Después de trabajar con equipos digitales de las principales marcas, hemos determinado que estas son las preguntas más efectivas que puedes hacer sobre tus datos a fin de optimizar las distintas microexperiencias dentro del pilar de descubrimiento.



MICROEXPERIENCIA

PÁGINA DE INICIO Y PÁGINAS DE DESTINO

PREGUNTAS QUE HACER SOBRE TUS DATOS

- **¿Es demasiado alta mi tasa de rebote?**
- **¿De dónde proceden mis visitantes?**
¿Cuál es el desglose entre móviles y ordenadores?
- **¿Qué papel tienen los distintos segmentos de público en las tendencias y el rendimiento?**

CÓMO CONTESTARLAS

Aunque la tasa de rebote es un indicador útil de la efectividad general de una página, sabrás si la tuya es buena cuando hayas consultado los estándares del sector y establecido una referencia.

Lo mismo puede decirse de los tipos de dispositivo y los segmentos de público: ¿cabe esperar una tasa de rebote más alta en móviles que en ordenadores? ¿Presentan una tasa de conversión más alta los titulares de cuentas que los invitados? ¿O están señalando tus datos una anomalía en alguna parte del journey del cliente?

NAVEGACIÓN POR EL SITIO

- **¿Entienden cómo navegar por mi sitio los visitantes?**
- **¿Hay errores de navegación que los estén ahuyentando?**

La navegación por tu sitio es lo que conecta la experiencia del cliente a medida que se desplaza por tus páginas: cuanto más fácil le resulte navegar, más tiempo se quedará.

Pero ¿cómo sabes si lo es? Clics de furia, errores en códigos de producto y botones que no funcionan son claras señales de advertencia.

BÚSQUEDA

- **¿Resultan útiles a los visitantes mis resultados de búsqueda?**
- **¿Qué búsquedas no dan ningún resultado?**
- **¿Cómo afectan a la búsqueda los tiempos de carga de las páginas?**

Al igual que la navegación, una búsqueda eficiente en el sitio ayuda a los visitantes a encontrar rápidamente lo que necesitan. Para saber cuáles son las áreas problemáticas de la búsqueda de tu sitio, fijate en la tasa de continuación de búsqueda, las llamadas de API lentas y las búsquedas infructuosas, que podrían ayudarte a decidir qué pasos dar a continuación.



¿Quieres optimizar los cinco pilares del journey del cliente digital?

Descarga el ebook