

Casos de Éxito

Cliente: Ecommerce Maquinaria y Herramientas para Profesionales.

Proyecto: CRO.

Duración: 6 meses.

Estrategia:

La web presentaba tasas de abandono muy altas en las diferentes fases del embudo. Dada la baja duración del proyecto (6 meses), centramos nuestros esfuerzos en optimizar la primera línea adaptando la home al comportamiento detectado por el usuario y al perfil del mismo:

- Supresión de secciones con gran protagonismo en la Home y por las que los usuarios mostraban muy poco interés según mapas de calor y datos de navegación.
- Optimización de secciones de interés para el usuario mejorando su diseño, dándoles más protagonismo y desplazándolas hacia la zona de pre-scroll.
- Carrusel inicial (ofertas). Rediseño del carrusel inicial para dar más protagonismo a la oferta y al producto (eliminación de elementos de distracción el la creatividad que impedía ver con claridad el producto, reivindicación más notoria de descuentos, rediseño de CTA's para darles más visibilidad y mejorar el CTR).

Resultados:

↑ **68%**

Aumento de visitas
páginas de ofertas

↑ **68,7%**

Aumento de visitas
páginas de novedades

↑ **43%**

Aumento de visitas
productos del
carrusel

↑ **61%**

Aumento de visitas
páginas de checkout

↑ **52%**

Aumento de visitas
página de
confirmación de
compra

Cliente: Centro de Estética y Salud.

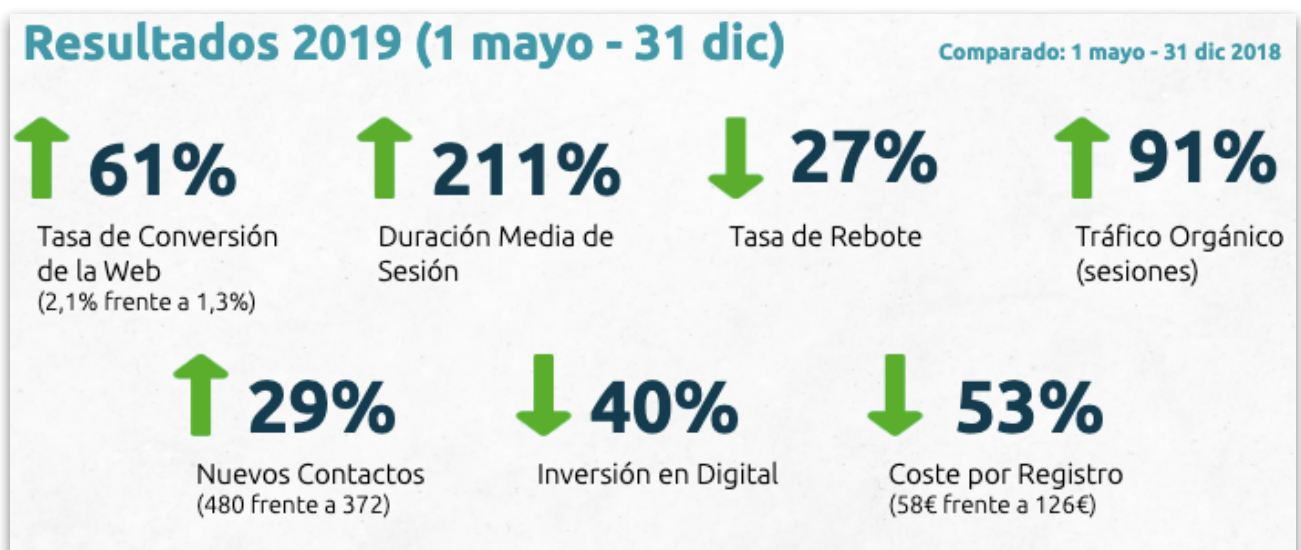
Proyecto: Inbound Marketing.

Duración: 12 meses.

Estrategia:

- Estrategia de estudio de cliente/s objetivo: Buyer Persona y Customer Journey.
- Desarrollo de una Web con contenido enfocado en solucionar los problemas de los Buyer Persona durante cada etapa de su Customer Journey basados en un estudio exhaustivo de términos clave para un mejor posicionamiento orgánico y sostenida sobre unos cimientos de Usabilidad y Experiencia de Usuario óptimos.
- Estrategia de captación de leads en etapas más tempranas del Customer Journey.
- Estrategia de alineación y retroalimentación entre Marketing y Ventas para una mejor gestión de registros y oportunidades de negocio.
- Estructura de recopilación e interpretación de datos cuantitativos y cualitativos para propiciar la mejora continua en pos de obtener un mayor rendimiento y rentabilidad del canal online.

Resultados:



Resultados 2019 (1 mayo - 31 dic)

Comparado: 1 mayo - 31 dic 2018

32.640 €

Ahorro Total de Costes por Registro
(480 Contactos x 68€)