

Documento de UX - Acercamiento al sitio Adidas Argentina

Propósito

Este documento tiene como objetivo identificar flujos críticos y diferencias de riesgo en el sitio de **Adidas para Argentina**, considerando que **cada país puede presentar diferentes elementos visuales** (videos, banners, sliders), **distintos flujos de acceso a productos** y **diversas prioridades de contenido**, como blogs, promociones o colecciones. Para esto, se tomarán como referencia las páginas de Adidas USA y UK, con el fin de **comparar enfoques** y **destacar particularidades** de la versión Argentina.

El análisis busca **establecer los elementos y flujos más relevantes para usuarios argentinos**, lo que permite determinar **qué probar primero**, **anticipar posibles fallos** derivados de cambios de diseño y **ajustar la checklist** y **los casos de prueba** según la versión local del sitio.

Adidas Argentina (.com.ar)

El sitio de **Adidas Argentina** demuestra una **adaptación clara al contexto económico y cultural local**, priorizando **beneficios financieros**, **promociones** y **claridad en la propuesta comercial**. Su UX está orientada a la **eficiencia** y a la **reducción de fricción en la decisión de compra**.

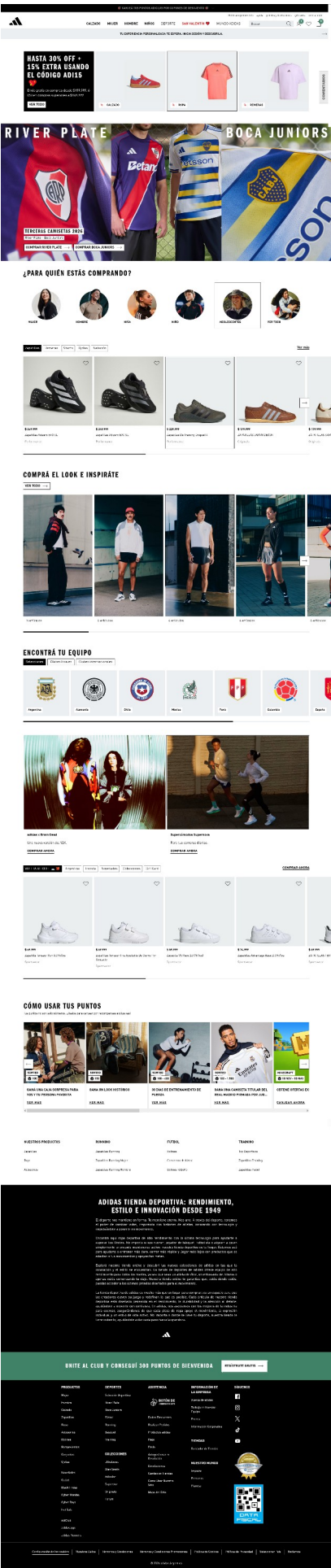
Se destacan:

- **Eventos comerciales relevantes** (San Valentín).
- La **importancia cultural del fútbol** en el país.
- **Momentos clave del calendario local** (inicio de clases en marzo).

Se denota una **estrategia clara de contextualización local y estacional**, pensando en el **usuario final** y no únicamente en una **campana global**. Genera **identificación inmediata**, aumentando la **relevancia percibida**.

A través de su sección **“comprá el look e inspirete”**, se introduce un componente más **aspiracional** que implica **venta por combinación de prendas**, estrategia de **cross-selling** y **construcción de identidad de marca** a partir de un estilo propio.

Existe un fuerte enfoque en **promociones** y **precio visible**, orientado a generar **conversión** y priorizar la **toma de decisiones rápida**. En **mercados sensibles al precio**, mostrar el valor directamente **reduce pasos** y **aumenta la intención de compra**.



Adidas Reino Unido (.co.uk)

El sitio de Adidas UK presenta un enfoque más **aspiracional** y **editorial**, implicando que la experiencia no está centrada principalmente en vender un producto por **precio** o **promoción**, sino en proyectar un **estilo de vida**, una **identidad** o una **emoción** con la que el usuario quiera identificarse.

Para esto:

- Prioriza **colecciones** por deportes y estilo.
- Invita a **descubrir tendencias**.
- Construye **identidad deportiva/moda**.
- Genera **deseo** más que **urgencia promocional**.
- Jerarquiza **contenido**.

La experiencia está diseñada para **inspirar** y **explorar**. El usuario es guiado a través de **historias visuales** y **categorías específicas más detalladas**. La navegación es más rica en **opciones segmentadas**, lo que favorece la **exploración estructurada**.

Adidas Estados Unidos (.com/us)

El sitio estadounidense combina elementos **comerciales** con contenido **editorial** y de tipo **blog**.

El enfoque es **híbrido**, se mezcla **conversión directa** con **engagement**. Esto puede aumentar el **tiempo en el sitio** y fortalecer el **vínculo con la marca**, aunque también puede diluir ligeramente la **inmediatez de compra** para usuarios orientados a tareas rápidas.

La home integra:

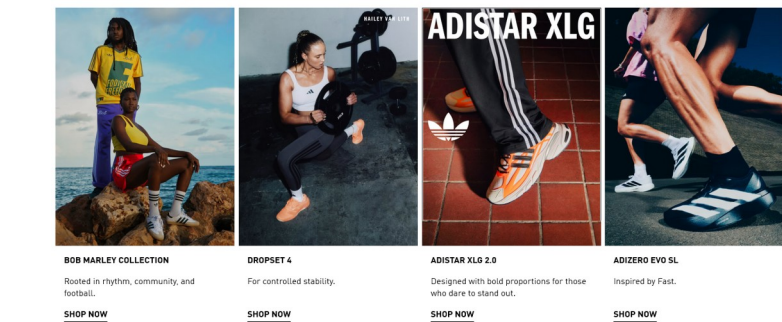
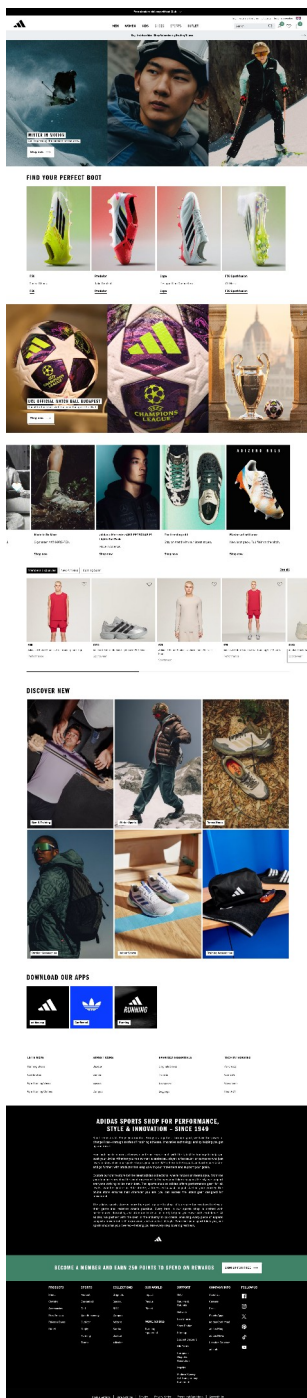
- **Tendencias globales**.
- **Lanzamientos destacados**.
- **Secciones inspiracionales**.
- **Contenido de estilo de vida y deporte**.
- **Cultura sneaker y streetwear**.
- **Menor protagonismo del precio**.

El sitio de USA proyecta una **marca fuerte y consolidada**. No necesita apoyarse tanto en **descuentos** para convertir porque el **valor de marca** es alto. El consumidor está más acostumbrado a comprar por **lanzamiento** y se sustenta en una **cultura de consumo de sneakers y drops**.

Fidelización

En los tres mercados se promueve **AdiClub**, pero en Argentina el programa aparece fuertemente vinculado a **beneficios tangibles (puntos, descuentos)**, mientras que en UK y USA se integra más como parte del **ecosistema de marca**.

Imágenes: Izquierda Adidas UK – Derecha Adidas USA



Popular right now

ultraboost

samba

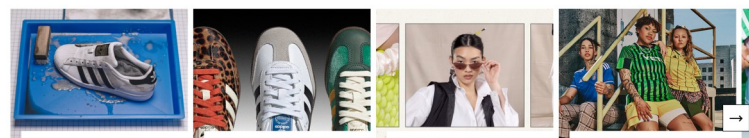
mexico

gazelle

campus

spezial

RELATED RESOURCES



How To Clean Shoes
Get down and dirty with adidas and learn how to clean your sneakers the right way.

The adidas Samba Size Guide
Tired of asking are Sambas true to size? Check out our official adidas Samba size chart for all you need to find your perfect Samba style and fit...

Ace the Looks: How to Style a Tennis Skirt
Are you ready to serve? Learn how to style your tennis skirt outfits with adidas.

How To Style A Soccer Jersey
From sporty to flirty to polished, the soccer jersey is a surprisingly versatile wardrobe hero. Get inspired on how to style a jersey in five total...

SEASONAL ESSENTIALS

Hoodies & Sweatshirts
Denim Pants
Brown Shoes
Track Jackets
Outdoor Shoes

TRENDING STYLES

Wide Leg Pants
Burgundy Shoes
Puffer Jackets & Vests
Sportstyle Shoes
Outdoor Streetwear

WINTER WARDROBE

Winter Clothes & Shoes
Winter Jackets
Winter Shoes
Winter Pants
Winter Boots

COZY FLEECE

Fleece Clothing
Fleece Pants
Fleece Joggers
Fleece Jackets
Fleece Hoodies