



# PROPUESTA PROYECTO

Sicurezza es una empresa peruana líder en moda íntima que ya cuenta con un eCommerce sólido y funcional. Actualmente presentan una tasa de conversión cercana al 1%, lo cual no está mal para el nicho, pero existe una gran oportunidad de optimización para escalar resultados.

## OBJETIVO DEL PROYECTO

El objetivo principal de este proyecto es aumentar la conversión y el valor comercial de Sicurezza mediante un plan de CRO enfocado en optimización técnica, pruebas A/B y desarrollo de landings de alto impacto.

Nuestro análisis indica que el sitio no necesita un rediseño completo, sino un trabajo enfocado en implementaciones estratégicas, optimización continua y creación de landing pages específicas para productos ya validados. La clave estará en construir funnels con message match directo con la pauta, reduciendo fricción y maximizando el retorno sobre inversión publicitaria.

Los objetivos específicos son:

- Incrementar el CR por encima del 1% actual.
- Validar hipótesis de conversión a través de pruebas A/B continuas.
- Construir landing pages persuasivas alineadas a campañas pagas.
- Mejorar la experiencia de usuario y la narrativa de compra sin alterar la esencia de la marca.
- Garantizar un crecimiento escalable y sostenido a partir de data real.

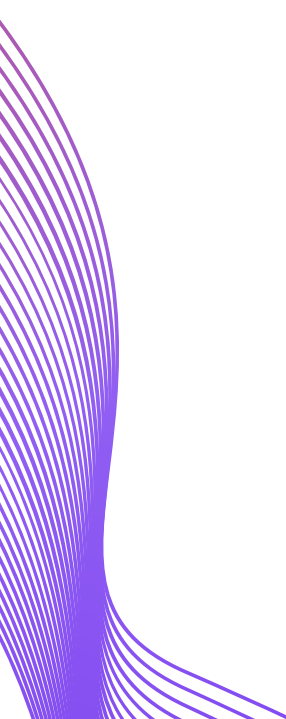
En resumen, el objetivo es convertir cada visita en una oportunidad real de compra.

## EQUIPO RESPONSABLE DEL PROYECTO

Digit Deck es una agencia especializada en diseño estratégico, Shopify y optimización de conversión (CRO). Para este proyecto asignaremos:

- Diseñador senior UX/UI especializado en eCommerce: encargado de crear landings persuasivas y optimizadas para conversión.
- Desarrollador experto en Shopify: responsable de implementaciones técnicas, performance y adaptabilidad móvil.
- Estratega CRO: encargado de estructurar pruebas A/B, funnels de conversión y análisis de data.

Todo el equipo trabajará bajo dirección estratégica, con seguimiento continuo y soporte durante todo el proceso.





## ENTREGABLES

1. Optimización continua del sitio actual: mejoras en arquitectura de información, CTAs, velocidad y mobile-first.
2. Creación mensual de landing pages específicas para productos validados y alineadas a la pauta (message match).
3. Pruebas A/B semanales en elementos clave como copys, CTAs, estructura de producto y páginas de aterrizaje.
4. Implementación de herramientas de CRO avanzadas: heatmaps, grabación de sesiones, encuestas on-site y embudos personalizados.
5. Análisis mensual de métricas clave: tasa de conversión, valor promedio de compra y retención.
6. Reportes estratégicos con recomendaciones de evolución constante.

# INVERSIÓN

El plan propuesto tiene una duración de 3 meses, con un valor único de:

**USD \$3.000 (por todo el proyecto de 3 meses)**

Incluye:

- Equipo dedicado a CRO en acción.
- Creación de landings, funnels y pruebas A/B.
- Implementación técnica continua.
- Optimización constante del sitio actual.

# CASOS RECIENTES DE ÉXITO

## Rimo Plásticas (Sector industrial / E-commerce)

**Problema:** Página web desactualizada, lenta y sin enfoque en conversión. La experiencia móvil era confusa y los productos no estaban bien organizados.

**Solución:** Rediseñamos todo el e-commerce con foco en velocidad, experiencia de compra clara y estructura visual moderna.

### Resultado:

- Reducción del tiempo de carga en más del 60%.
- Incremento de conversión de compra superior al 200%.
- Más confianza, más ventas sin necesidad de aumentar pauta.

### ANTES



### DESPUÉS



# CASOS RECIENTES DE ÉXITO

## Experience Prime (Educación Online)

**Problema:** Funnel genérico que no reflejaba la promesa ni la calidad del programa.

**Solución:** Rediseño del funnel con copy emocional, estructura persuasiva y una narrativa clara que conecta con el cliente ideal.

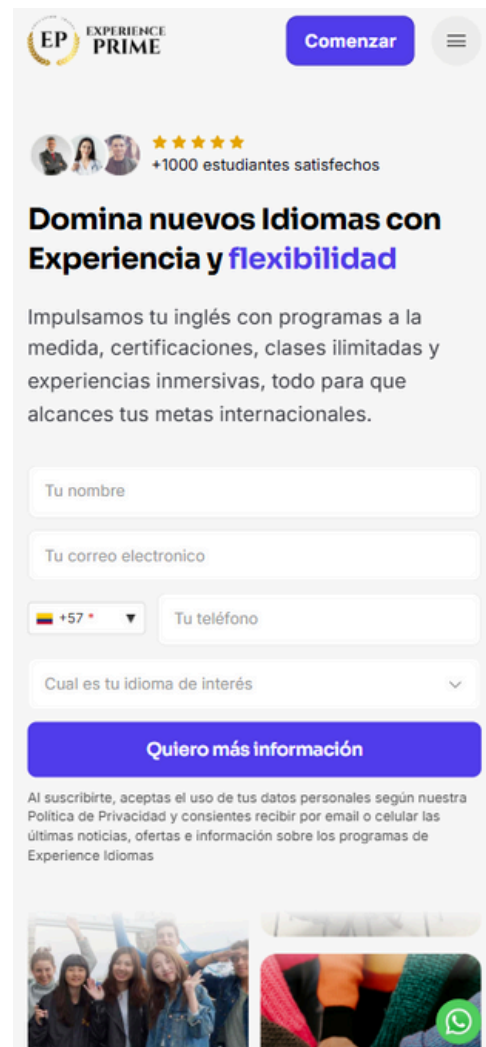
**Resultado:**

- +62% en tasa de conversión del funnel.
- Mayor retención y aumento del valor percibido del programa.

### ANTES



### DESPUÉS



## CASOS RECIENTES DE ÉXITO

### Saint Theory (E-commerce)

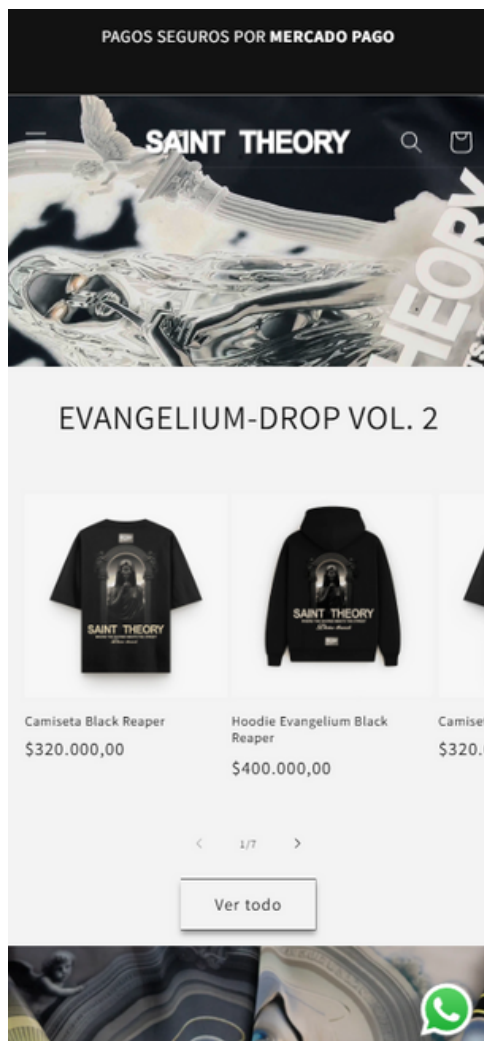
**Problema:** Web con diseño débil, sin estructura de conversión y con un porcentaje de compra bajísimo.

**Solución:** E-commerce visual de lujo, con estructura CRO, identidad premium y experiencia fluida.

**Resultado:**

- Conversión mejorada de 0.4% a más del 4%.

#### ANTES



#### DESPUÉS



Más vendidos

