

Questão 1:

a)



Objetivo: Utilizar as palavras chave na curta descrição para ranquear melhor o app, e, dessa forma, aumentar a aquisição orgânica.

As palavras-chave com maior volume de busca (comprar/economia ou comprar/desconto) devem aparecer na curta descrição. Dessa forma, consegue-se aumentar a visibilidade de keywords mais importantes e consequentemente aumentar a aquisição de um lead mais qualificado. Ao colocar a palavra chave “comprar”, o app do AliExpress aparece na nona posição. Quando colocamos “comprar da China”, aparece em segundo lugar. Outra estratégia usada como diferencial competitivo pelo AliExpress é que você pode comprar em vários lugares do mundo, pois o app oferece tradução em 18 idiomas, e possui envio gratuito em 75% dos produtos em mais de 200 países.

b)

Keyword	Campo	Justificativa
Oferta	Curta descrição	A maioria dos apps de varejo e compras online bem ranqueados possuem a palavra oferta.
Envio gratuito	Descrição	Frete grátis para o Brasil e 75% dos produtos em mais de 200 países é um dos diferenciais que o AliExpress oferece, e os consumidores costumam comprar mais quando o envio é gratuito.
Cupons	Descrição	A palavra “Cupom” é usada na descrição do app e no site também. Pode aumentar a visualização do app pelo volume de busca, mas talvez não seja a melhor palavra-chave para retenção.
Envio Rápido	Descrição	Rapidez e facilidade nas compras. O usuário quer pagar barato, mas não quer esperar muito tempo para receber o produto.
Compra da China	Curta descrição	Existe uma associação de que os preços chineses são mais baratos, e existem vários apps nessa categoria. Quando colocamos a palavra “China” o app aparece nas primeiras posições.

c)

Teste 1	Aumentar em 20% a conversão do app alterando as keywords do app na curta descrição em 3 meses.
Teste 2	Aumentar a retenção em 10% alinhando o discurso e a posição das keywords em 3 meses.

Questão 2: Tendo em vista as análises do teste, é possível perceber que, embora o teste B pareça mais atrativo ao usar palavras chave de alto volume de busca, o número de downloads aumentou de maneira percentualmente muito pequena e **sem relevância estatística**.

Ao mesmo tempo, o número de downloads retidos, a performance orgânica e a posição do app em relação às palavras chaves caiu. Isso pode significar que a nova descrição é mais convincente na hora de incentivar o usuário a baixar, mas cria uma quebra de expectativa entre o que a descrição vende e o que o produto realmente oferece.

Ao usar as palavras chave do teste B conseguimos **atrair mais visualização**, porém a quantidade de apps com as mesmas palavras chave podem fazer com que o usuário demore mais para encontrar o app do Aliexpress. Também, ao utilizar palavras chave mais genéricas, o usuário pode ser levado ao download de algo que não era o que estava procurando, e portanto, acaba desinstalando o app nos primeiros dias.

A melhor versão, portanto, vai depender das prioridades atuais.

Se o objetivo é **aumentar a performance** numérica, a versão atual mostra melhor desempenho, agora, se a prioridade é **alinhar o discurso de branding, melhorar linguagem ou obter mais aprendizado**, o teste B pode continuar por mais tempo para ser possível avaliar melhor o impacto estatístico.