

# Caso de estudio - Optimización de Landing (18 variantes)

Una audiencia sintética de **8.000 visitas**. Probamos **3 hero messages**, **3 subtítulos** y **2 estructuras** de landing (18 combinaciones).

## Cómo leer este informe

Este documento está pensado para que cualquier persona de la empresa lo entienda en 2 minutos.

Métrica	Qué significa
Bounce %	De cada 100 visitas, cuántas se van sin interactuar. Más bajo = mejor.
CTR %	De cada 100 visitas, cuántas hacen clic en el botón principal.
Leads %	De cada 100 visitas, cuántas dejan sus datos.
Leads buenos %	De cada 100 visitas, cuántas dejan un contacto que merece la pena (calidad).
WinShare %	A qué porcentaje de gente le encaja más esa landing comparada con las otras 17.

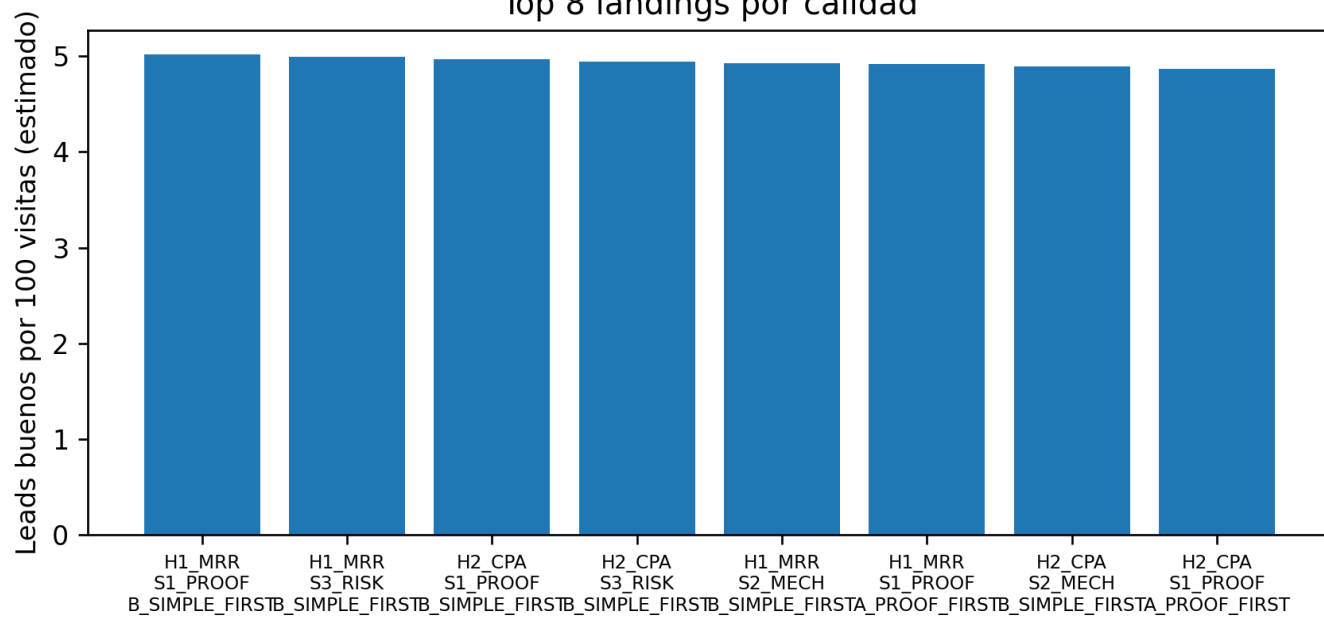
## Resultado y decisión

Qué quieres optimizar	Qué landing elegir	Por qué
Calidad (leads buenos)	Empate: H1: Crecer MRR · S1: Pruebas claras (sin humo) · Estructura B: Simple-first   H1: Crecer MRR · S3: Riesgo controlado (si no mejora, paramos) · Estructura B: Simple-first	Maximiza la tasa estimada de leads buenos. Si hay empate técnico, no se fuerza un ganador: se testean las 2 candidatas.
Volumen (más leads)	Empate: H1: Crecer MRR · S1: Pruebas claras (sin humo) · Estructura B: Simple-first   H1: Crecer MRR · S3: Riesgo controlado (si no mejora, paramos) · Estructura B: Simple-first	Maximiza la tasa estimada de leads (cantidad).
Encaje (WinShare)	H1: Crecer MRR · S1: Pruebas claras (sin humo) · Estructura A: Proof-first	Es la que mejor encaja para más usuarios cuando compite contra las otras 17.
Eficiencia (EUR por lead bueno)	H1: Crecer MRR · S1: Pruebas claras (sin humo) · Estructura B: Simple-first	Menor coste estimado por lead bueno con el mix de tráfico simulado.
Rentabilidad (ROI)	H1: Crecer MRR · S1: Pruebas claras (sin humo) · Estructura B: Simple-first	Mayor ROI estimado con el mix de tráfico simulado.

Regla de empate técnico: si la diferencia en leads buenos es  $\leq \pm 0.05$  puntos porcentuales, se considera empate.

## Top 8 por calidad (leads buenos)

Top 8 landings por calidad



## Ranking: Top 10 landings (calidad)

Ordenado por 'Leads buenos % (estimado)'.

#	Landing	Leads buenos %	Leads %	CTR %	Bounce %	WinShare %
1	H1: Crecer MRR S1: Pruebas claras (sin humo) Estructura B: Simple-first	5.0200	8.0089	25.641	36.60	9.98
2	H1: Crecer MRR S3: Riesgo controlado (si no mejora, paramos) Estructura B: Simple-first	4.9889	7.9822	25.414	37.18	5.10
3	H2: Bajar CPA (90 días) S1: Pruebas claras (sin humo) Estructura B: Simple-first	4.9632	7.9471	25.590	36.08	6.16
4	H2: Bajar CPA (90 días) S3: Riesgo controlado (si no mejora, paramos) Estructura B: Simple-first	4.9428	7.9113	25.296	36.71	3.71
5	H1: Crecer MRR S2: Proceso paso a paso Estructura B: Simple-first	4.9237	7.8772	24.769	38.45	5.81
6	H1: Crecer MRR S1: Pruebas claras (sin humo) Estructura A: Proof-first	4.9141	7.8011	24.899	37.85	20.28
7	H2: Bajar CPA (90 días) S2: Proceso paso a paso Estructura B: Simple-first	4.8943	7.8380	24.931	37.67	4.45
8	H2: Bajar CPA (90 días) S1: Pruebas claras (sin humo) Estructura A: Proof-first	4.8694	7.7444	24.856	37.29	7.03
9	H1: Crecer MRR S3: Riesgo controlado (si no mejora, paramos) Estructura A: Proof-first	4.8676	7.7305	24.542	38.67	5.11
10	H2: Bajar CPA (90 días) S3: Riesgo controlado (si no mejora, paramos) Estructura A: Proof-first	4.8243	7.6712	24.493	38.00	3.69

## Conclusión práctica

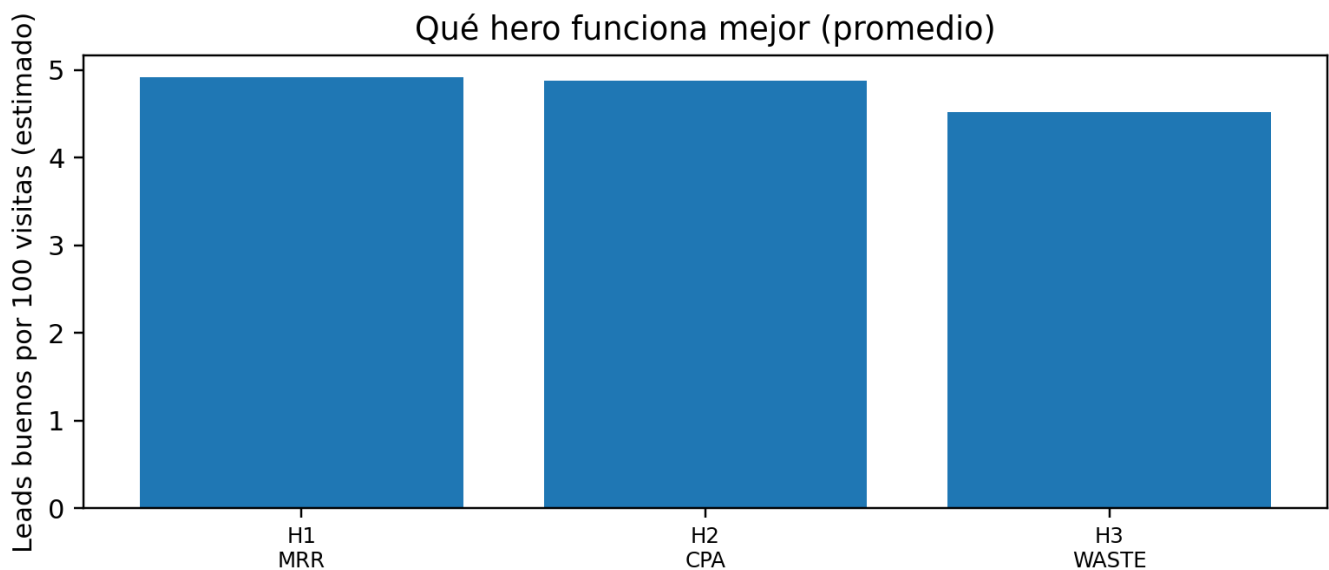
En calidad hay empate técnico. Lo correcto aquí no es inventarse un ganador: elige una por simplicidad o testea las 2 con tráfico real.

Si la mejor por WinShare no coincide con la mejor por calidad, no es un error: significa que hay segmentos con preferencias distintas.

## Qué parte de la landing pesa más (promedios)

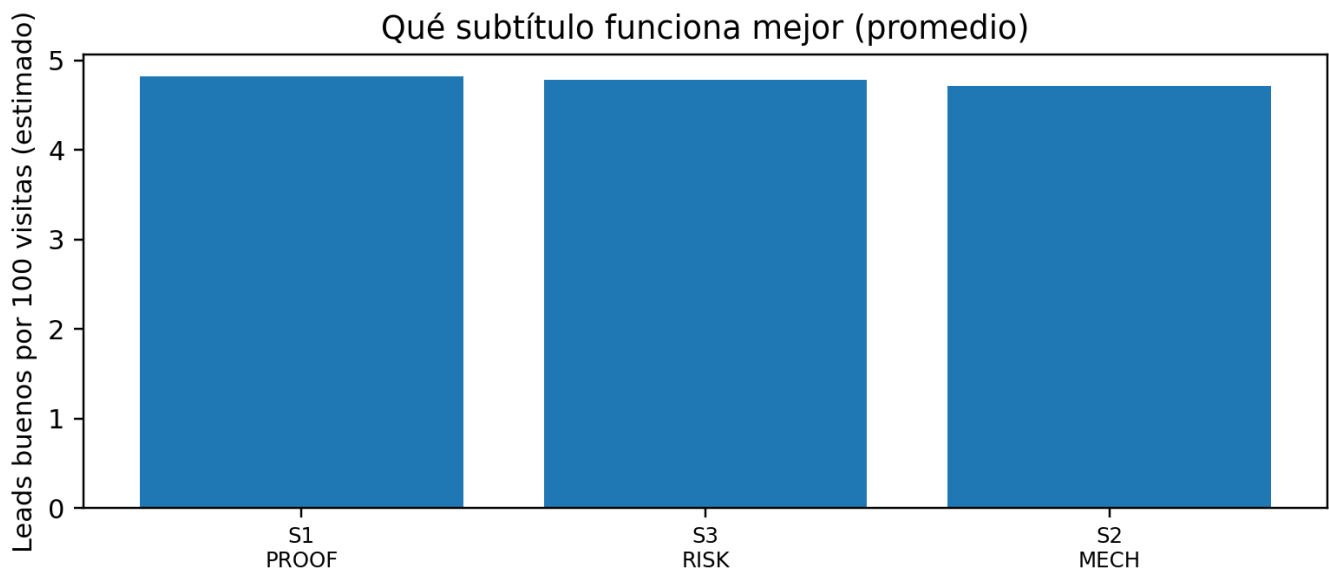
Aquí no miramos combinaciones concretas, sino el efecto medio de cada pieza.

### 1) Hero (mensaje principal)



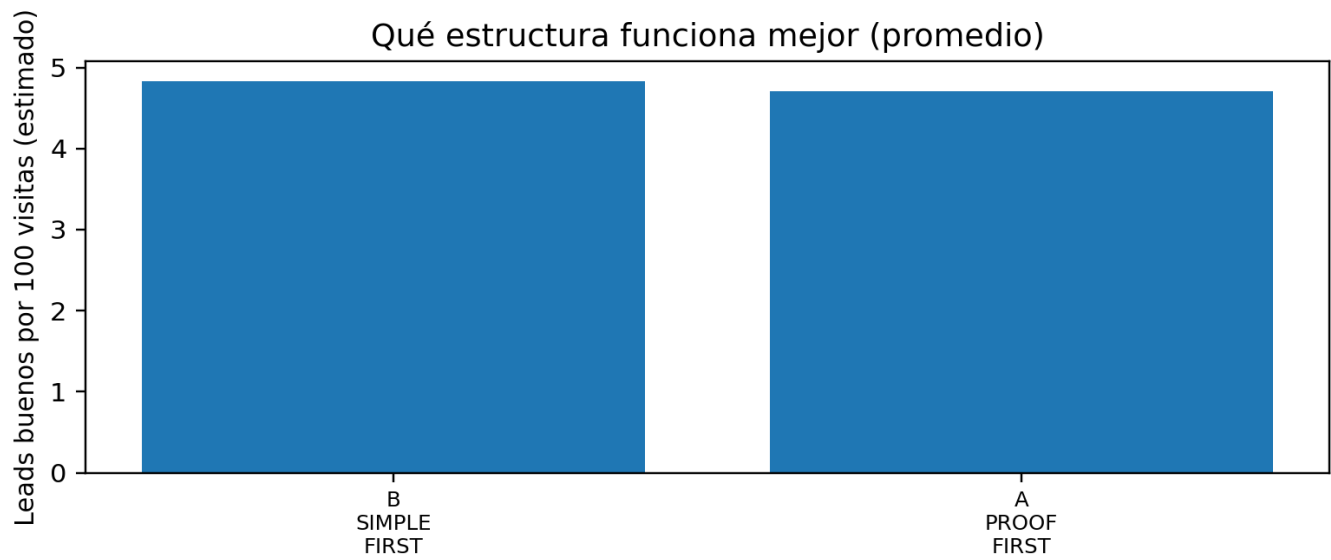
Hero	Leads buenos % (promedio)
H1: Crecer MRR	4.9189
H2: Bajar CPA (90 días)	4.8777
H3: Cortar campañas malas	4.5228

### 2) Subtítulo



Subtítulo	Leads buenos % (promedio)
S1: Pruebas claras (sin humo)	4.8212
S3: Riesgo controlado (si no mejora, paramos)	4.7806
S2: Proceso paso a paso	4.7176

### 3) Estructura



Estructura	Leads buenos % (promedio)
Estructura B: Simple-first	4.8342
Estructura A: Proof-first	4.7121

## Segmentación: no hay un ganador universal

Si el ganador cambia por rol o canal, tu ganador real es: una landing por segmento.

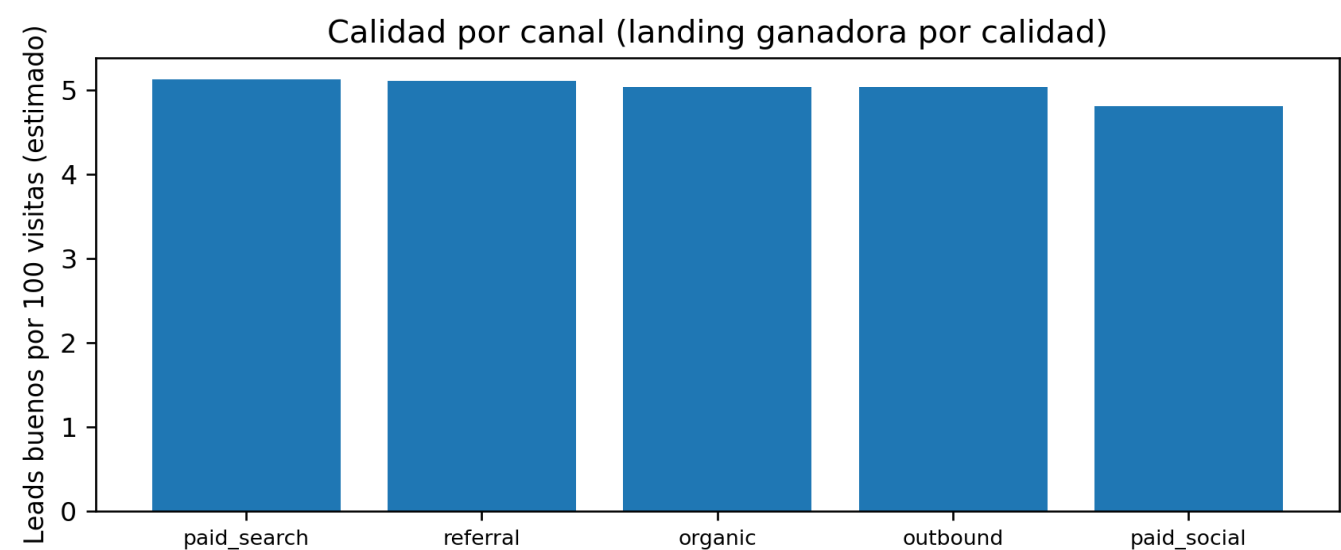
### Qué landing encaja mejor por rol (WinShare dentro del rol)

Rol	Landing que más encaja	WinShare %
Founder/CEO	H1: Crecer MRR S1: Pruebas claras (sin humo) Estructura A: Proof-first	25.67
Head of Growth	H1: Crecer MRR S1: Pruebas claras (sin humo) Estructura A: Proof-first	20.37
RevOps	H1: Crecer MRR S1: Pruebas claras (sin humo) Estructura A: Proof-first	17.44
Performance Marketing	H1: Crecer MRR S1: Pruebas claras (sin humo) Estructura A: Proof-first	15.84
Product Marketing	H1: Crecer MRR S1: Pruebas claras (sin humo) Estructura A: Proof-first	12.93

### Canales: cómo se comporta la landing ganadora por calidad

Landing: H1: Crecer MRR - S1: Pruebas claras (sin humo) - Estructura B: Simple-first

Canal	Leads buenos %	Leads %	CTR %	Bounce %
paid_search	5.13	8.21	26.92	34.64
referral	5.11	8.19	26.28	35.26
organic	5.04	8.05	25.89	36.42
outbound	5.04	7.96	25.30	37.26
paid_social	4.81	7.62	23.48	39.79



### Plan de acción (simple y ejecutable)

- 1) Elige 2 candidatas: la mejor por calidad y la mejor por WinShare.
- 2) Haz un test real 50/50 con tráfico real durante unos días (o hasta tener volumen suficiente).

3) Si social rinde peor, suele ser por móvil + distracción: prioriza velocidad y claridad.

4) Si search/referral rinde mejor, suele ser por intención alta: ahí funcionan bien pruebas y benchmarks.

Nota honesta: esto es un simulador. Sirve para filtrar ideas malas y priorizar. La validación final es con datos reales.