

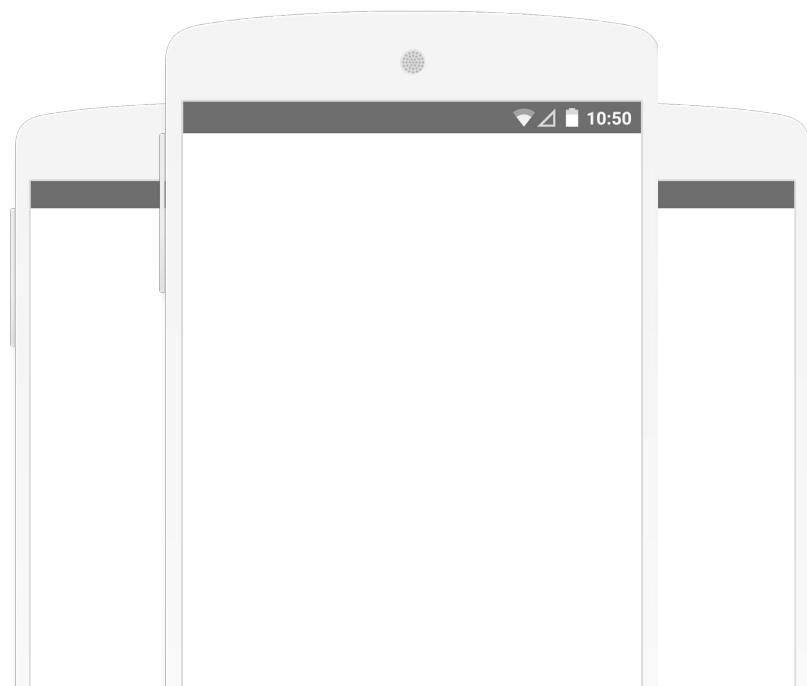


Auditoría UX & Speed

Sitios Móviles

Raloy Lubricantes

<http://www.raloylubricantes.mx>



The image is a collage of six photographs. Top left: A woman with red hair and glasses sits on a bench, looking at her phone. Top middle: A man in a green sweater sits at a table, looking at a tablet. Top right: A man in a dark hoodie and glasses looks at his phone. Bottom left: Two women are looking at a smartphone; one has a shopping bag with 'Believe' written on it. Bottom middle: Two people are looking at their phones while walking. Bottom right: A man with a beard lies in bed, holding a mug and a smartphone.

No nos conectamos
Vivimos conectados

Nuestro celular se ha convertido en nuestro asistente personal para muchas de nuestras tareas diarias: enviar mensajes, e-mails, llamar o usar las redes sociales.

Pero hay otros momentos en los que queremos **aprender, inspirarnos, investigar o hasta realizar una compra.**

En estos momentos tratamos de adquirir algo.

Tenemos una fuerte intención.



Momentos realmente importantes: Los Micro-Momentos

Momentos Quiero Saber

96%

de los usuarios de internet busca información en la web para conocer más sobre un tema particular.

37%

de los usuarios de smartphones recurre a sus teléfonos para buscar algún dato curioso en internet.

Momentos Quiero Ir

74%

de los usuarios de internet busca información en la web para ir a algún lugar.

61%

luego de encontrar las direcciones o lugares, busca más información puntual sobre esa tienda.

Momentos Quiero Hacer

81%

de los usuarios de internet busca información en la web que los ayude a realizar alguna tarea.

97%

de los usuarios de internet acude a YouTube cuando quiere ver un video on line para realizar una tarea.

Momentos Quiero Comprar

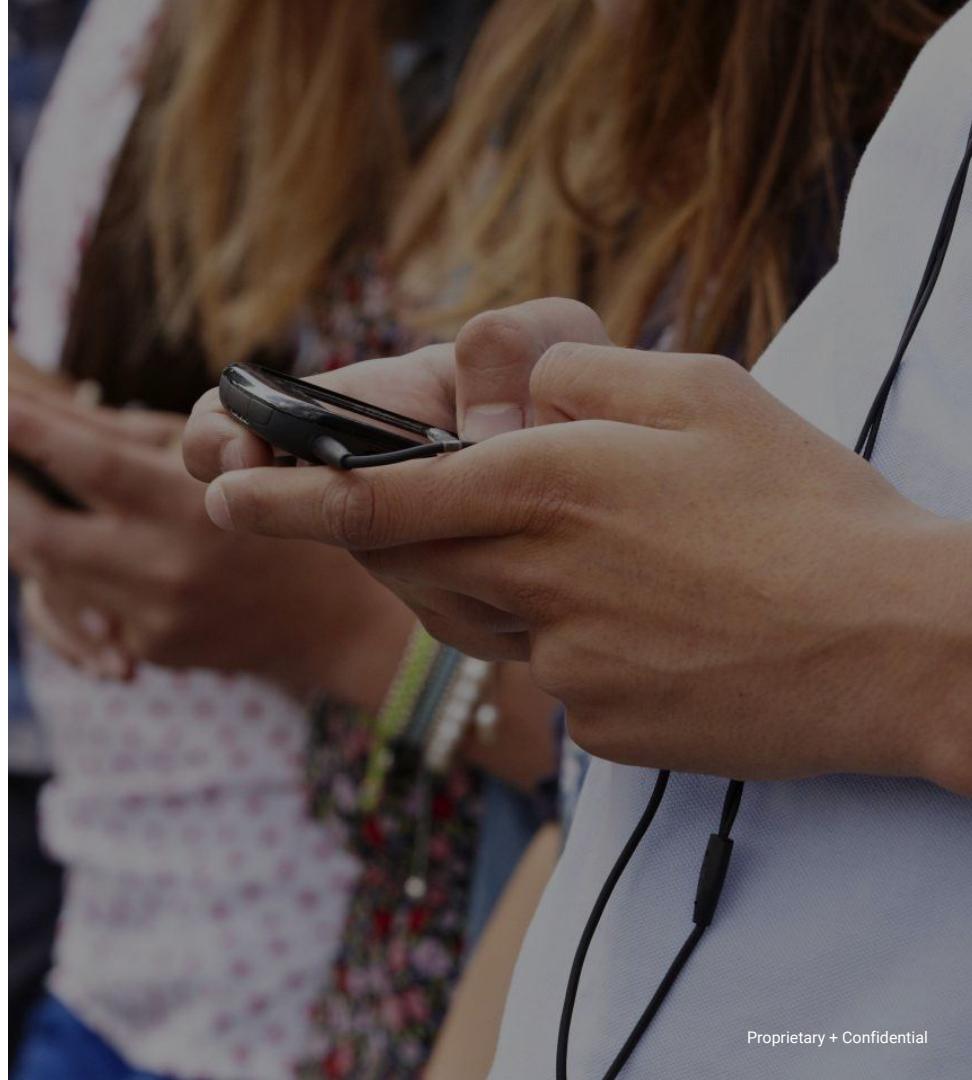
55%

de los usuarios de smartphones busca y compara precios dentro de la tienda con su teléfono.

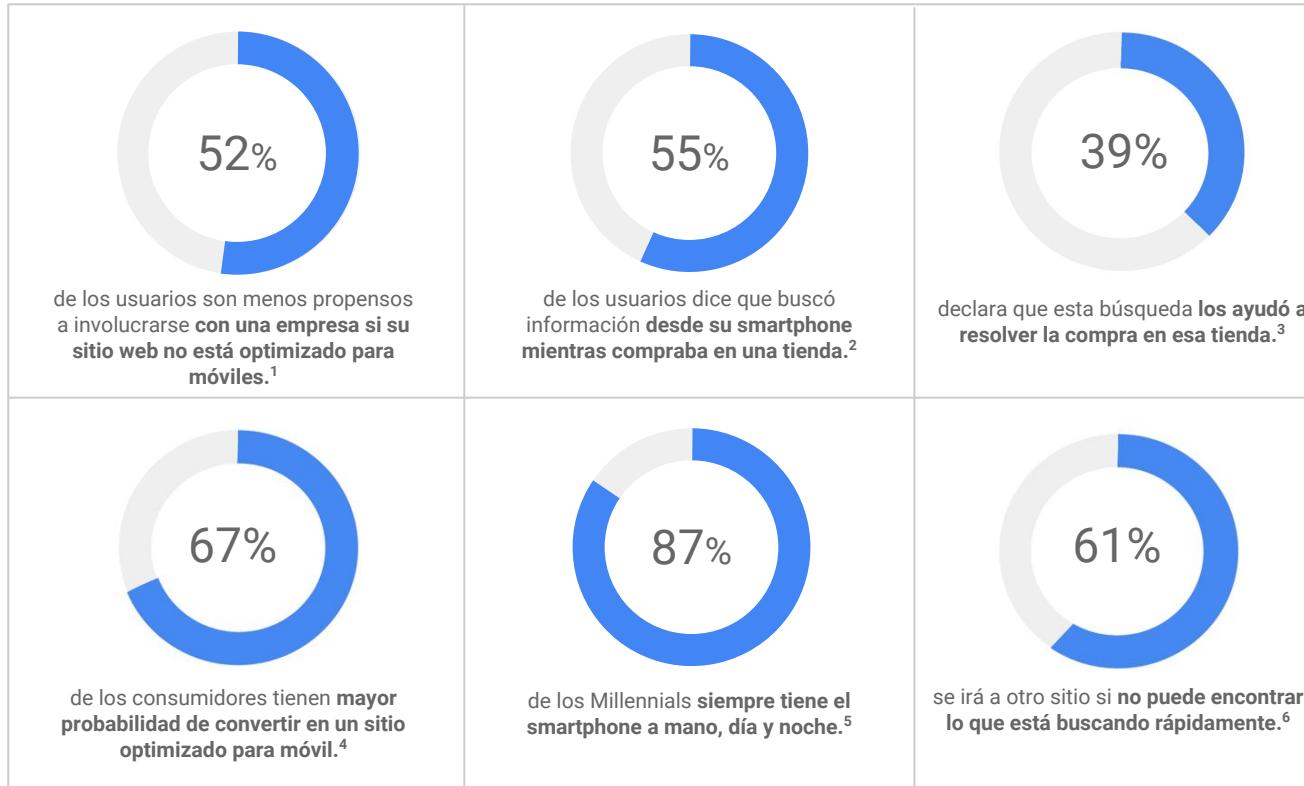
48%

Declara que esta búsqueda los ayudó a elegir qué comprar.

**Los sitios “Mobile Friendly”
ayudan a la conversión y
aumentan la lealtad del usuario.**



¿Por qué Mobile Friendly?



Estudios demuestran que las empresas que
no brindan una experiencia mobile-friendly sufren:

grandes bajas en el
ranking orgánico

27%

pérdida en el tráfico
del sitio móvil

9%

37%

aumento en el
porcentaje de rebote

disminución en las
interacciones

33%

¿Qué pasos deberías seguir para mejorar tu sitio móvil?

¡Cuéntanos qué piensas sobre nuestra auditoría [aquí!](#)

1 Sigue las mejores prácticas - Diseño

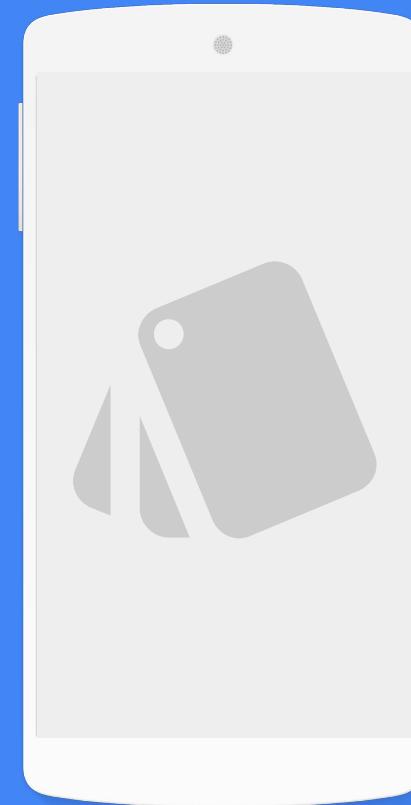
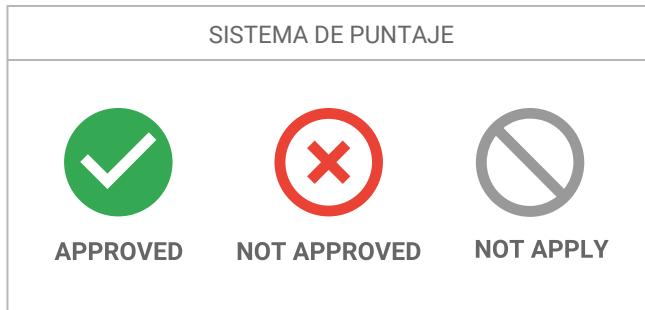
2 Optimiza la Velocidad de tu sitio - Speed

3 Sugerencias
Nuevo Sitio - Mockup

1 Sigue las mejores prácticas

ANÁLISIS UX

25 Principios de Diseño de sitios móviles



¿Qué hace que un sitio móvil sea bueno?

Para responder esta pregunta, Google y AnswerLab realizaron un estudio examinando cómo un grupo de usuarios interactuaba con diversos sitios mobile.

¡Veamos los resultados!

Nuestra meta:

Mejorar el ECOSISTEMA MOBILE

Categorías de principios de **USABILIDAD MOBILE:**



Página de Inicio y Navegación



Búsqueda



eCommerce y Conversiones



Entrada de datos



Usabilidad

El factor común en todas las secciones es que los usuarios mobile tienden a estar orientados a un objetivo:

Obtener lo que desean de manera

- Fácil
- Rápida y en sus propios términos

¡Asegura tu **éxito** diseñando acorde al contexto y a lo que el usuario tiene en mente!



PÁGINA DE INICIO Y NAVEGACIÓN

Principios a analizar:

1. Destaca las llamadas a la acción.
2. Mantén tus menús cortos y amigables.
3. Facilita regresar a la Página inicial.
4. Evita la publicidad invasiva.



Principio 1

Destaca las llamadas a la acción

Estado Actual

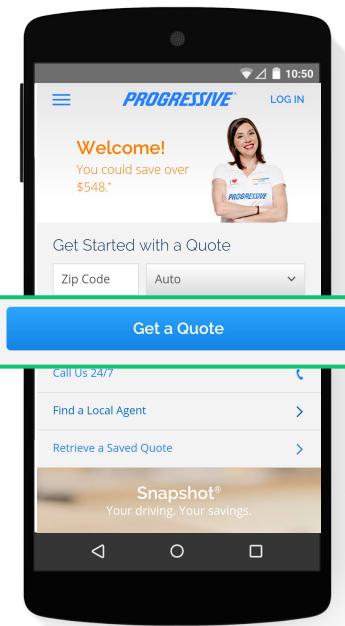


Observación

Las llamadas a la acción se encuentran destacadas, el contenido resulta relevante para los usuarios.

Recomendación

La página principal de un sitio web tiene varios propósitos, pero la de un sitio mobile debería centrarse en darle a los usuarios el contenido que buscan. Siempre se deben incluir las llamadas a la acción de manera centrada y al principio del contenido.



El Mejor de su clase



Tu Sitio



Principio 2

Mantén tus menús cortos y amigables

Estado Actual



Observación

El menú de navegación resulta muy extenso para mobile.

Recomendación

Un extenso menú funciona bien en desktop, pero los usuarios mobile no tienen la paciencia para desplazarse a través de una larga lista de opciones para tratar de encontrar lo que quieren.



El Mejor de su clase



Tu Sitio



Principio 3

Facilita regresar a la Página inicial

Estado Actual

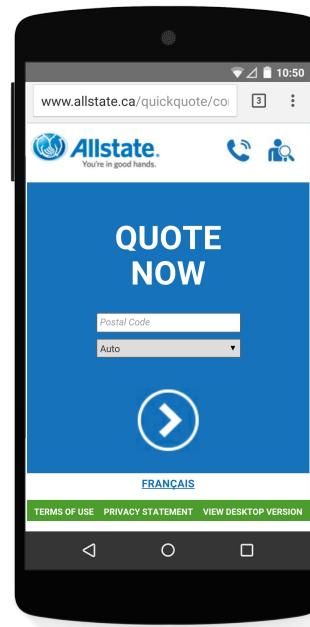


Observación

Es posible regresar a la home haciendo click en el logo del sitio.

Recomendación

Cuando los usuarios mobile comienzan a navegar quieren una manera fácil de volver a la página inicial. Por ejemplo, es posible que quieran volver a hacer otra búsqueda o comenzar una nueva experiencia de navegación.



El Mejor de su clase



Tu Sitio



BÚSQUEDA

Principios a analizar:

5. Resalta la búsqueda del sitio.
6. Asegúrate que los resultados de búsqueda sean relevantes.
7. Implementa filtros para mejorar la búsqueda.
8. Guía a los usuarios para obtener los mejores resultados.



Principio 5

Resalta la búsqueda del sitio

Estado Actual

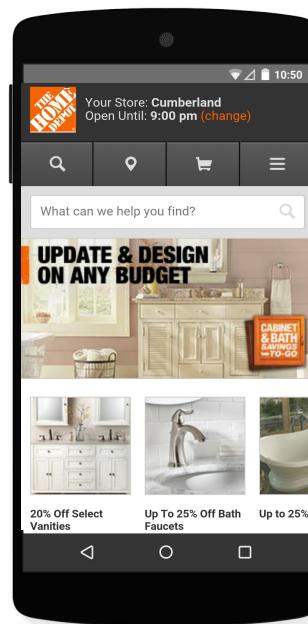


Observación

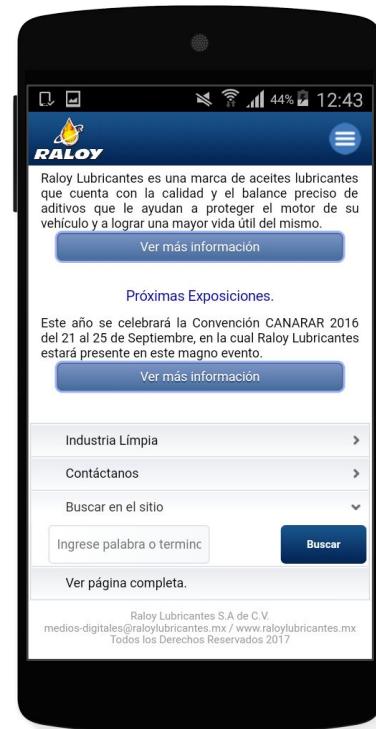
La búsqueda es difícil de encontrar dado que se encuentra al final del contenido.

Recomendación

La búsqueda debe ser una de las primeras cosas que los usuarios móviles ven en su sitio, se recomienda evitar ocultar la barra de búsqueda detrás de un menú.



El Mejor de su clase



Tu Sitio



Principio 8

Guía a los usuarios para obtener los mejores resultados

Estado Actual

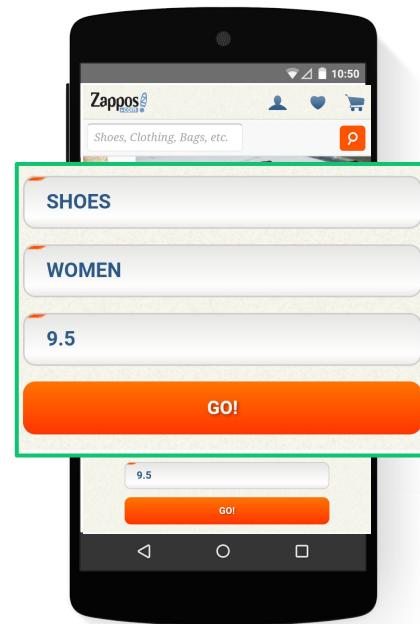


Observación

El usuario no es guiado mediante preguntas/tips o búsqueda avanzada para llegar a mejores resultados.

Recomendación

Para los sitios que sirven a diversos segmentos de clientes, puede ser útil hacer a los usuarios una serie de preguntas antes de la búsqueda para asegurarse de que reciban los resultados más relevantes respecto a su segmento.



El Mejor de su clase



Tu Sitio



eCOMMERCE Y CONVERSIONES

Principios a analizar:

9. Permite explorar antes de decidir.
10. Permite comprar como invitado.
11. Utiliza información existente.
12. Ofrece botones de llamada para tareas complejas.
13. Facilita la conversión en otro dispositivos.

Principio 9

Permite explorar antes de decidir

Estado Actual

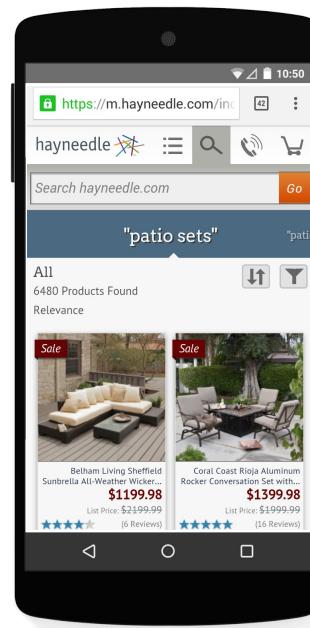


Observación

Es posible explorar la totalidad del sitio sin necesidad de estar registrado.

Recomendación

La conversión de clientes es cada vez más compleja, y los usuarios esperan que la conversión se adapte a sus necesidades. Requerir inicio de sesión o la creación de una cuenta demasiado pronto puede ser perjudicial para la conversión.



El Mejor de su clase



Tu Sitio

Principio 13

Facilita la conversión en otro dispositivo

Estado Actual



Observación

No es posible compartir el contenido del sitio.

Recomendación

Ofrece una forma fácil para que puedan volver al proceso de decisión o compra que abandonaron en móviles en otro dispositivo a través de email, redes sociales o carrito de compra/wishlist.



El Mejor de su clase

Tu Sitio



ENTRADA DE DATOS

Principios a analizar:

14. Simplifica la entrada de datos.
15. Elige el método más sencillo para introducir datos.
16. Ofrece un calendario visual.
17. Valida los errores en tiempo real.
18. Diseña formularios eficientes.



Principio 14

Simplifica la entrada de datos

Estado Actual

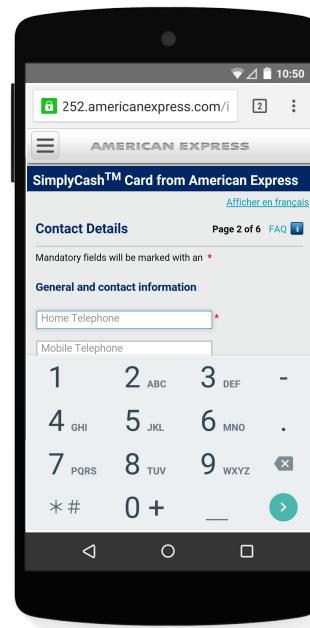


Observación

Los formularios no ofrecen los teclados correspondientes.

Recomendación

Ofrece a los usuarios teclado numérico si el campo que deben completar es un número y facilita el avance automático por el cuestionario una vez que un campo está completo.



El Mejor de su clase



Tu Sitio



Principio 17

Valida los errores en tiempo real

Estado Actual



Observación

Los errores no son validados en tiempo real y no hay utilización de etiquetas visibles.

Recomendación

Utiliza etiquetas claramente visibles para indicar a los usuarios la información que necesitas y valida los errores en tiempo real para que puedan saber si hay algún error antes de enviar el formulario.

The screenshot shows a mobile application for American Express Gold Rewards Card. At the top, there's a navigation bar with icons for back, forward, search, and menu. Below it is a header with the American Express logo and the text "American Express® Gold Rewards Card". A sub-header says "Welcome to your application. Let's get started." and "First tell us a few things about yourself." A note states "Mandatory fields will be marked with an *". There are two input fields with green checkmarks and error messages: "test" and "test". Below them is a question: "How would you like your name to appear on your Card? *". An input field contains "test test" with a green checkmark and an info icon. Another input field is highlighted in red with a red X and an info icon. The entire validation area is highlighted with a green box.

El Mejor de su clase

The screenshot shows a mobile browser displaying the RALOX lubricants website at "www.raloylubricantes.mx/m/co". The page has a blue header with the RALOX logo. It asks for "Correo Electrónico:" and "Descripción, pregunta o requerimiento:". Below these are radio buttons for "Es cliente" with options "Si" and "No". A keyboard is visible at the bottom. Several input fields are highlighted with green checkmarks and error messages: "test" and "test". One input field is highlighted in red with a red X and an info icon. The entire validation area is highlighted with a green box.

Tu Sitio



USABILIDAD

Principios a analizar:

19. Optimiza todo el sitio para mobile.
20. No obliges a hacer zoom.
21. Ofrece imágenes de producto expandibles.
22. Indica la mejor orientación de la pantalla.
23. Mantén al usuario en una sola ventana del browser.
24. Evita la etiqueta “Full site”.
25. Explica por qué necesitas la ubicación del usuario.



Principio 24

Evita la etiqueta “full site”

Estado Actual

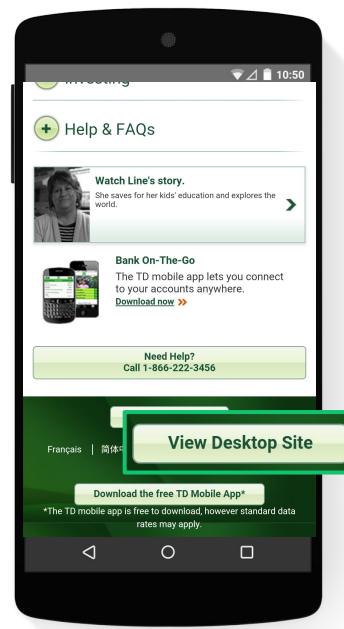


Observación

Se ofrece la opción de ir a la versión Completa.

Recomendación

Haz fácil a tus usuarios cambiar de versión de sitio. Ofrece el mismo contenido en desktop que en mobile. Usar la palabra “full site” para desktop lleva a pensar que el sitio mobile es incompleto.



El Mejor de su clase

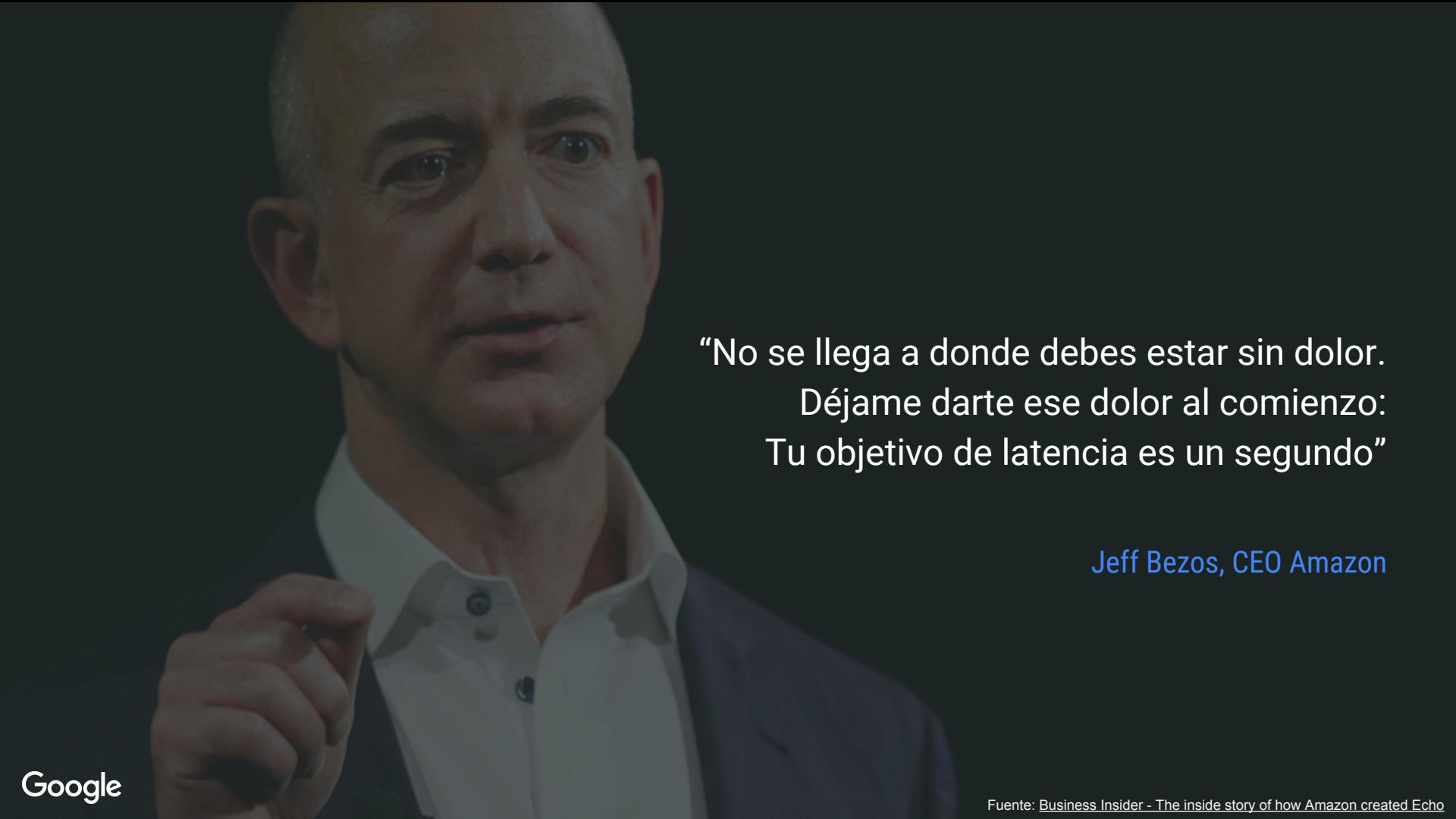


Tu Sitio

2 Optimiza la Velocidad de tu sitio

HABLEMOS DE VELOCIDAD...





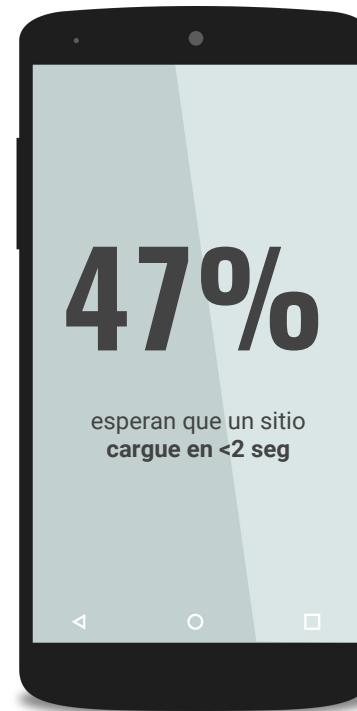
“No se llega a donde debes estar sin dolor.
Déjame darte ese dolor al comienzo:
Tu objetivo de latencia es un segundo”

Jeff Bezos, CEO Amazon

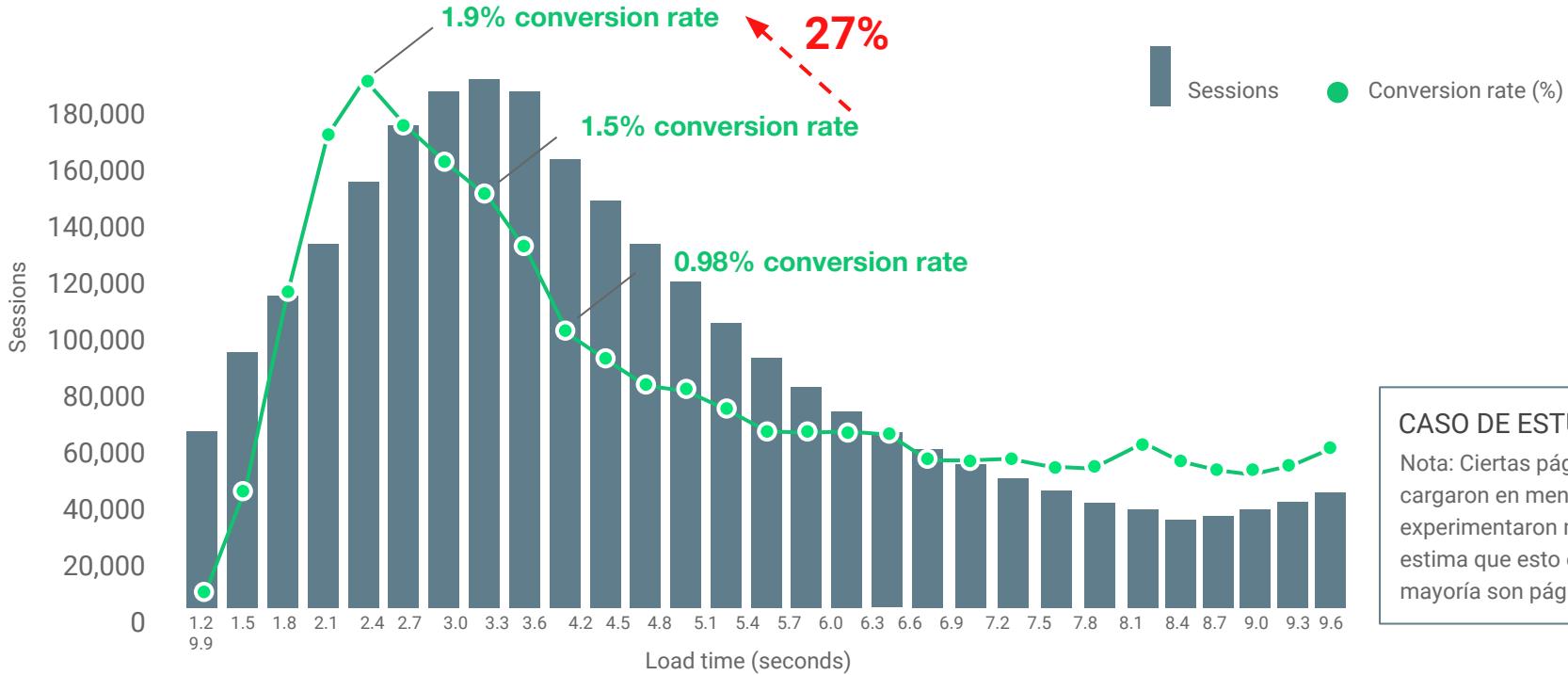


PERFORMANCE EN WEB ES
EXPERIENCIA DE USUARIO

Los usuarios son susceptibles al tiempo de carga

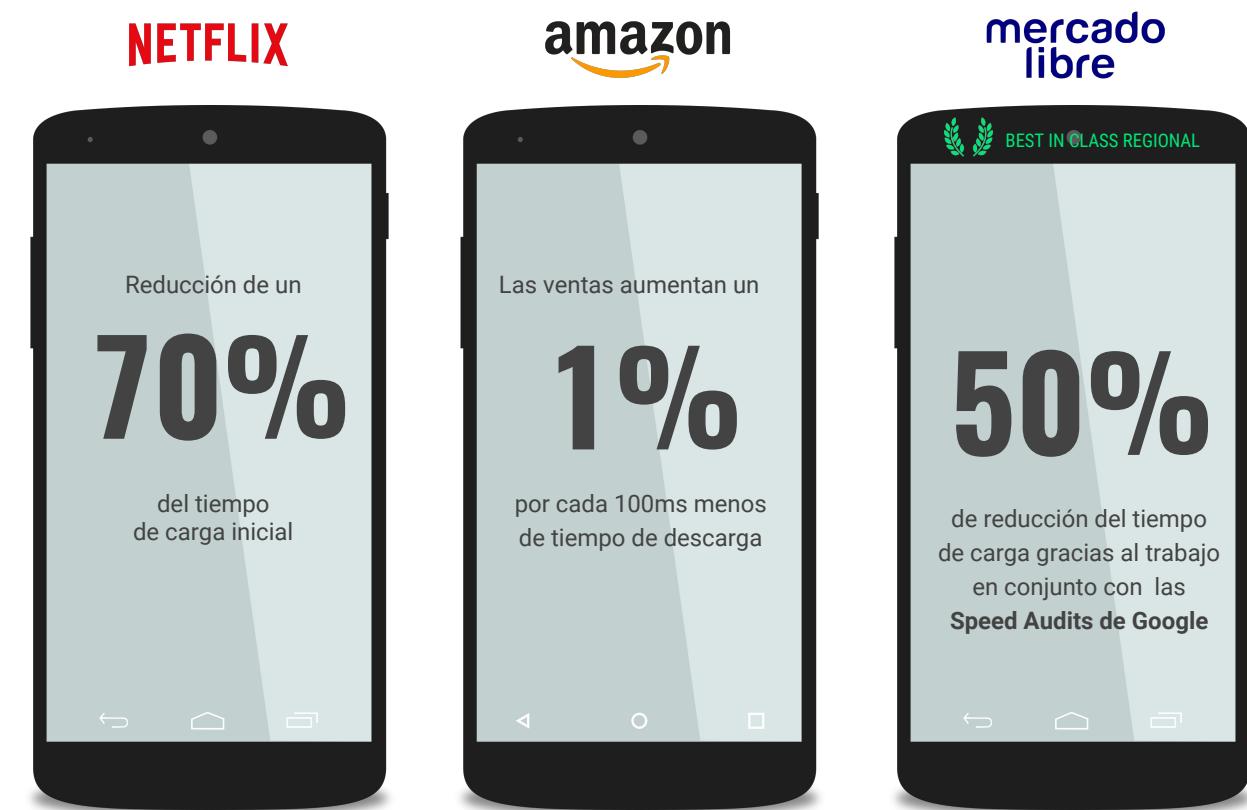


Mejoras en la velocidad de carga de 1 seg representan un aumento del CvR de hasta un 27%



CASO DE ESTUDIO:
Nota: Ciertas páginas que cargaron en menos de 2.4s experimentaron menores CvR. Se estima que esto es debido a que la mayoría son páginas 404/error.

¿Porqué están ganando en MOBILE?



SITIO LENTO

Aumento de la tasa de rebote de tu sitio

Incrementa la frustración del usuario

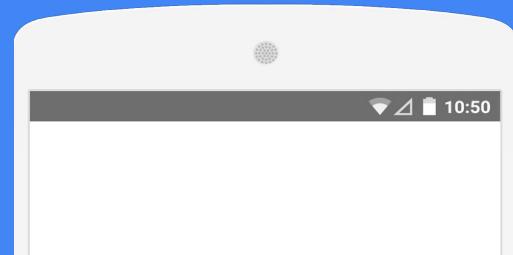
Afecta el ranking SEM

Impacta tu imagen de marca

Afecta a tus conversiones y ventas

Recuerda

¡Diseña siempre con la
velocidad en mente!



¿Te suena familiar?

Diseño "Tenemos un nuevo video promo que definitivamente necesitamos presentar en la homepage"

"Eso nos va a representar ~750Kb, por lo cual deberíamos usar fuentes de 40Kb"

Desarrollo

Marketing "Necesitamos 7 ad tracking scripts para cada página"

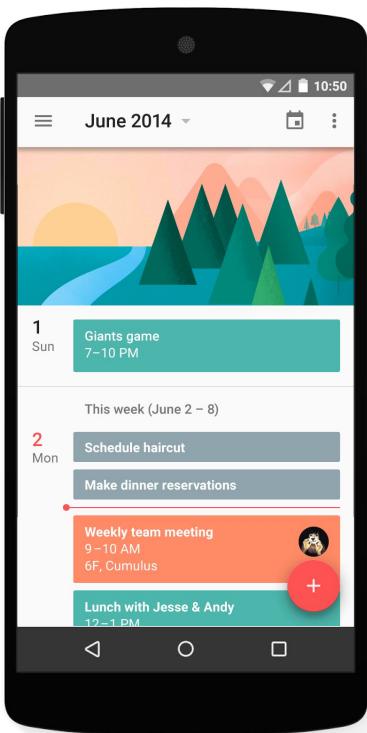
"Eso costará 1 MB. Vamos a tener que deshacernos de las imágenes HD"

Desarrollo



#ConflictosDeInterés

Principales sospechosos del rendimiento en sitios móviles



1. Imágenes: Representan el 63% del peso total de la página.

Solución: Usa el tamaño y formato adecuado, ¡comprime siempre!

2. El 20% de las páginas tienen 100+ pedidos de recursos.

Solución: Reduce el tiempo de respuesta del servidor, especifica caché del navegador (así los recursos son llamados sólo una vez y consolida recursos (para limitar el número de pedidos).

3. El uso de JavaScript demandante

Cada pedido agrega complejidad al renderizado de la página, porque necesita ser descargado y parseado por el browser.

Solución: Debes saber cuándo usar JS y cuando retroceder. Audita las páginas clave y mira dónde se encuentran en el espectro de JavaScript.

4. El 50% de los sitios mobile usan fuentes personalizadas.

Fuentes personalizadas pobemente implementadas o fuentes hosteadas externamente= complicación de performance.

Algunas fuentes requieren toneladas de código CSS, mientras que otras se basan en JS pesado.

Solución: Deshabilita las fuentes personalizadas para smartphones. Si es necesario, úsalas sólo en encabezados y elementos tipográficos clave.

5. El 20% de las páginas tienen 5+ redirecciónamientos.

Redirecciónamientos= falla en performance= falla en la usabilidad total.

Solución: Usa esta herramienta SEO para auditar tus páginas e identificar todos tus redirecciónamientos.

6. El número de páginas que contienen pedidos de HTTPS se ha quintuplicado.

Los pedidos de HTTPS necesitan una mano adicional para verificar su autenticidad= latencia extra que, si tu servidor no está configurado correctamente, puede impactar en los tiempos de carga.

Solución: Haz correr tu URL a través de un test de servidor SSL como [ssllabs.com](https://www.ssllabs.com) para verificar que tu servidor y certificados están configurados correctamente.



TU PUNTUACIÓN
SPEED PSI

46/100

La puntuación de PageSpeed Insights es entre 0 a 100 puntos.
Cuanto más alta sea la misma, mejor.

ELIMINAR EL JAVASCRIPT QUE BLOQUEA LA VISUALIZACIÓN Y EL CSS DEL CONTENIDO DE LA MITAD SUPERIOR DE LA PÁGINA ([más información](#))

HABILITAR COMPRESIÓN ([más información](#))

ESPECIFICAR CACHÉ DE NAVEGADOR ([más información](#))

MINIFICAR CSS ([más información](#))

MINIFICAR HTML ([más información](#))

OPTIMIZAR IMÁGENES ([más información](#))

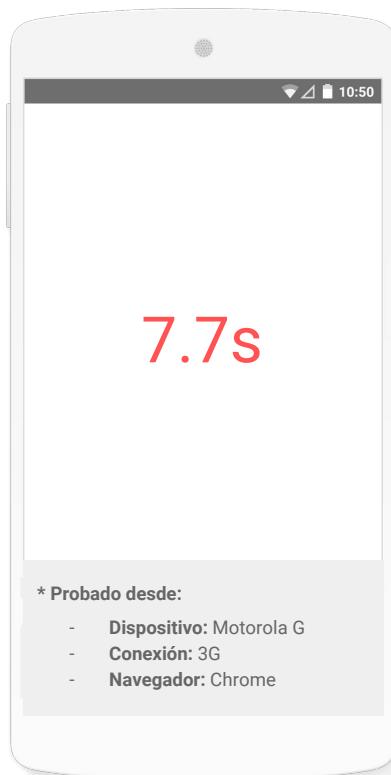
PRIORIZA EL CONTENIDO VISIBLE ([más información](#))

REDUCIR EL TIEMPO DE RESPUESTA DEL SERVIDOR ([más información](#))

MINIFICAR JAVASCRIPT ([más información](#))

EVITA LOS REDIRECCIONAMIENTOS A PÁGINAS DE DESTINO ([más información](#))

CARGA DE TU SITIO
EN SEGUNDOS



www.raloylubricantes.mx

BIENVENIDO A RALOY LUBRICANTES

Conoce los beneficios de usar nuestros productos en tu automóvil, empresa o flotillas de transporte de personal.

Somos una empresa 100% mexicana ubicada en el Parque Industrial de Santiago Tangamanga, en el Estado de México, con 36 años de experiencia. En Raloy nos dedicamos a la fabricación y comercialización de aceites lubricantes automotrices e industriales; grasas, anticongelantes; líquido para frenos y aditivos.

[Ver más información](#)

Los mejores productos automotrices.

Raloy Lubricantes es una marca de aceites lubricantes que cuenta con la calidad y el balance preciso de aditivos que te ayudan a proteger el motor de su vehículo y a lograr una mayor vida útil del mismo.

[Ver más información](#)

5.3

Haz doble clic en la imagen para reproducir el video de prueba de velocidad.

Métricas Visuales

COMIENZO DE RENDERIZADO

3.5s

VISUALIZACIÓN COMPLETA

8s

ÍNDICE DE VELOCIDAD

4435

COMIENZO DE RENDERIZADO

Retraso entre la primera solicitud del navegador web y la primera visualización en la pantalla del usuario.

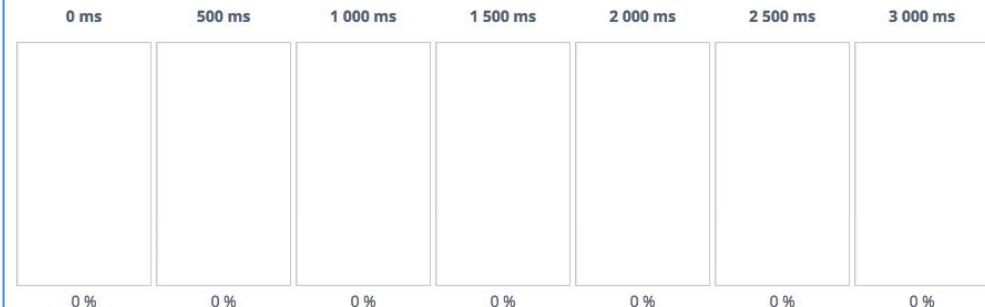
VISUALIZACIÓN COMPLETA

Retraso entre la primera solicitud del navegador web y renderizado final sin realizar scroll.

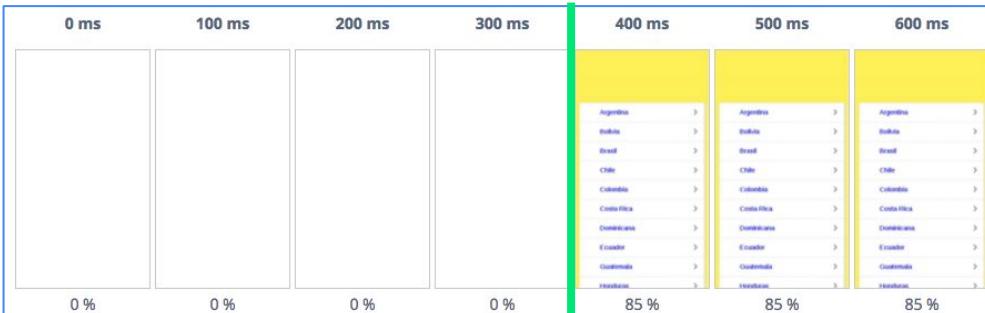
ÍNDICE DE VELOCIDAD

Índice de rendimiento de velocidad de tu sitio. Se recomienda un número menor a 1000

Tu Sitio



Best in Class - MercadoLibre



Cuanto más rápido el renderizado, más pequeño será el índice de velocidad!

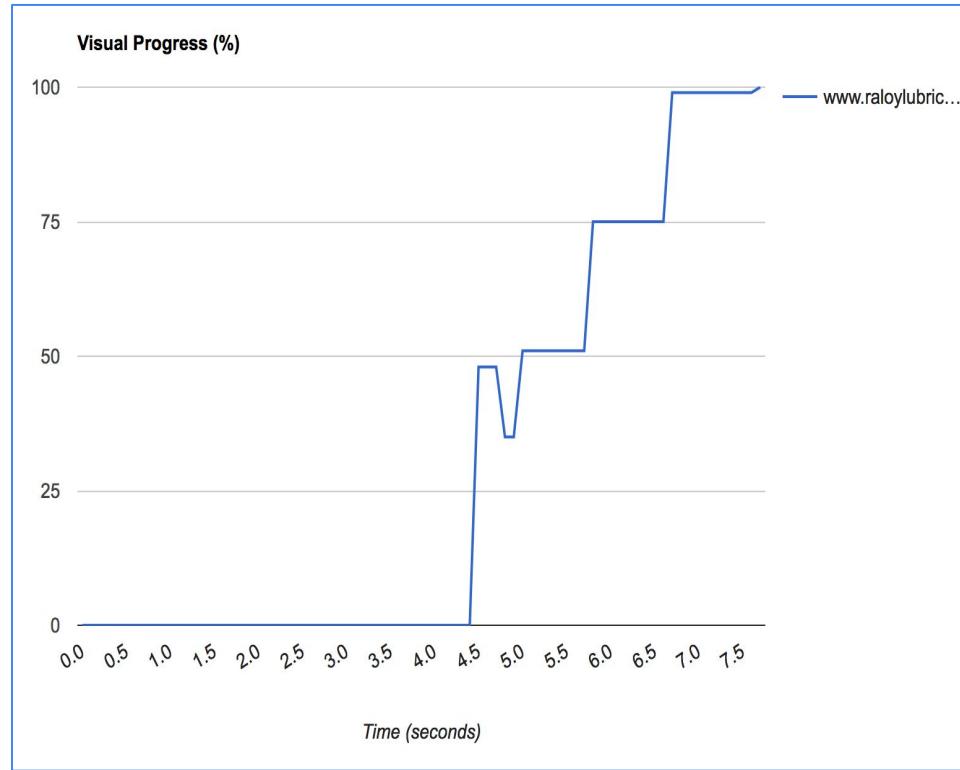
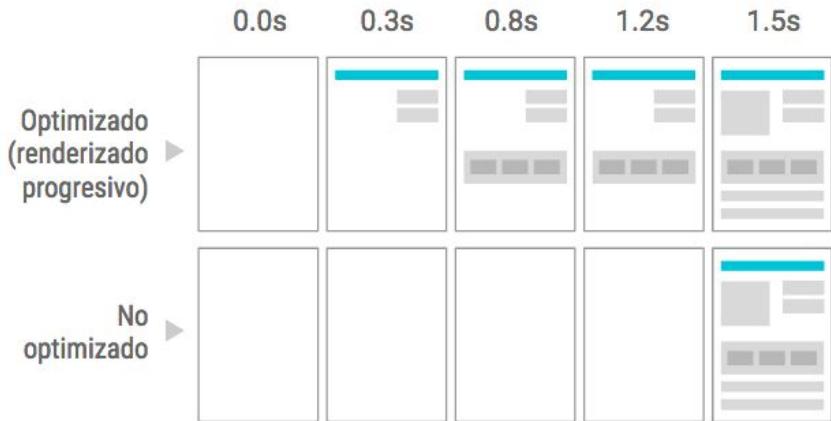
Recomendación: menos de 1000

98%
DEL SITIO

7s

COMIENZO DE
RENDERIZACIÓN

3.5s



Nº DE
REQUESTS
DE TU SITIO

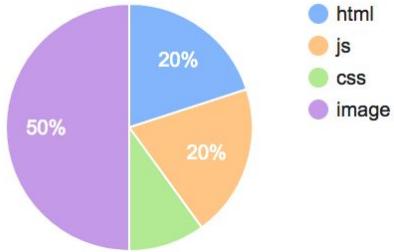
21

PROMEDIO EN LA WEB*

59

*Promedio en la web (Mayo 2015)
observado en los 1000 sitios más
populares del mundo

Requests



PESO DE TU
SITIO

1.1M

En promedio los sitios móviles pesan 2.5MB.

Esto significa que tardan 13 segundos para descargar en una conexión
rápida de 3G.

Benchmark



Haz doble clic en la imagen para reproducir el video de prueba de velocidad.

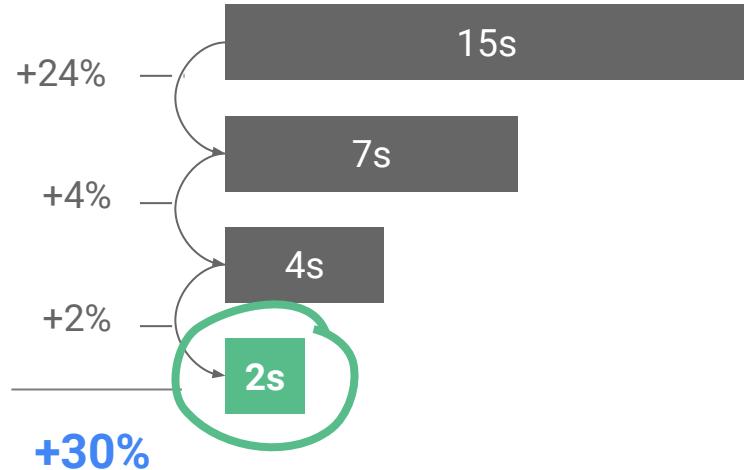
¿Cómo los usuarios responden a la velocidad?

Qué sienten los usuarios sobre la velocidad

Segundo	El Sentimiento
1 a 2s	Buena experiencia, continuemos...
3 to 6s	Es lento, pero tolerable
7 to 10s	Más vale que valga la pena
10s+	Al Fin!

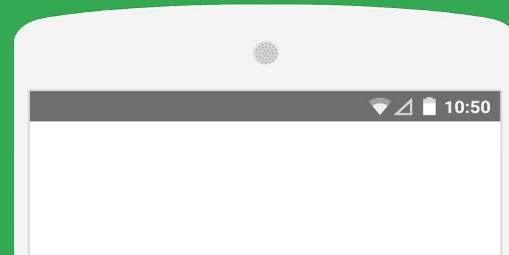
Cómo los usuarios reaccionan a la velocidad

Conversiones - Mejoras en la carga del sitio



En resumen

¿Cuáles son nuestros próximos pasos?



DISEÑO - 25 UX Principles

1. Destaca las llamadas a la acción.
2. Mantén tus menús cortos y amigables.
3. Facilita regresar a la Página inicial.
4. Evita la publicidad invasiva.
5. **Resalta la búsqueda del sitio.**
6. Asegúrate que los resultados de búsqueda sean relevantes.
7. Implementa filtros para mejorar la búsqueda.
8. **Guía a los usuarios para obtener los mejores resultados.**
9. **Permite explorar antes de decidir.**
10. Permite comprar como invitado.
11. Utiliza información existente.
12. Ofrece botones de llamada para tareas complejas.
13. **Facilita la conversión en otro dispositivos.**
14. **Simplifica la entrada de datos.**
15. Elige el método más sencillo para introducir datos.
16. Ofrece un calendario visual.
17. **Valida los errores en tiempo real.**
18. Diseña formularios eficientes.
19. Optimiza todo el sitio para mobile.
20. No obligues a hacer zoom.
21. Ofrece imágenes de producto expandibles.
22. Indica la mejor orientación de la pantalla.
23. Mantén al usuario en una sola ventana del browser.
24. **Evita la etiqueta "Full site".**
25. Explica por qué necesitas la ubicación del usuarios.

Referencias:
OK
FIX
NOT APPLY

VELOCIDAD

PageSpeed Insights

46/100

-  Eliminar el JavaScript que bloquea la visualización y el CSS del contenido de la mitad superior de la página ([más información](#))
-  Habilitar compresión ([más información](#))
-  Especificar caché de navegador ([más información](#))
-  Minificar CSS ([más información](#))
-  Minificar HTML ([más información](#))
-  Optimizar imágenes ([más información](#))
-  Prioriza el contenido visible ([más información](#))
-  Reducir el tiempo de respuesta del servidor ([más información](#))
-  Minificar JavaScript ([más información](#))
-  Evita los redireccionamientos a páginas de destino ([más información](#))

Plan de Acción

Ahora

7 días

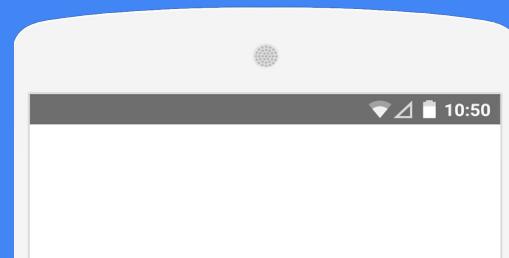
Próximo

30 días

Después

90 días

Continúa mejorando tu sitio mobile
usando las guías de Google.

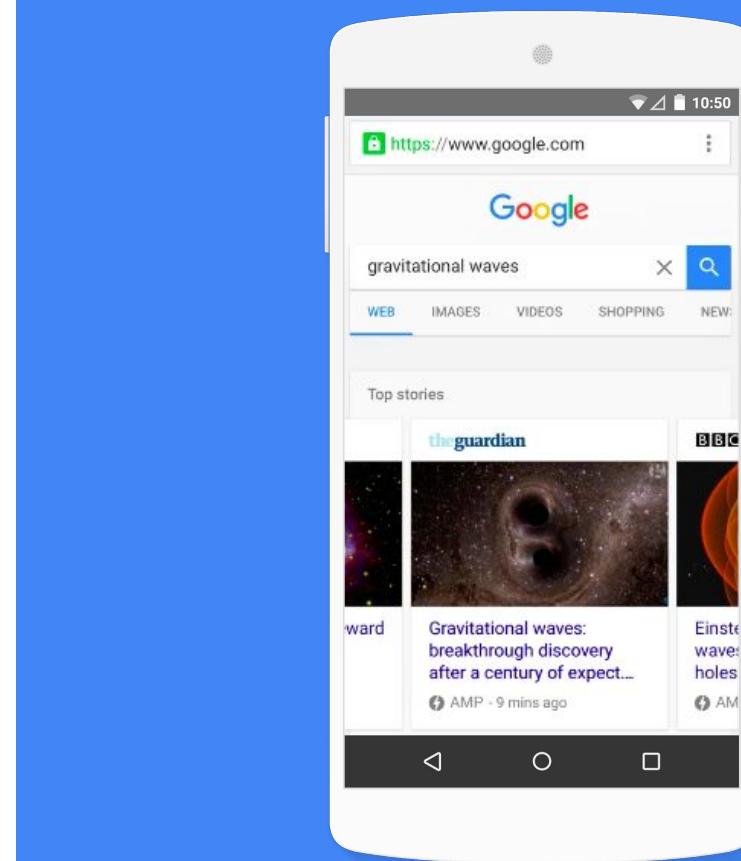


Recursos Adicionales

1. Empieza a diseñar para un mundo multi-pantalla con la guía de Desarrolladores Google para [empezar ahora](#) (asegúrate de revisar la sección de documentación que contiene muchos consejos técnicos útiles).
2. Profundiza en los [25 Principios de Diseño para Sitios Mobile](#).
3. Mejora la apariencia de tu sitio móvil con [Material Design y Polymer Elements](#).
4. Continúa chequeando [Pagespeed Insights](#) para mejorar la velocidad y UX de tu sitio.

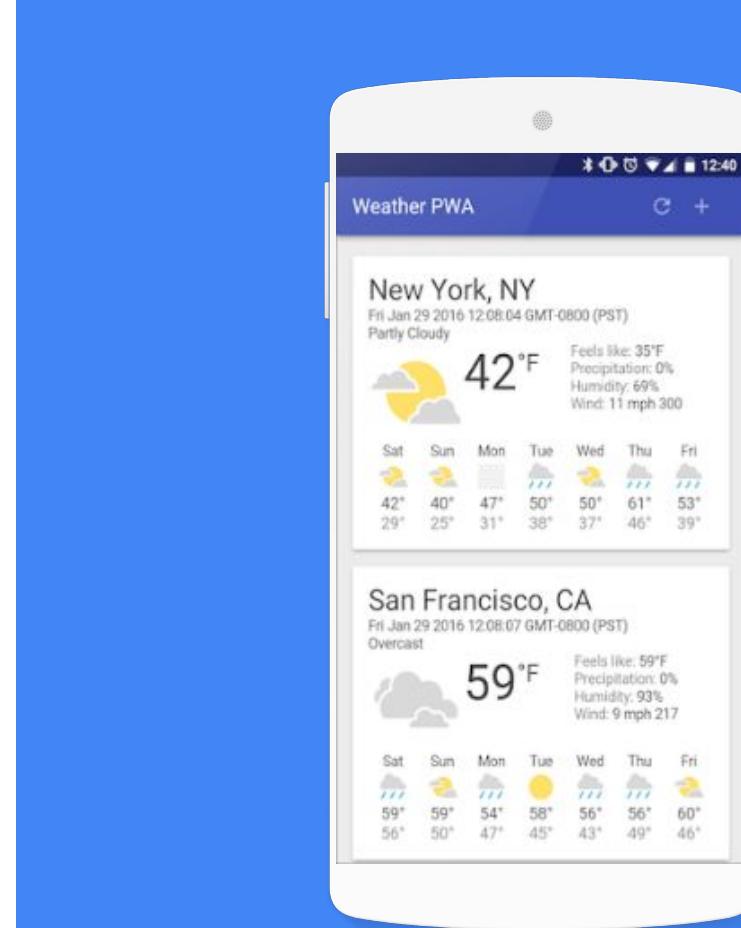
Accelerated Mobile Pages

AMP es un proyecto de código abierto cuyo objetivo es ayudar a los desarrolladores a crear contenido móvil optimizado.



Progressive Web Apps

PWA brinda una experiencia única incluyendo lo mejor de la web y de las aplicaciones. Son útiles para los usuarios desde la primera visita en el navegador ya que no requiere instalación. Se carga rápidamente, incluso en conectividad baja, posibilita el envío de notificaciones push y se presenta con un ícono en la pantalla principal.



GOOGLE RESIZER

Resizer es una herramienta online interactiva para visualizar y testear cómo nuestros productos digitales responden al Material Design en **Mobile, Tablet y Desktop**.



¡Queremos escuchar de tí!

Estamos ansiosos de recibir tu feedback acerca de los servicios que proveemos.

Cuéntanos lo que piensas sobre nuestra auditoría de sitios mobile en esta pequeña encuesta ¡Sólo te tomará 2 min!

¡GRACIAS!

