

Test A | B

e-commerce

OleTus Globos

KISS TEAM

DATA:

Irene Aguerri

Mau Guerrero

UX:

Juan Infante

Ana Rojo

Problema

Categorización de productos



Dificultad a la hora de encontrar un globo en concreto.



Parte I



Rediseño de pagina del e-commerce de negocio local "GloboEsCultura"



Propuesta de rediseño de logo y naming



Diseño de un prototipo A mostrado al cliente



Parte II

Contacto con data

Testeo de los dos prototipos:

1. Control
2. Tratamiento

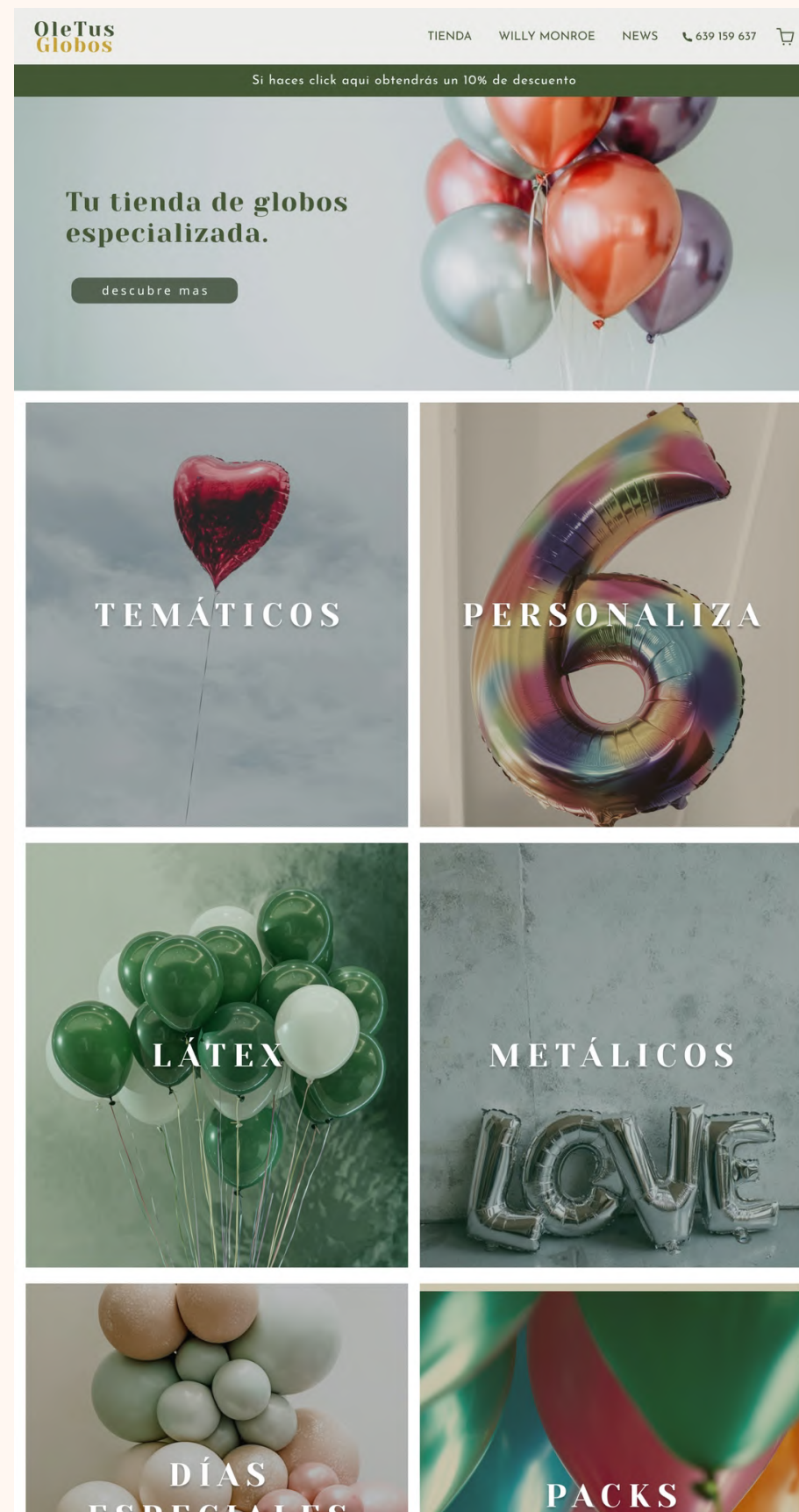
Se evaluaron 3 experimentos con los dos testeos



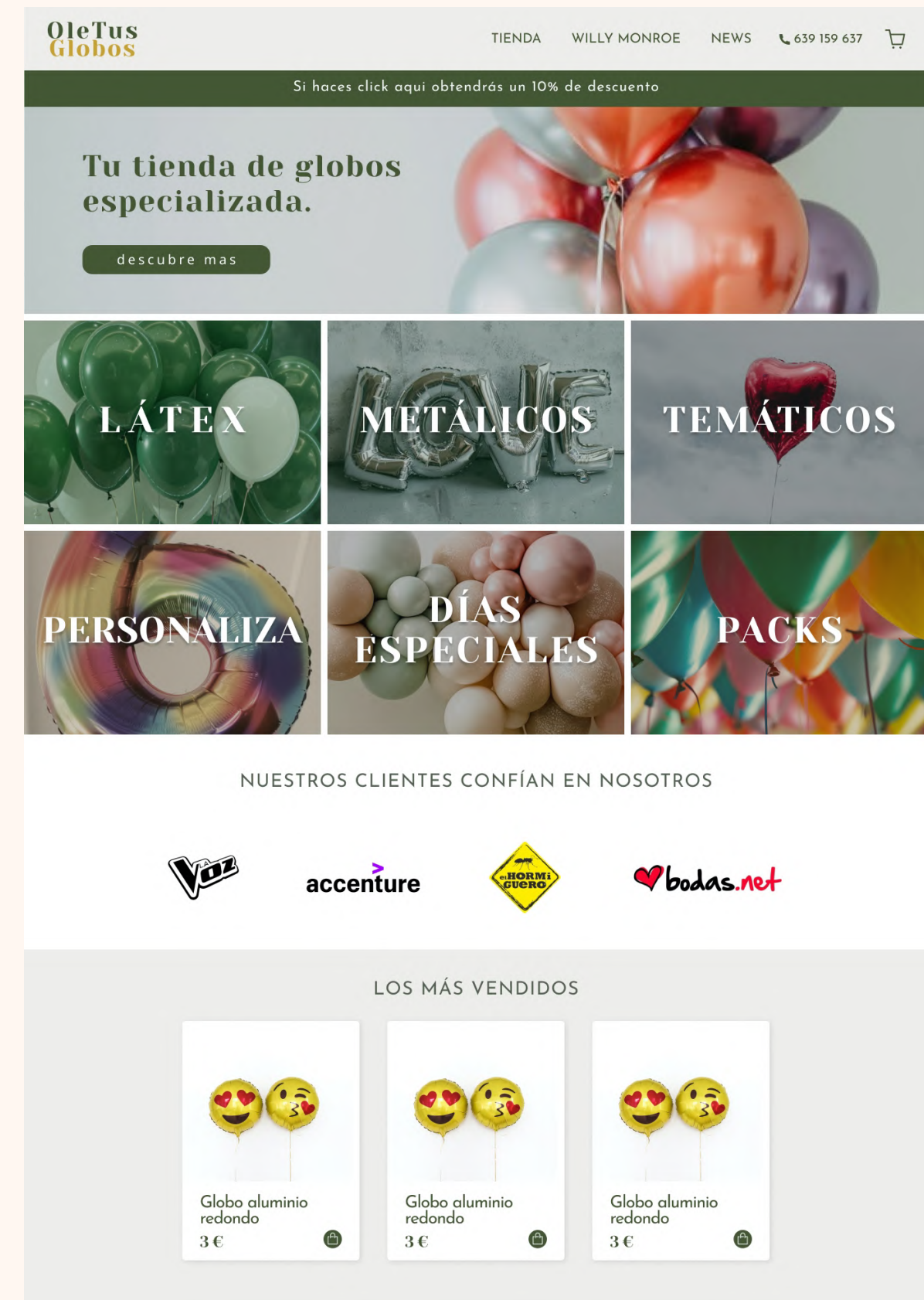
Parte I

DASHBOARD POWER BA

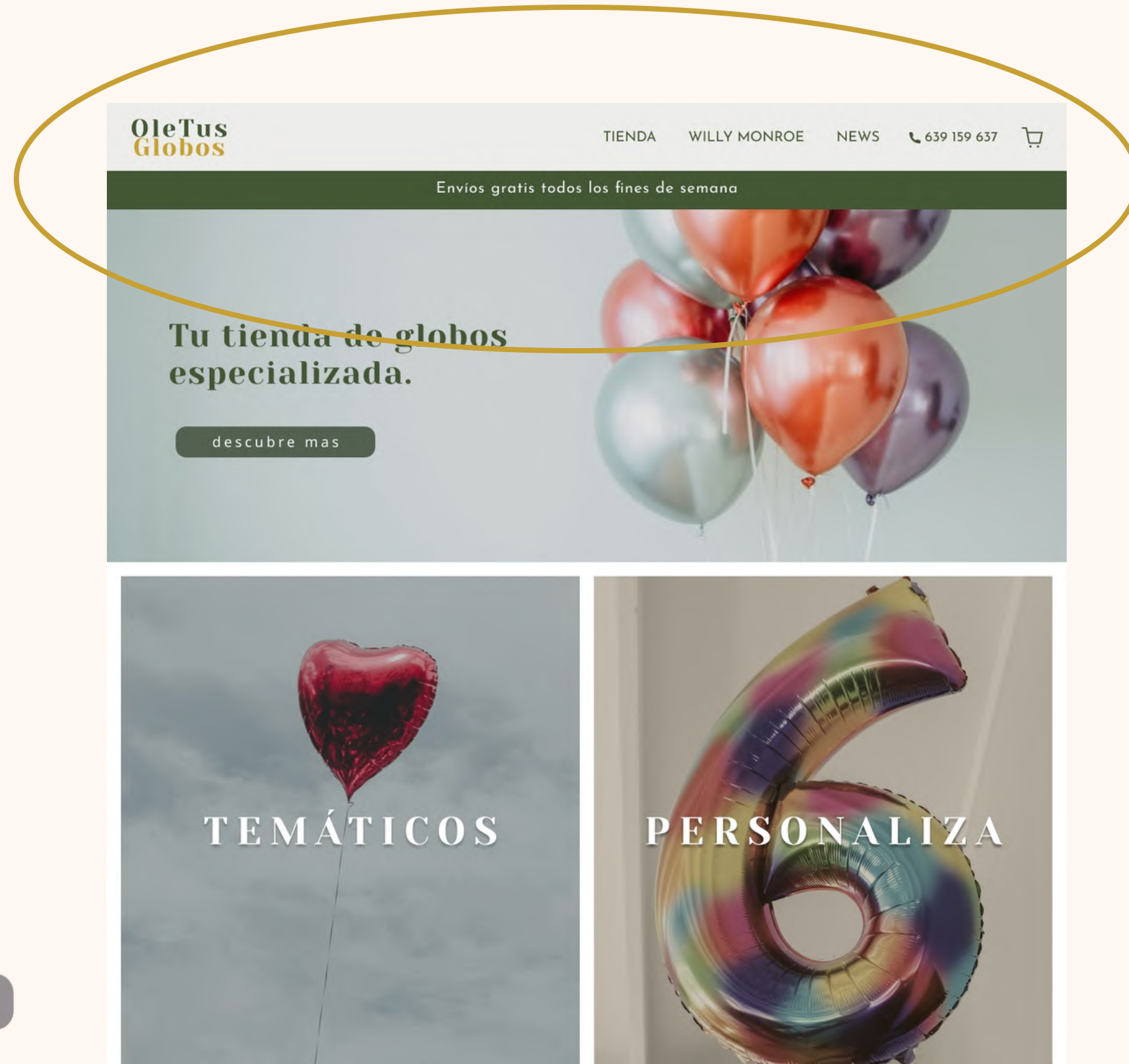
Muestra control A



Muestra tratamiento B



Muestra control A



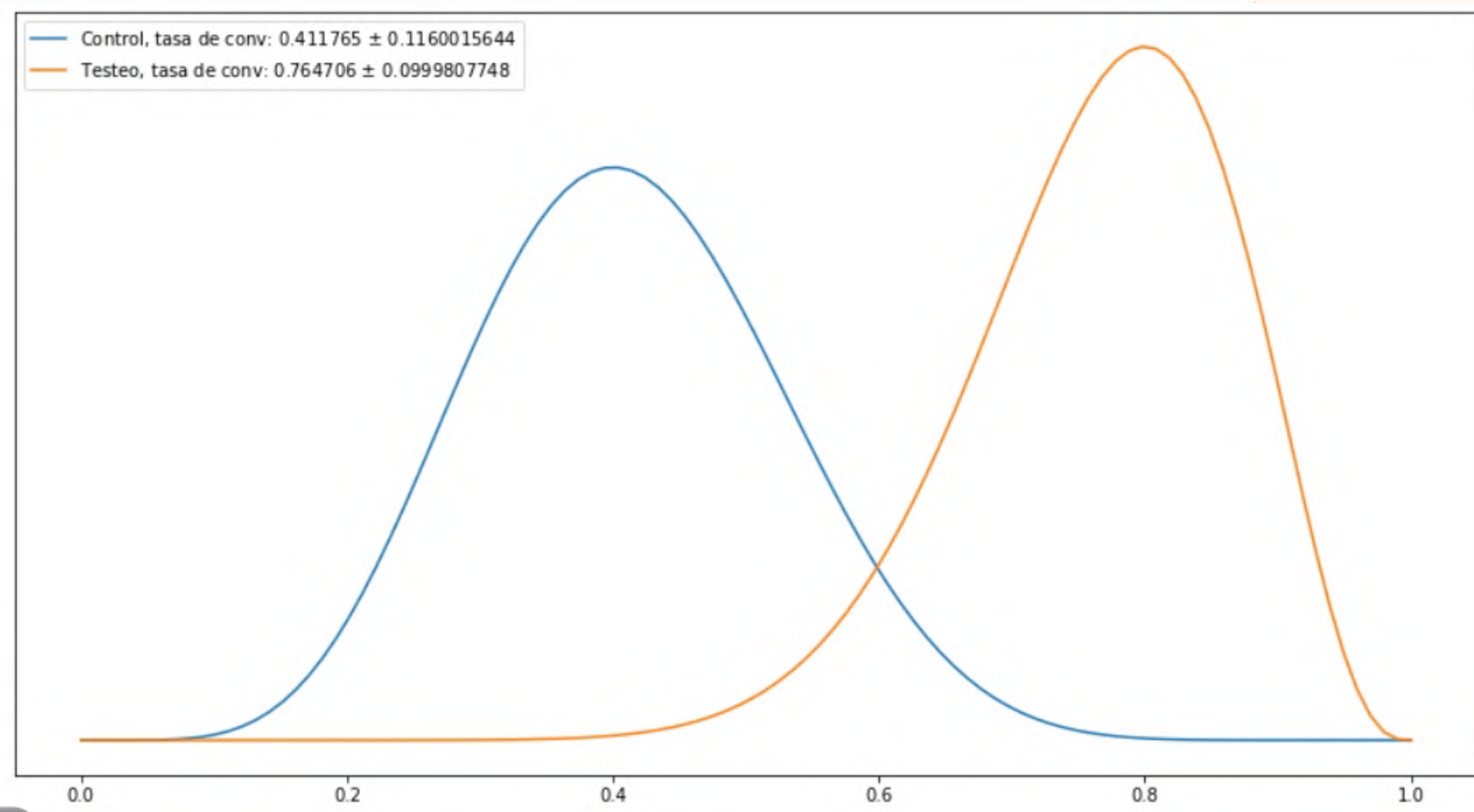
Muestra tratamiento B



Experimento I

OleTus
Globos

Si el cliente compraba en el mínimo de clicks posibles

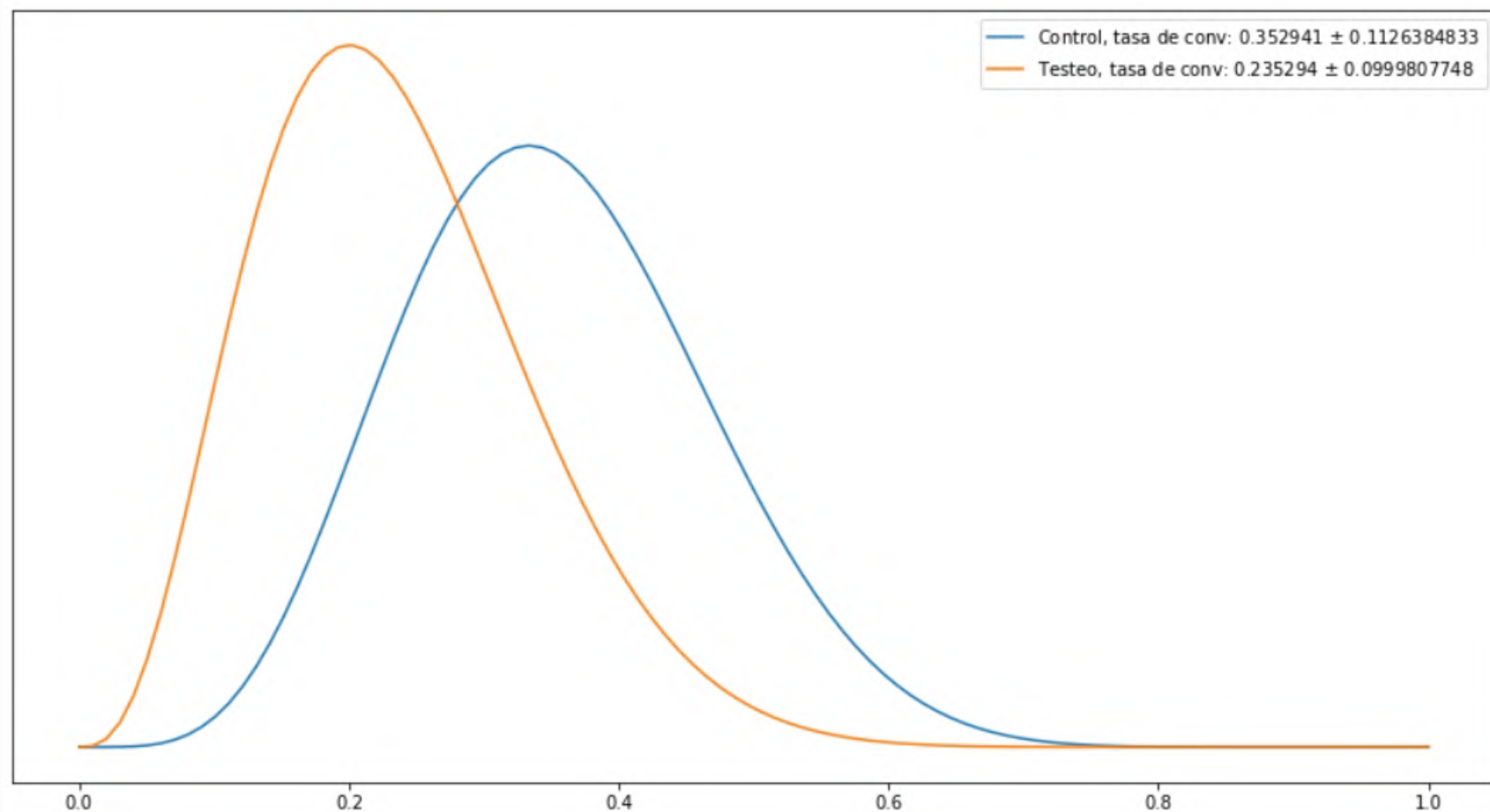


El test aumenta la tasa de conversión en un 85.75% con una probabilidad de 93.49%

Experimento II

OleTus
Globos

El cliente hace click para beneficiarse del descuento del banner

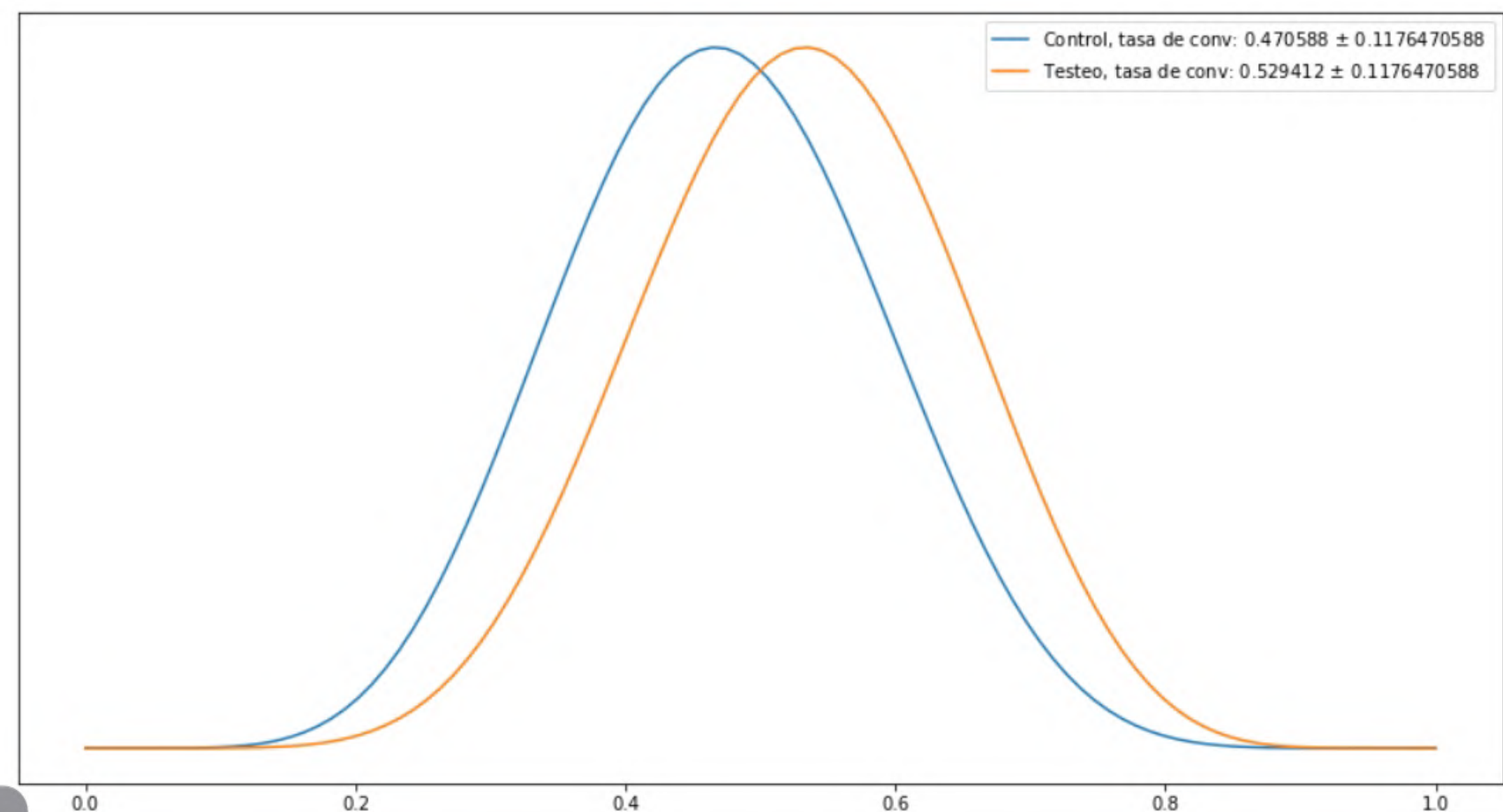


El test disminuye la tasa de conversión en un -33.33% con una probabilidad del 33.60%

Experimento III

OleTus
Globos

Si el cliente tarda menos del promedio en realizar una compra



El test aumenta la tasa de conversión en un -12.50% con una probabilidad del 59.82%

Muchas gracias

DATA:

Irene Aguerri

Mau Guerrero

UX:

Juan Infante

Ana Rojo

OleTus
Globos