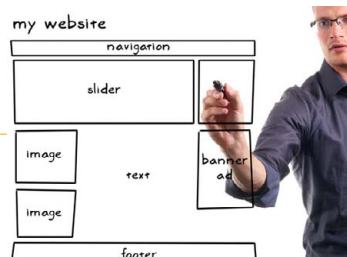


Capítulo 4

CONVERSIÓN DE CLIENTES

Recomendaciones para el diseño de un sitio web



La **apariciencia de una tienda virtual** es equivalente a la “ventana” que el cliente observa y que lo **motiva a llevar a cabo una compra**.

Si bien existe una variedad de alternativas de diseño, se pueden listar los elementos más básicos a considerar:

1. Contacto y soporte de navegación
2. Atractivo visual
3. Flujo sencillo de navegación
4. “Breadcrumbing¹” (interfaz gráfica de navegación)
5. Interactividad
6. Links
7. Carrito de compras
8. Pie de página
9. Formulario de compra y de registro
10. Uso de videos

En las páginas siguientes se muestran una serie de ejemplos que no representan alternativas únicas, sino algunas maneras destacables en las que ciertas empresas diseñan sus sitios.

Nota: Con base al artículo “Web Usability Best Practices” por eVOC Insights.

1. Palabra en inglés que significa “migas de pan”. Conocido en Español como Hilo de Ariadna. Este concepto es aplicado en las páginas web y sirve para tener una guía de navegación a través de las distintas secciones que la conforman para que el usuario ubique dónde se encuentra.

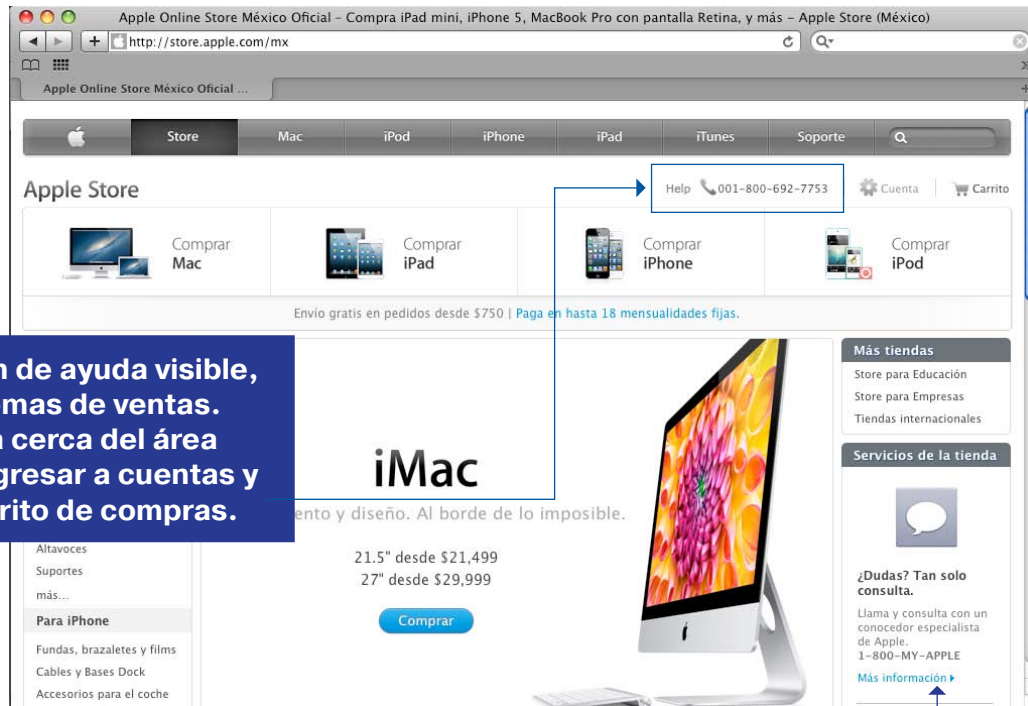
Elementos a considerar para el diseño de un sitio web:

1

Contacto y soporte de navegación

- **Datos de contacto:** Sección con los principales datos de contacto de la empresa: dirección, teléfono, e-mail, etc. Es necesario considerar la capacidad de respuesta a posibles solicitudes de usuarios.
- **Formulario de contacto:** Forma a través de la cual el usuario deja sus datos y envía mensajes a la empresa para pedir información, resolver dudas, etc. En esta opción también es necesario contemplar la capacidad de respuesta a posibles solicitudes de usuarios.
- **Sección de preguntas frecuentes:** Aquí se despliegan las preguntas más frecuentes realizadas por la mayoría de los usuarios.
- **Chat de soporte:** A través de esta herramienta, el usuario puede interactuar con un representante de la empresa para resolver dudas, solicitar información, etc. Tiene un costo adicional ya que requiere a una persona de la empresa que responda las solicitudes de los usuarios.

Es indispensable contar con un **soporte de navegación** que otorgue al visitante las herramientas necesarias para no desistir de su compra por falta de información o claridad en la navegación.



Sección de ayuda visible, en temas de ventas. Está cerca del área para ingresar a cuentas y al carrito de compras.

Método de servicio al cliente en caso de alguna duda o problema durante la navegación.

Continuación:

The image shows a screenshot of the Netflix website's sign-up page. The browser address bar displays the URL: <https://signup.netflix.com/?mqso=80030800&locale=es-MX>. The page features a red header with the Netflix logo, a search bar, and a language dropdown set to 'Español'. A prominent yellow circle highlights '1 MES GRATIS'. The main text reads: 'Ve películas y series en cualquier momento y en cualquier lugar. Por solo \$99 al mes.' Below this is a blue button that says 'Comienza tu mes gratis'. The background image shows a family of four sitting on a couch in a living room, watching a TV that displays the Netflix interface. An orange callout box at the bottom contains the text: 'Se destacan las funciones del sitio. Se mantiene una imagen clara sobre el valor que genera el producto o empresa.'

2

Atractivo visual

- **Destacados en la página principal:** Sección en la que se despliegan banners con los productos y ofertas más destacados.
- **Escalabilidad a múltiples resoluciones de monitores:** Posibilidad de escalar la resolución del sitio para que pueda ser visualizado de manera correcta (idealmente sin tener que utilizar barras de desplazamiento) en diferentes equipos.

Banners en la página principal con productos y ofertas destacados.

Escalabilidad para visualizar correctamente el sitio.



3

Flujo sencillo de navegación

- **Mostrar dónde se encuentra el usuario en el sitio:** Señales visuales que permitan identificar al usuario en qué lugar del sitio está (sombreadados, subrayados, títulos, etc.).
- **Mapa del sitio:** Sección en la que se muestra todo el contenido del sitio a través de un “árbol” que indica todas las secciones y subsecciones, así como la ruta para llegar a éstas. Se debe mantener un flujo de navegación sencillo para el cliente:



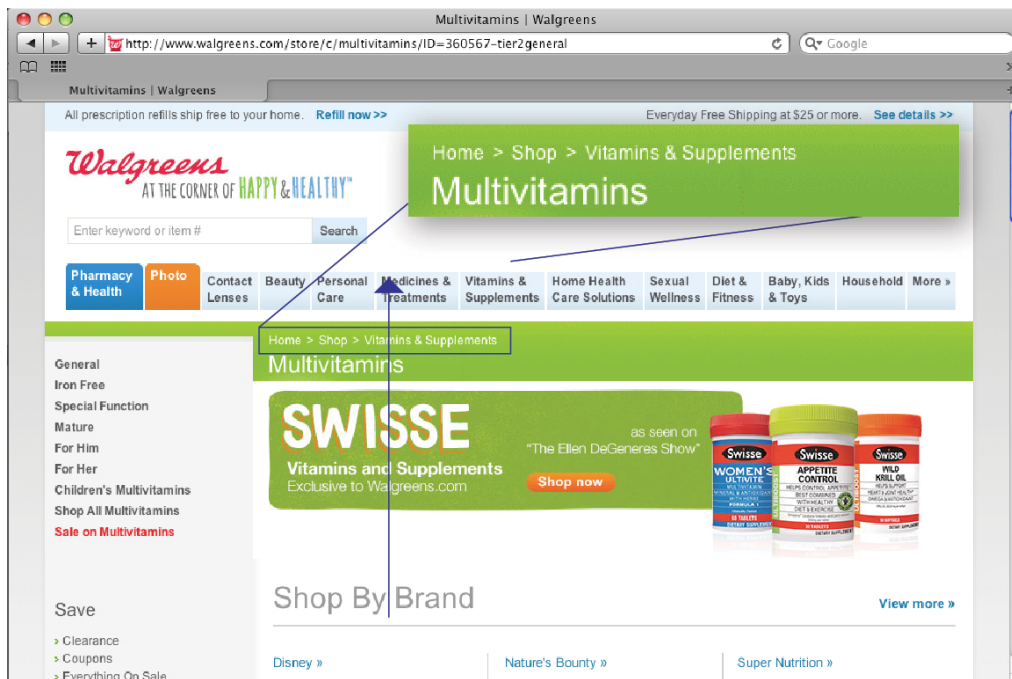
El sitio está organizado por secciones de productos lo cual permite al usuario llegar fácilmente al lugar que está buscando.

Es fácil y rápido acceder a cualquier parte del sitio. No hay necesidad de navegar por múltiples secciones para llegar a alguna en especial.

4

“Breadcrumbing”

- **Links hacia cada uno de los niveles de la ruta:** Permite que el usuario haga click sobre cada uno de los niveles de la ruta para regresar o desplazarse entre ellos. De implementarse de forma correcta, una interfaz de navegación o “breadcrumbing¹” permite al usuario entender mejor y navegar más fácilmente por el sitio.



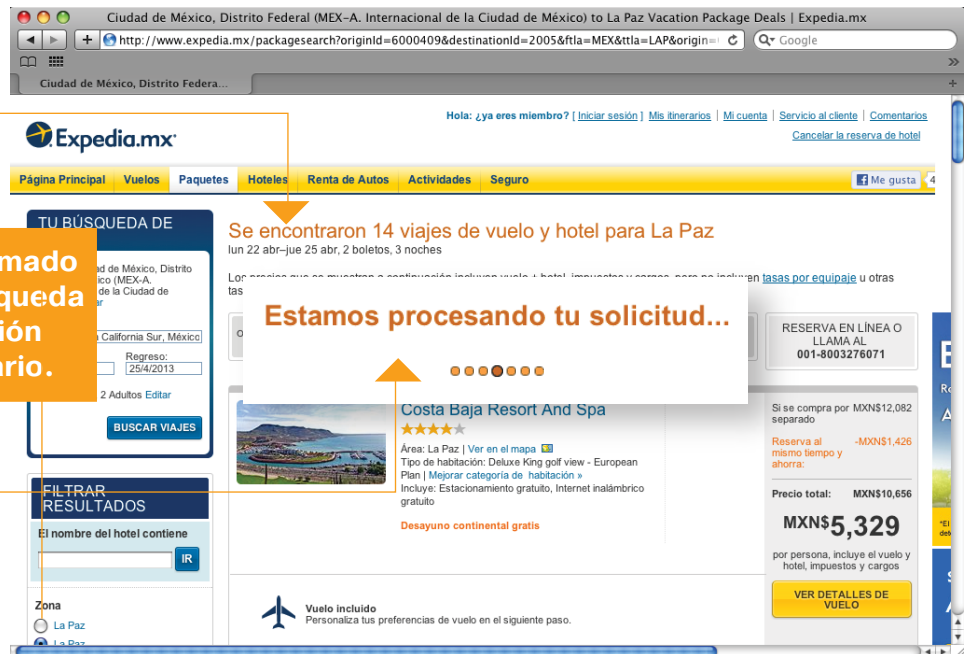
“Breadcrumbing” es claro y funcional. Se encuentra cerca a los títulos sin interferir con el contenido.

1. Palabra en inglés que significa “migas de pan”. Conocido en Español como Hilo de Ariadna. Este concepto es aplicado en las páginas web y sirve para tener una guía de navegación a través de las distintas secciones que la conforman para que el usuario ubique dónde se encuentra.

5 Interactividad

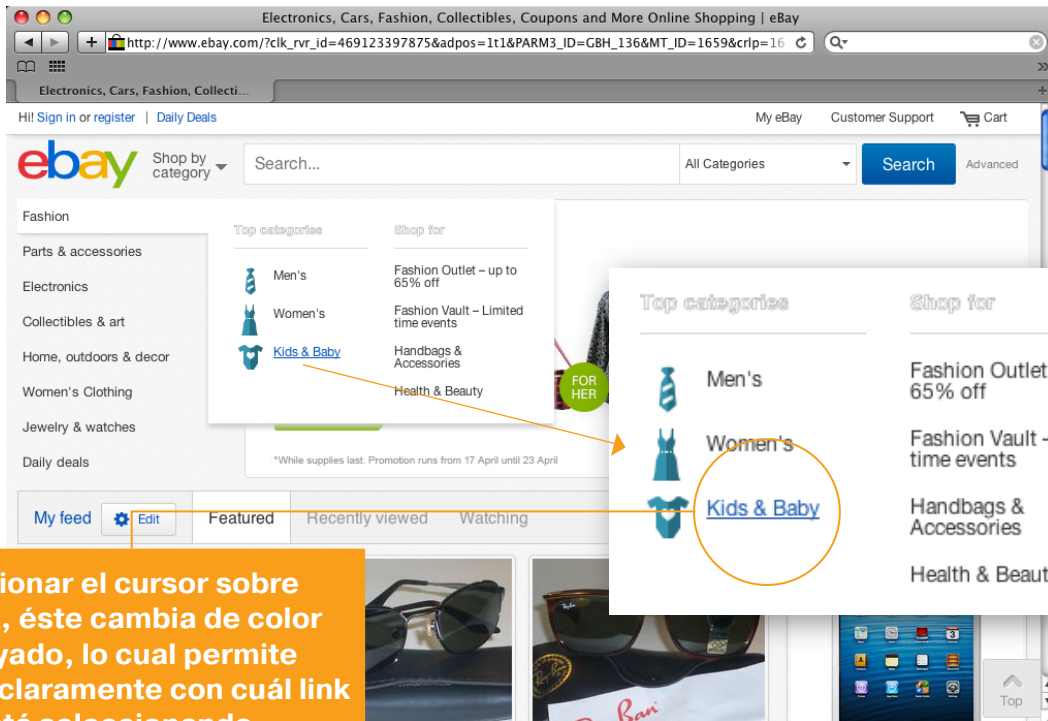
- **Detalle de las selecciones hechas en un proceso de compra:** Muestra al usuario las elecciones que ha realizado en el proceso de compra (hoteles: fechas de hospedaje, tipo de habitación, etc.).
- **Página de confirmación:** Se muestra cuando el usuario ha finalizado la compra, con un resumen detallado de lo que se realizó (producto comprado, cargo realizado a la tarjeta, etc.). El uso de retroalimentación permite comunicar al usuario el estatus de sus solicitudes:

Mantiene al usuario informado sobre el avance en su búsqueda y solicita más información en caso que sea necesario.



6 Links

- **Aspecto de los elementos sobre los que se puede hacer click:** Es importante considerar que los elementos sobre los que se puede hacer click sean fácilmente identificables (de manera visual). Los links deben ser claramente identificables por el usuario para facilitar su navegación por el sitio.



Al posicionar el cursor sobre algún link, éste cambia de color y subrayado, lo cual permite identificar claramente con cuál link se está seleccionando.

7

Carrito de compras

- **Pasos para terminar la compra:** En la parte superior del carrito de compras debe haber una indicación clara de cuál es el paso actual y cuáles faltan para terminar el proceso de compra.
- **Recordatorios:** Despliegue de mensajes de advertencia cuando el usuario intenta abandonar la página y todavía tiene algún producto en el carrito de compras. Estructurar un carrito de compras sencillo y homogéneo al de la mayoría de las tiendas virtuales posibilita una mayor frecuencia de compra.



El carrito de compras se mantiene en la parte superior derecha, como en la mayoría de los sitios, y muestra el producto que se acaba de agregar, además de ser fácil de editar.

Es fácil añadir al carrito de compras. No se efectúa un cambio de página al añadir productos al carrito, lo cual facilita agregar múltiples productos.

El usuario se mantiene en la página hasta que decide realizar el “checkout”.

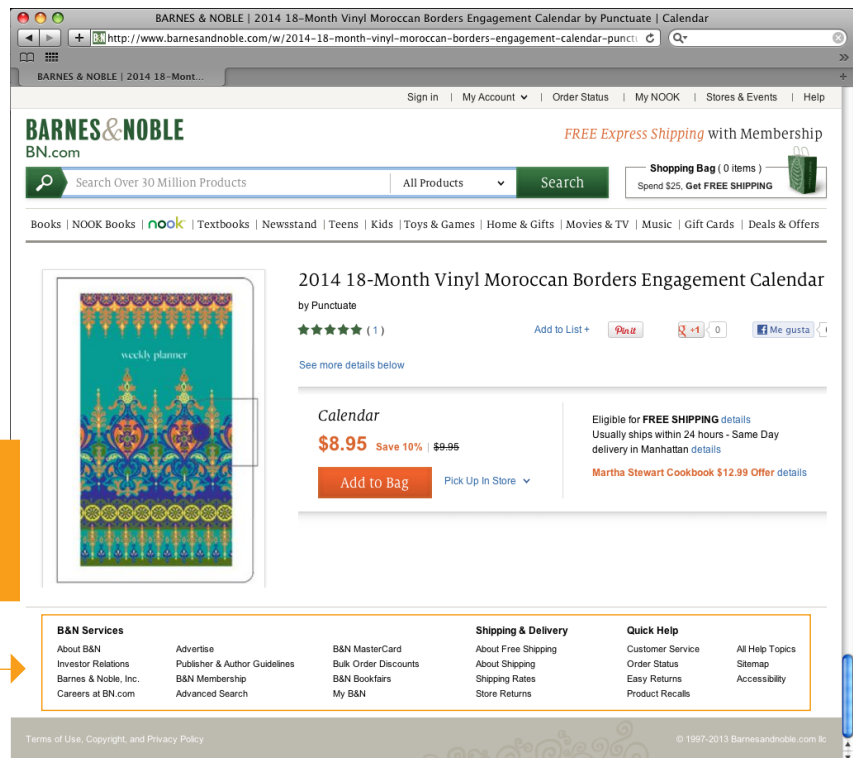
8

Pie de página

- **Sección legal:** Incluye información legal de la compañía como políticas de privacidad, devoluciones, etc.
- **Sección de información corporativa:** Muestra información de la empresa, reportes trimestrales, anuales, relación con inversionistas, etc. Por lo general sólo empresas grandes cuentan con esta sección.

El uso de pie de página en las tiendas virtuales no sólo facilita la navegación sino que también permite aprovechar los beneficios del SEO para la obtención de tráfico.

Pie de página categorizado y jerarquizado, claramente separado del resto del contenido del sitio.



9

Formulario de compra / registro

- **Indicación de error:** Marcar los errores o datos faltantes al momento de llenar un formulario sin borrar la información que es correcta.
- **Listas desplegables y autocompletar:** Listados o sugerencias automáticas para completar lo que el usuario está escribiendo, principalmente para campos de información "común" (país, ciudad, estado, etc.).
- **Formulario sencillo:** Formato accesible y fácil de llenar. El formulario de información para completar el proceso de compra es un punto crítico para establecer una relación comercial con los clientes.

Requiere poca información y utiliza un formato sencillo. Cuanto más simple es un formulario, más alta es la probabilidad de que un usuario complete la compra y se registre.

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.linio.com.mx/customer/account/create/>. The page title is "Crear una nueva cuenta". The header features the Linio logo, a "HASTA -76% COMPRANDO CON TU TARJETA DÉBITO O NÓMINA" banner, and a "SOLO HASTA EL 18 DE MAYO!" promotion. Below the header is a search bar and navigation links like "Bienvenido", "Iniciar sesión", and "Mi Carrito". The main content area is titled "Crear una nueva cuenta" and contains the following form fields:

- Sexo: Selecionar (dropdown menu)
- E-mail: [text input]
- Contraseña: [text input]
- Confirmar contraseña: [text input]
- Nombre: [text input]
- Apellidos: [text input]
- Fecha de Nacimiento: [Day (DD) / Mes (MM) / Año (AAAA) inputs]
- Boletín: Quiero recibir ofertas por e-mail
- * Campos obligatorios
- Enviar button

At the bottom of the page, there is a banner that says "MÁS BARATO IMPOSIBLE" and "SI ENCUENTRAS UN PRODUCTO MÁS BARATO, ¡TE MEJORAMOS EL PRECIO!".

Continuación:



Marca los errores cometidos al proporcionar la información.

Define claramente los campos obligatorios (*).

Lleva al cliente paso a paso en las opciones para realizar la compra de forma innovadora y fácil de entender.



10 Uso de videos

- **Videos de demostración:** Explican o muestran características técnicas, como manuales “paso a paso”, sobre todo para productos difíciles de vender o explicar. El uso de material adicional como videos se ha vuelto indispensable para mejorar la experiencia de visita del usuario.



Al ser seleccionado, el video no cubre el contenido de la página.

La ventana del video tiene controles de tamaño y volumen.

La sección de videos para conocer los productos no ocupa mucho espacio del contenido.