

CRO

Conversion Rate Optimization

Miguel Salazar Kovaleff

msalazar@attachmedia.com

15 de junio de 2016

Lima, Perú



Analítica Digital

Miguel Salazar Kovaleff

<http://blog.attachmedia.com>

@attachmedia

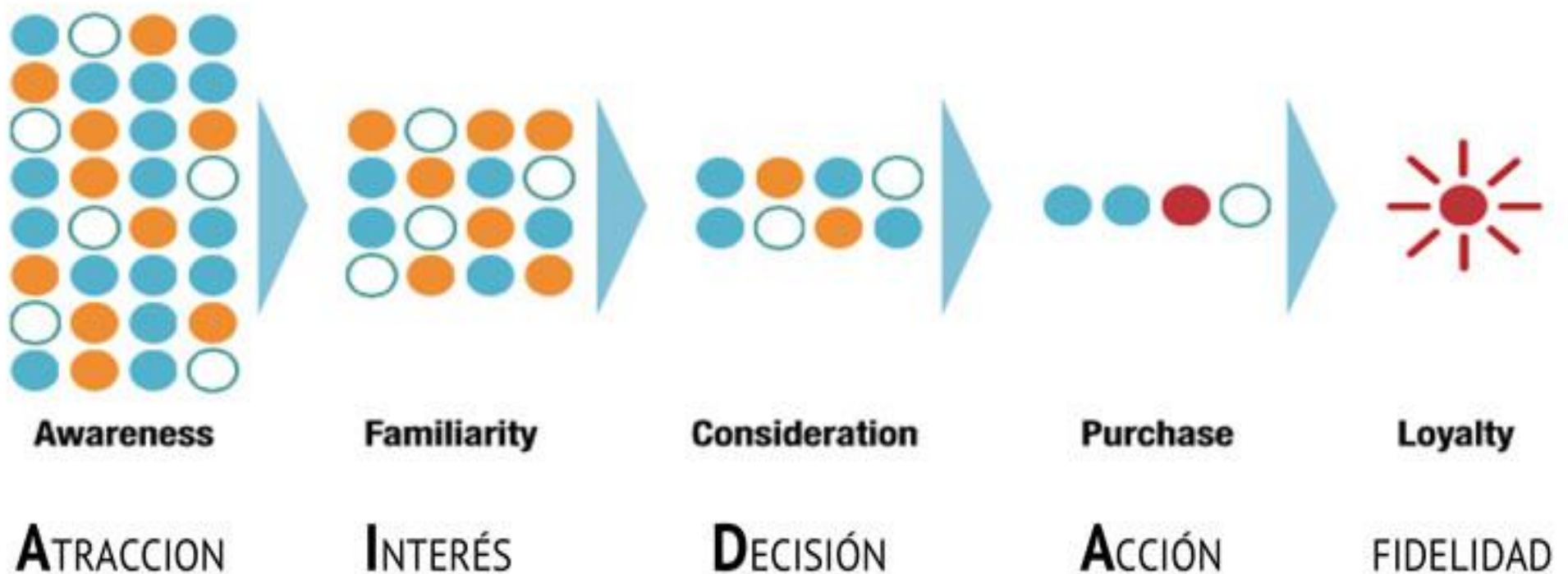
Agenda

- eCommerce
- Analítica Digital
- Recordando métricas digitales
- ¿Que es CRO?
- Testing en Profundidad



Ciclo de venta Ecommerce

- Influir a los clientes adecuados en los momentos oportunos



ENTENDER COMO COMPRAN ES IMPORTANTE

Modelos de negocio en Internet

Ciclo de vida típico en un modelo de negocio de eCommerce

	Traditional E-retailing	C2C Marketplace	Flash Sales	Group Buying / Coupons	Subscription
New Business Model	• Amazon	• Ebay	• Gilt Groupe, Vente Privée	• Woot	• ShoeDazzle
Copycats	• Buy, NewEgg	• Half.com, Amazon Marketplace	• Rue La La, Ideeli, HauteLook, My Habit (AMZ), Fashion Vault (Ebay)	• Groupon, LivingSocial, Buy With Me, Facebook Deals, Google Offers	• Justfab, JewelMint
Apply to Different Categories	• Wayfair, B&N, ShoeBuy, Expedia	• AirBnB, SkillShare, Qraft	• One Kings Lane, Totsy, Zulily, Lot18, Gilt Taste, Jetsetter, Little Rue, Gilt Home	• Plum District, Bewy, Poggid	• Beachmint, Babbaco, Manpacks, Guyhaus
Apply Innovative Marketing Strategy	• Zappos, Bonobos	• Etsy	• Fab, Ahalife, OpenSky, Net-a-Porter, Hotel Tonight	• Gilt City	• Birchbox, Not Another Bill
Aggregator	• Shopzilla, PriceGrabber, Shopping.com, Google Product	• n/a	• MyNines, RowNine	• Yipit, DailyD, 8Coupons, TheDealMap	• n/a

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Sectores con presencia en e-commerce



Se analizaron **230** negocios

Se escogieron **129** negocios

Se categorizan en **22** sectores

Top 3 de sectores por tipo de negocio

B2B

- Software informático
- Hardware de computadoras
- Equipos electrónicos

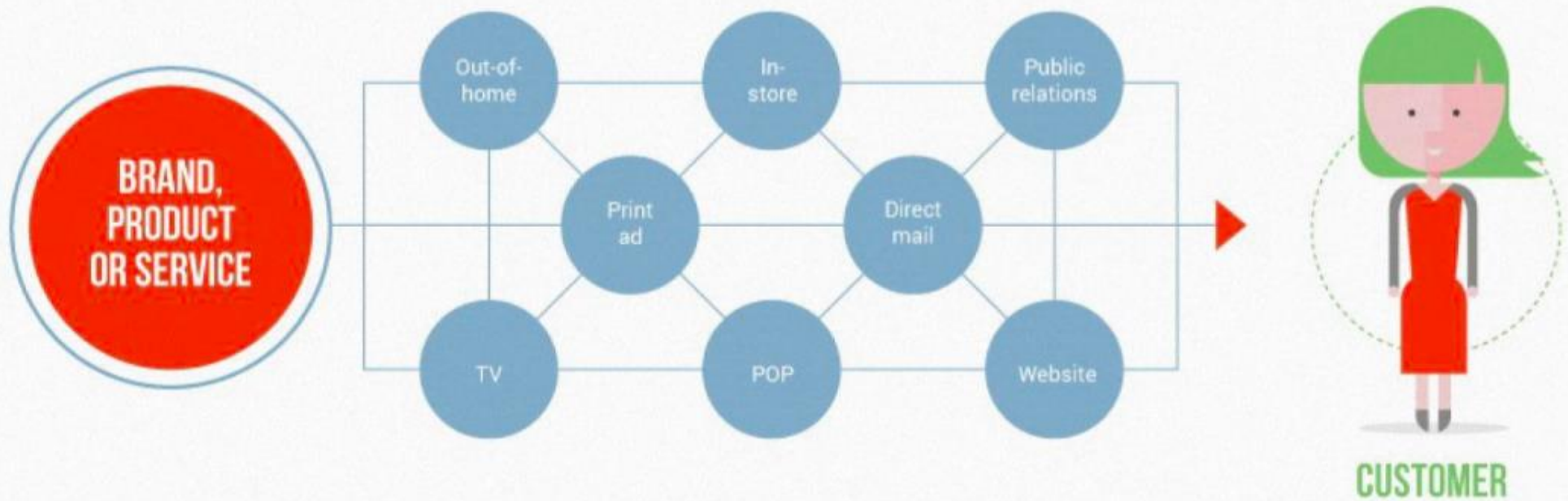
B2C

- Flores
- Libros impresos
- Cuidado personal

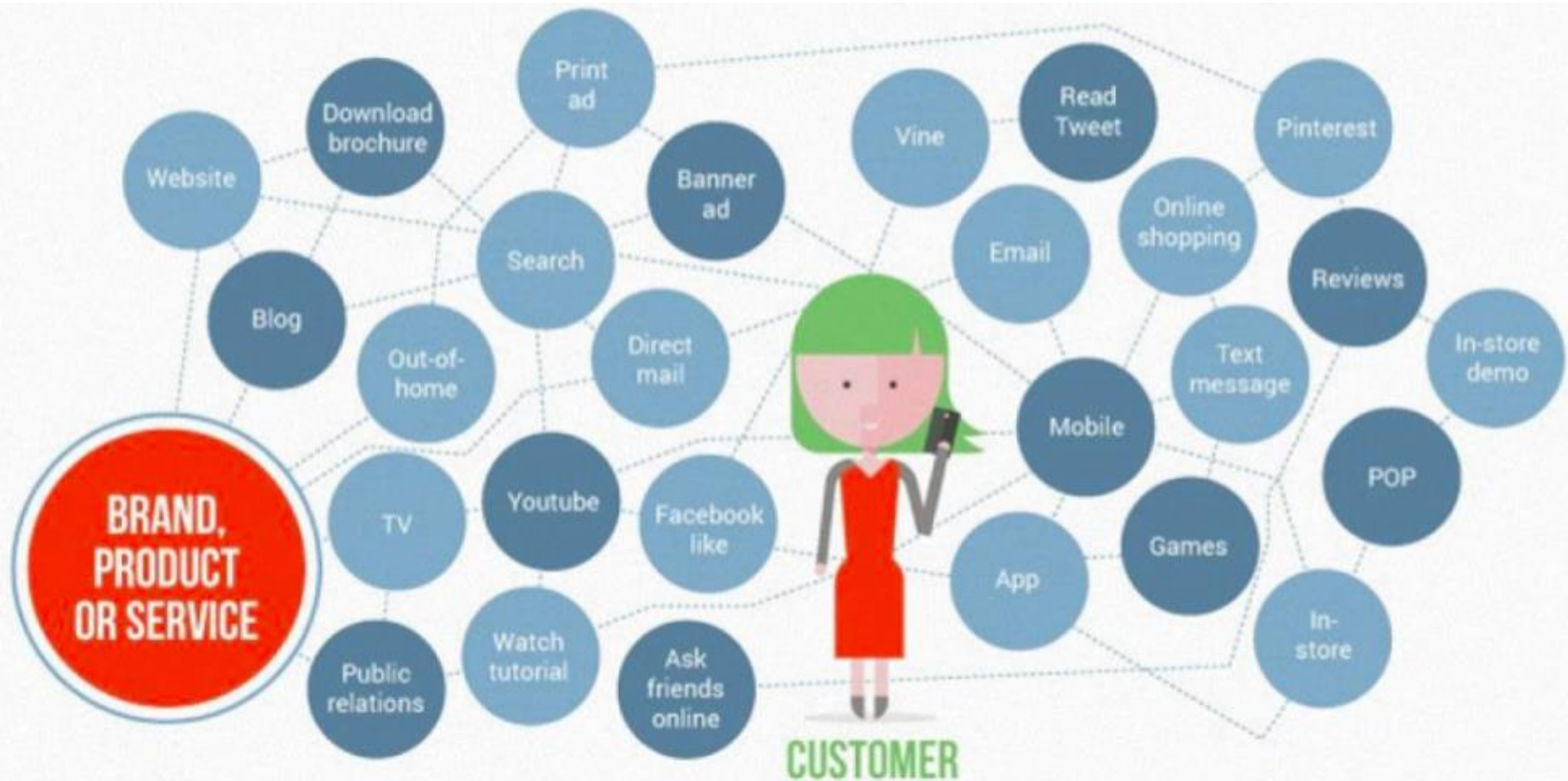
Cuponeras

- Cosméticos
- Comestibles
- Reservaciones para hoteles y tours

Marketing: Antes



Marketing: Ahora





Traditional customer lifecycle



Digital customer lifecycle



**¿Qué es la
Analítica Digital?**

Es utilizar la data como el centro de
nuestra decisiones

Es extraer conclusiones, definir estrategias y/o establecer reglas de negocio en base a los datos recabados.



= Mejor ROI



MEMEFUL.COM

TANTO CACAREO ... YA ME DUELE LA CABEZA

El promedio de conversión de un
Comercio Electrónico es de 2-3%
El de Amazon es de 17%

Fuente: E-tailing Group / Nielsen Online

MÉTRICAS



NO TE ACUERDAS ...

Lo básico

Dimensiones	Descripción
Visitas	Nuevas / Recurrentes
Páginas Vistas	Total de páginas en las entraron los usuarios
Browsers (usuarios)	Total de usuarios que ingresaron al sitio web
Porcentaje Rebote	Nos responde si nuestro sitio es útil
Fuente de Tráfico	Directo / Referencia / Orgánico / Social
Páginas Más vistas	Ranking
Flujo de comportamiento	En que lugares de la web hay más tráfico
Fuentes de Referencia	Desde que otros sitios se tiene tráfico
Datos demográficos	Edad / Sexo / Idioma / País / Ciudad
Tecnología	Móvil / Desktop / Operador
Conversiones	De las visitas , cuantas terminan en compra

Ratios

TABLA 2

	TIPO DE CAMPAÑA			TIPO DE SITE	
MÉTRICA	Beneficio	Adquisición	<u>Branding</u>	<u>Site de comercio online</u>	<u>Site no dedicado a la venta</u>
CTR	$\frac{\text{Impresiones}}{\text{Clicks}}$	$\frac{\text{Impresiones}}{\text{Clicks}}$	$\frac{\text{Impresiones}}{\text{Clicks}}$	$\frac{\text{Impresiones}}{\text{Clicks}}$	$\frac{\text{Impresiones}}{\text{Clicks}}$
Porcentaje de conversiones	$\frac{\text{Nº Transacciones}}{\text{Visitas}}$	$\frac{\text{Nº Objetivos}}{\text{Visitas}}$	$\frac{\text{Nº Objetivos}}{\text{Visitas}}$	$\frac{\text{Nº Transacciones}}{\text{Visitas}}$	$\frac{\text{Nº Objetivos}}{\text{Visitas}}$
Beneficio neto antes del coste de la campaña	$\text{Ingresos} - \text{Costes producto}$	$\text{Valor total del objetivo} - \text{Costes desarrollo}$	$\text{Valor total del objetivo} - \text{Costes desarrollo}$	$\text{Ingresos} - \text{Costes producto}$	$\text{Valor total del objetivo} - \text{Costes desarrollo}$
Beneficio neto después del coste de la campaña	$\text{Ingresos} - \text{Costes producto} - \text{Costes de la campaña}$	$\text{Valor total del objetivo} - \text{Costes desarrollo} - \text{Costes de la campaña}$	$\text{Valor total del objetivo} - \text{Costes desarrollo} - \text{Costes de la campaña}$	$\text{Ingresos} - \text{Costes producto} - \text{Costes de la campaña}$	$\text{Valor total del objetivo} - \text{Costes desarrollo} - \text{Costes de la campaña}$
ROI	$\frac{\text{Ingresos} - \text{Costes de la campaña}}{\text{Costes de la campaña}}$	$\frac{\text{Valor total del objetivo} - \text{Costes de la campaña}}{\text{Costes de la campaña}}$	$\frac{\text{Valor total del objetivo} - \text{Costes de la campaña}}{\text{Costes de la campaña}}$	$\frac{\text{Ingresos} - \text{Costes de la campaña}}{\text{Costes de la campaña}}$	$\frac{\text{Valor total del objetivo} - \text{Costes de la campaña}}{\text{Costes de la campaña}}$

¿QUE ES CRO?

CRO

- CRO = Conversion Rate Optimization
- Traduciendo: Optimización del Ratio de conversión
- Es decir de la venta \$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$

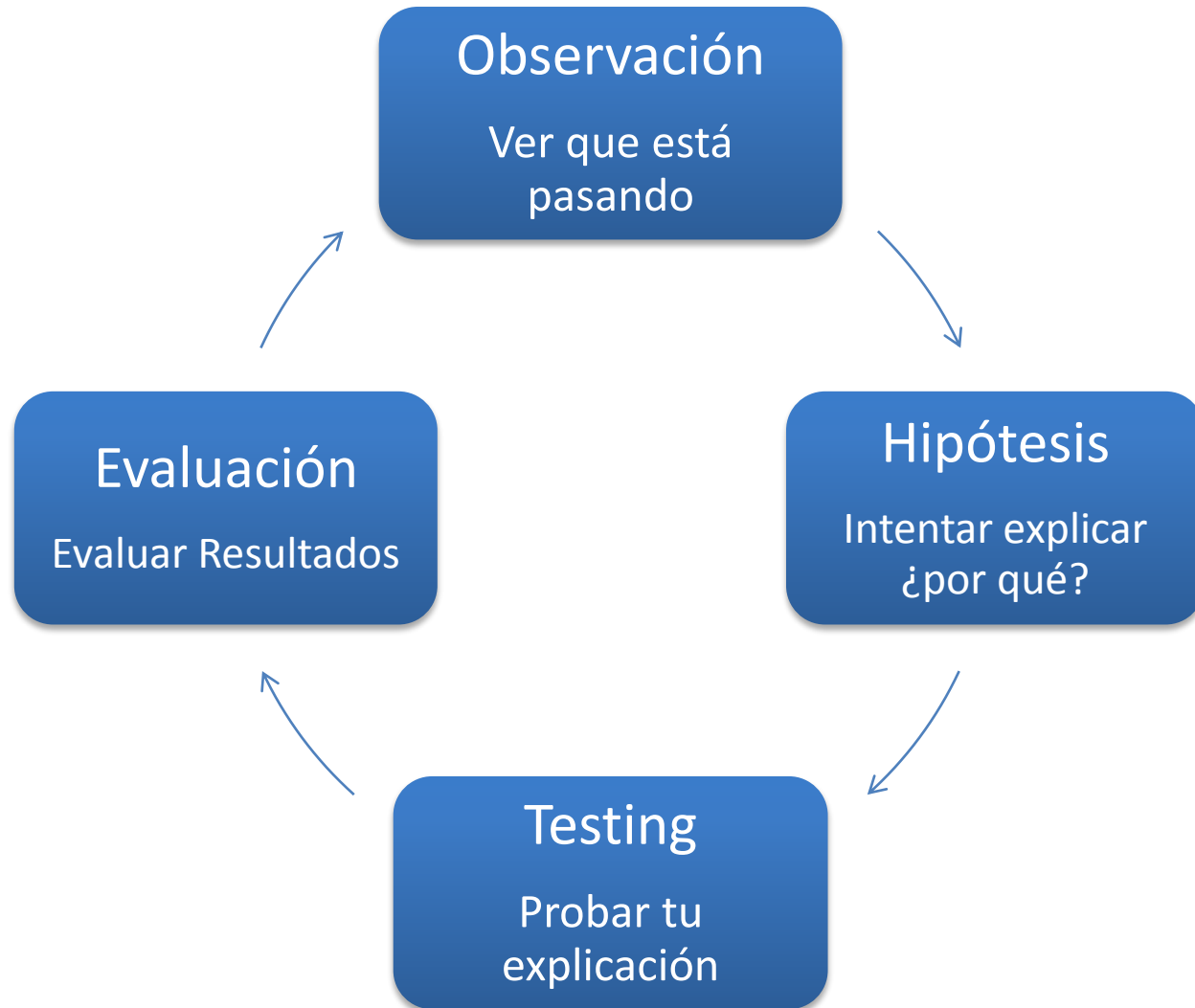


Show me the money

73% de los negocios no tienen idea porque los consumidores abandonan sus carritos de compra

$$\text{Conversion Rate} = \frac{\text{Conversions}}{\text{Visitas}}$$

Ciclo del CRO



Métricas según tipo de negocio

Tipo de Sitio web	Objetivo de conversión
E-Commerce	• Compra completa • Cada paso en el funnel • Productos agregados al carrito • Vistas de Productos
Media / Content Consumo de contenido	• Páginas vistas • Artículos leídos • % de rebote
Lead Generation Adquisición de prospectos	• Completar formulario • Clicks en el formulario o página de contacto
Donaciones	• Completar formulario • Clicks en el formulario o botón enviar donación •

Métricas

Macro Conversion	Micro Conversiones	Métricas Vanidosos
Métricas alineadas a los objetivos del negocio. • Tengo más ventas • Tengo más suscriptores • Tengo más ventas recurrentes • El Ratio de conversión	Explican el comportamiento de los consumidores en el sitio • Hacer click en el botón comprar • Cada paso de un proceso de registro • Cada paso de un proceso de compra	Solo son números: • Tengo más likes • Tengo más páginas vistas • Tengo más tráfico!!

Cuidado con las métricas Vanidosas



ESTUPIDA , MI PÁGINAS VISTAS , IDIOTA

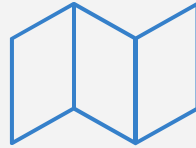
Ciclo del CRO



LARGE SCALE



Voice of
Customer



CX
Analytics



Web
Analytics

QUALITATIVE

QUANTITATIVE



User
Testing

SMALL SCALE

Data cuantitativa (Clickstream): Son las herramientas de Analítica Web que interpretan la información que normalmente usamos:



Data cuantitativa (Clickstream):

La función de estas herramientas es decirnos el Qué:

- Qué sección fue la más vista.
- Qué productos se compraron.
- Qué visitantes vinieron de qué medios (CPC, SEO, Email Marketing, etc).

El qué no es la respuesta a todas nuestras preguntas

Métrica	
Páginas visitas por visita	5.7
Tiempo en el Sitio	5 minutos
Repetición de visitantes	50%

Voz del consumidor

¿Por qué?



Voz del consumidor:

¿Cómo sabes si las páginas más vistas de tu Sitio Web son lo que ellos realmente quieren ver? Un producto puede ser el más visto de tu Site pero nadie compra **¿Por qué?**

La voz del consumidor nos permite saber el **¿Por qué?** de lo que sucede en nuestro Sitio Web.

Voz del consumidor:

Las herramientas más comunes de voz del consumidor son:



Personas

Negocios

Mi Movistar

Preguntas frecuentes

productos ▾ tienda ▾ promos ▾ ayuda ▾



Catálogo Movistar

Me gusta

2,2 millones

Seguir

+1 592

Smartphones

Multimedia

Musicales

Soporte

Marca

Sistema Operativo

Precio

Comparador

Arrastra un
equipo aquí.

Arrastra un
equipo aquí.

Destacados



Nokia
Lumia 920
Desde
S/. 479

comparar

Comprar



Hasta
50%
Dcto.
Samsung
Galaxy Fame
S6810
Desde
S/. 9

comparar

Comprar



Nuevo
Motorola
Razr D3 XT
Desde
S/. 9

comparar

Comprar



LG
Optimus G E976
Desde
S/. 9



Nuevo
Sony
Xperia E C1504
Desde
S/. 39



Samsung
Galaxy S4
Desde
S/. 699

comparar

Comprar

¿El contenido del catálogo influencia tu
decisión de compra?

☐ Si

☐ No

que necesitas.

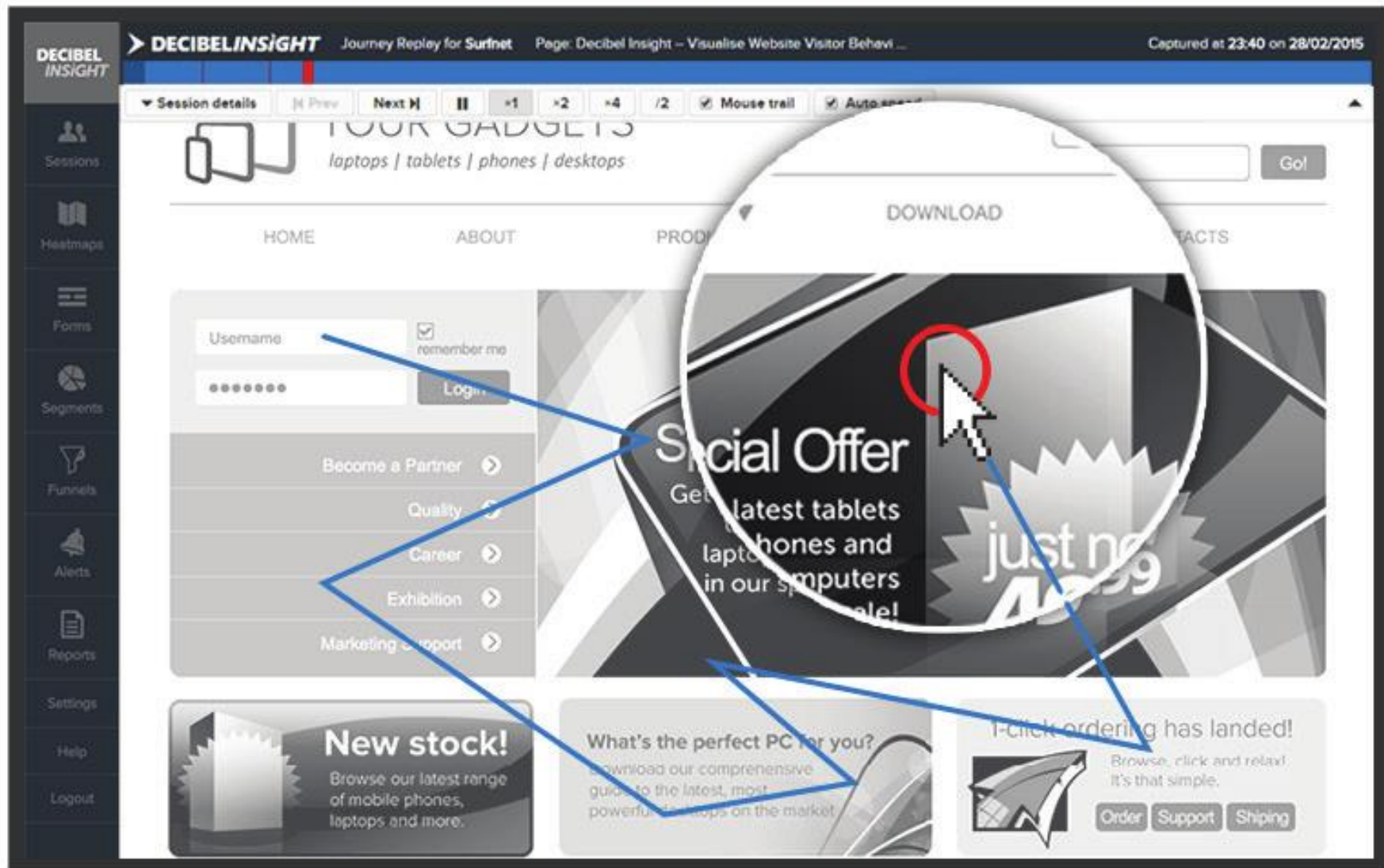
Contáctanos aquí

☐ Si

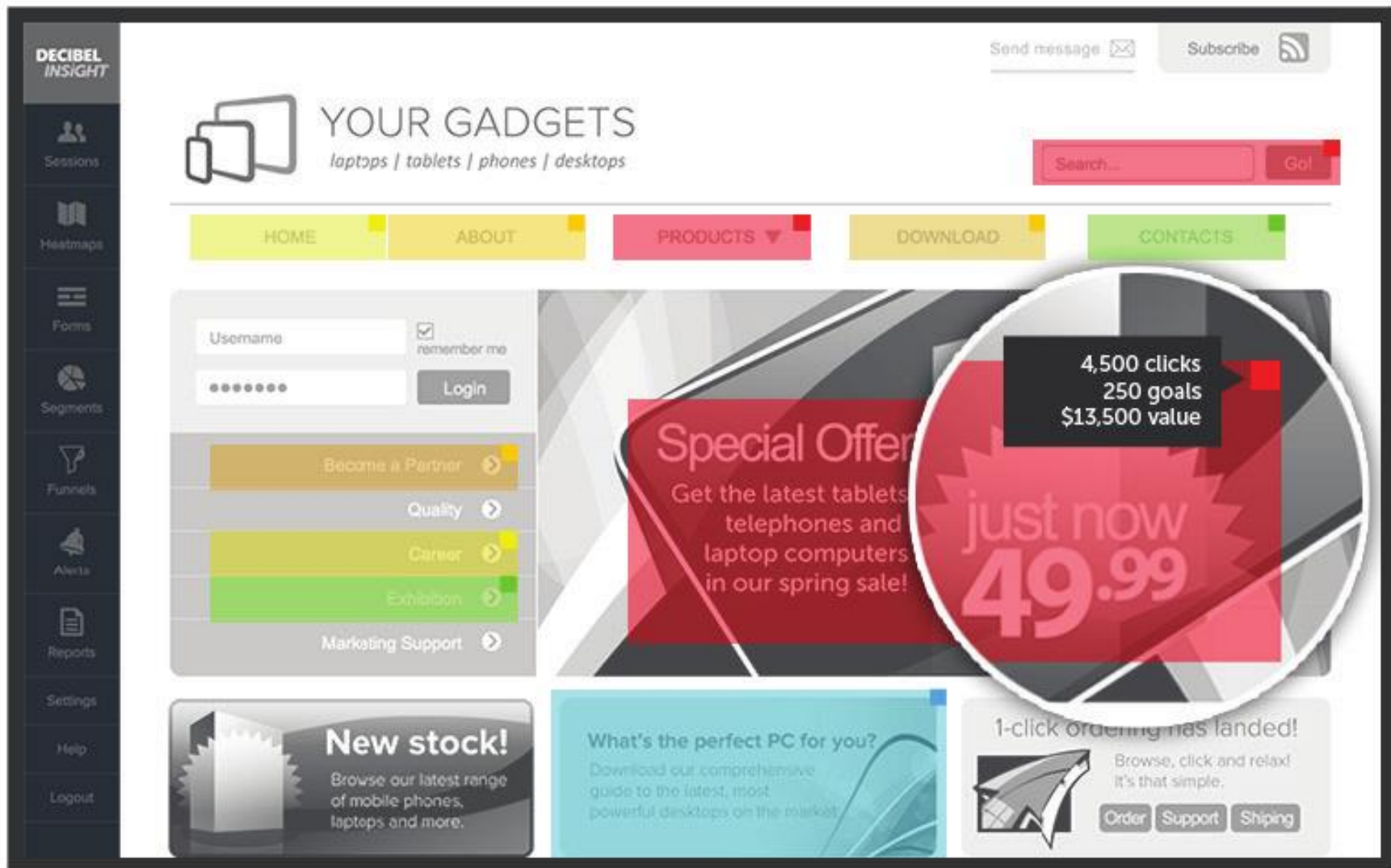
☐ No



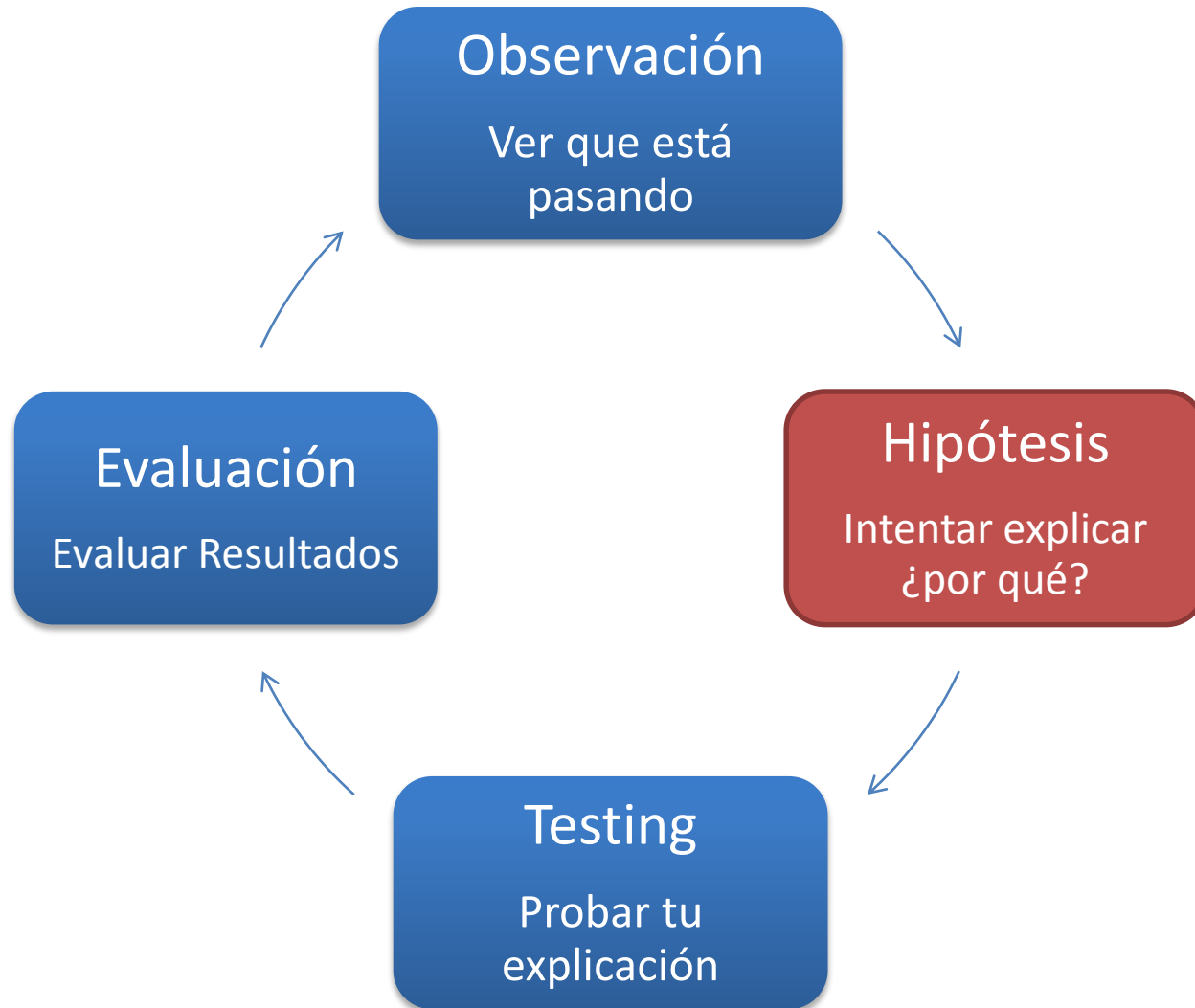
Herramientas de Replay



Mapas de Calor



Ciclo del CRO





Hipótesis

Hipótesis

El análisis nos permite generar una o varias hipótesis:

Si hago A debería suceder B

CAMBIAR

NOS DARÁ ESTE RESULTADO

.....

A CAUSA DE ESTA [OBSERVACIÓN].....

.....

La hipótesis no está limitada sólo a herramientas.
Por ejemplo:

El análisis me dice que Facebook que por cada US\$ 10 consigo una venta mientras que en Adwords por cada US\$50.

Hipótesis:

Si modifico el presupuesto de Adwords y lo paso a Facebook debería tener más pedidos a un menor costo.

Herramientas de Testing



Secure

Ready to complete your \$15 donation?

*Employer:

*Occupation:

Federal law requires us to use our best efforts to collect and report the name, mailing address, occupation, and employer of individuals whose contributions exceed \$200 in an election cycle.

 **DONATE \$15**

Amount Name Payment **Employment**

CONTROL

Secure

Ready to complete your \$15 donation?

*Employer:

*Occupation:

Federal law requires us to use our best efforts to collect and report the name, mailing address, occupation, and employer of individuals whose contributions exceed \$200 in an election cycle.

DONATE \$15

Amount	Name	Payment	Employment
--------	------	---------	------------

VARIATION

Secure

Ready to complete your \$15 donation?

*Employer:

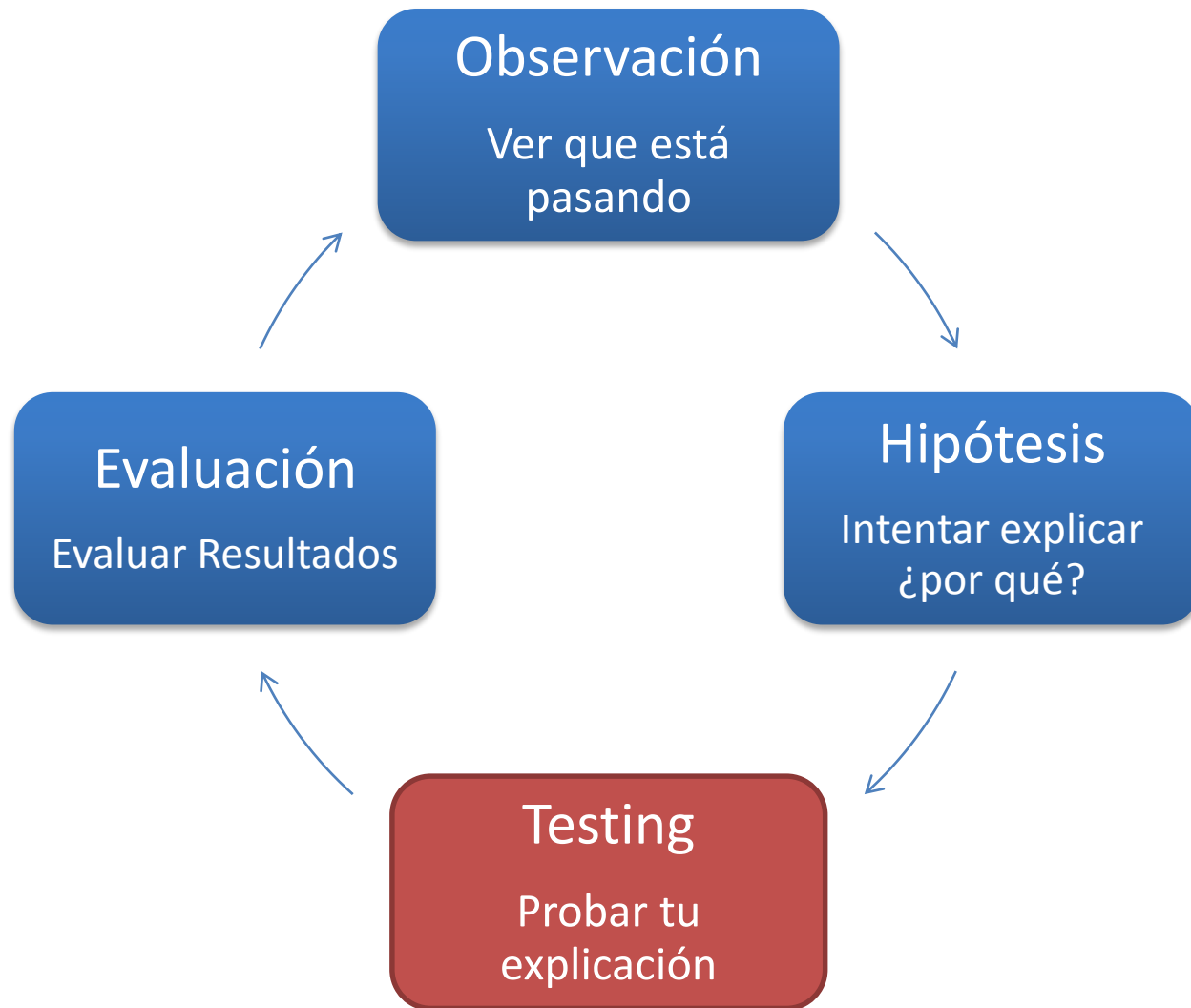
*Occupation:

If you are retired, please enter "retired" in both fields.

Federal law requires us to use our best efforts to collect and report the name, mailing address, occupation, and employer of individuals whose contributions exceed \$200 in an election cycle.

DONATE \$15

Amount	Name	Payment	Employment
--------	------	---------	------------



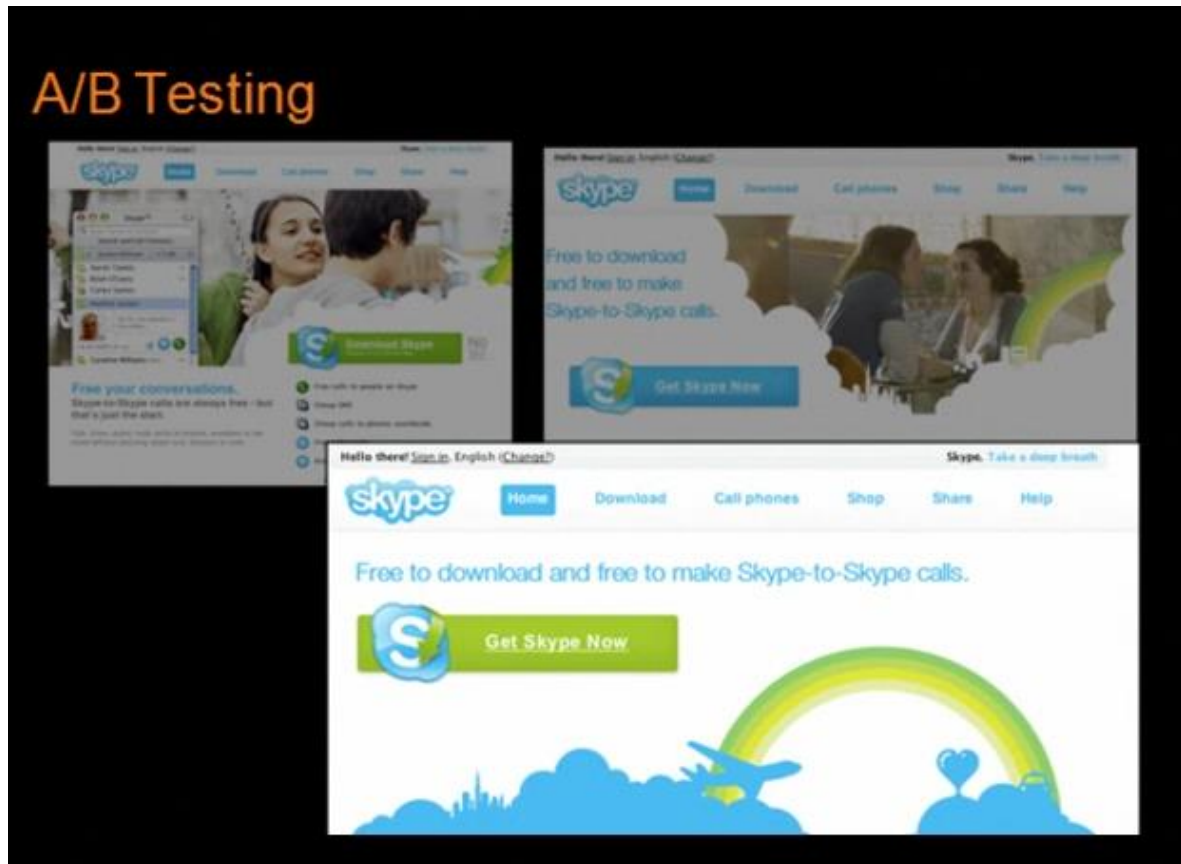
Testing y experimentación:

Incrementa la creatividad y la democracia de la ideas. Se pueden crear experimentos controlados sin “asesinar” ideas antes de lanzarlas.

Se puede testear a escala, con gran velocidad y aprender con la información que se recupere.

Testing y experimentación (Experimentos A/B)

Es crear diferentes versiones de un Sitio Web y dejar que los usuarios decidan qué funciona mejor.



Testing y experimentación (Testing Multivariable)

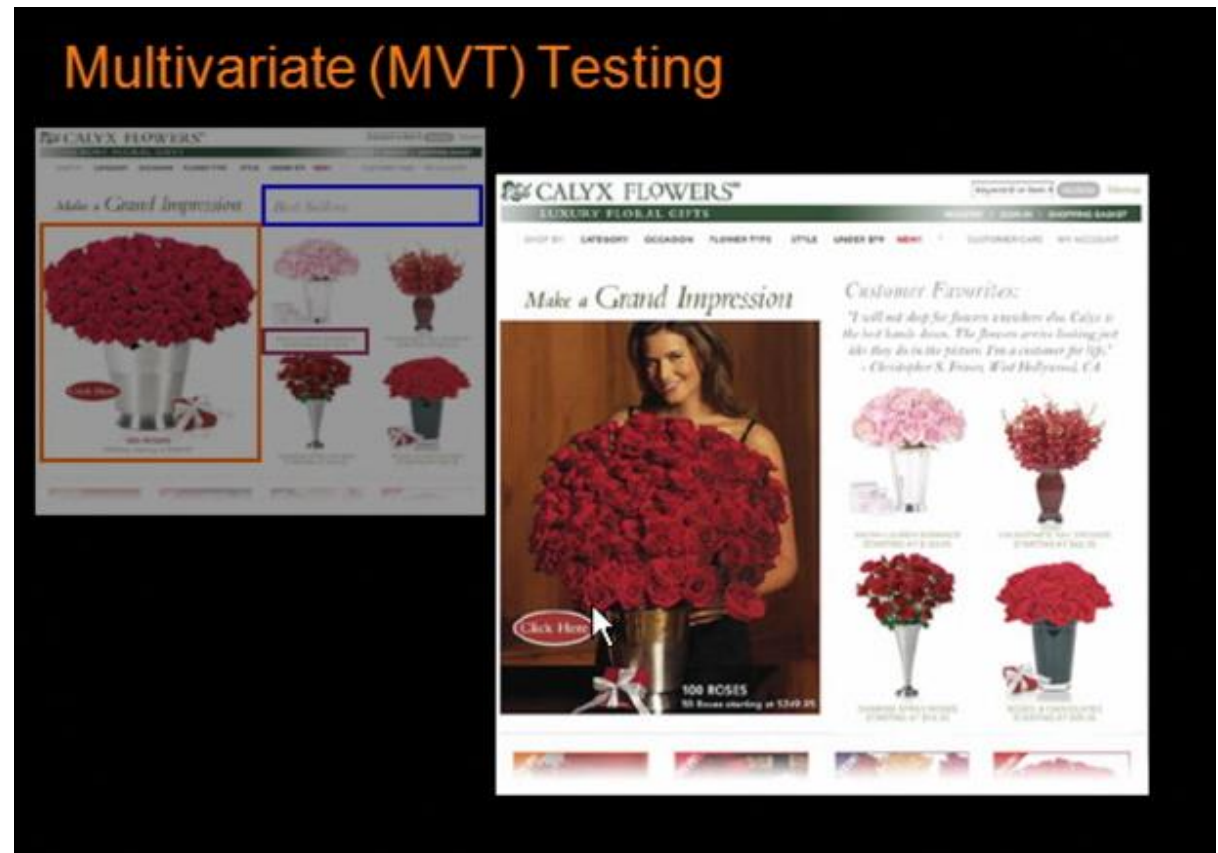
En testing Multivariable permite probar cambios en diferentes partes de la página.

Multivariate (MVT) Testing

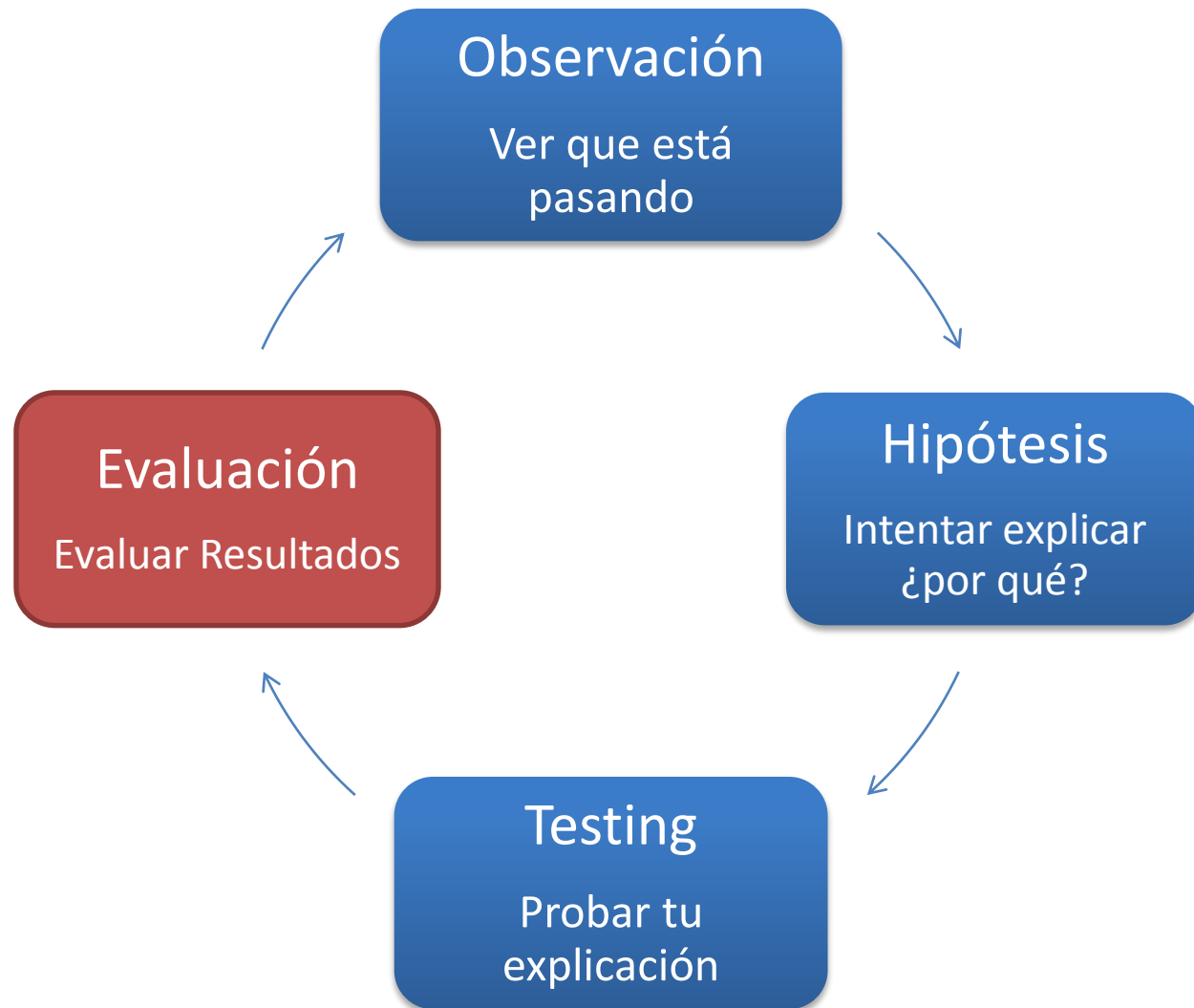


Testing y experimentación (Testing Multivariable)

Con ello cada persona ve diferentes versiones del Sitio Web en las partes donde se etiquetó.



Ciclo del CRO





Validación

Validación

No todas las hipótesis generan los resultados esperados.

¡Nadie batea a mil!

TESTING EN PROFUNDIDAD



En el Sitio Web de Obama para recaudar fondos se hicieron 500 experimentos.



400 fallaron



Pero el resto obtuvo una mejora del 49%



**La campaña digital recaudó
más de US\$600 millones**



OBAMA'08

GET INVOLVED



**JOIN THE
MOVEMENT**

Email Address

Zip Code

SIGN UP

PAID FOR BY OBAMA FOR AMERICA



CONTINUE  WEBSITE

ORIGINAL

SIGN UP

VARIATIONS

SIGN UP NOW

JOIN US NOW

LEARN MORE

ORIGINAL



The original design features a blue background with a portrait of Barack Obama on the right. On the left, there is a collage of Obama '08 campaign logos and icons. The text 'GET INVOLVED' is centered at the top in a light blue, sans-serif font. Below the main image, there is a white bar containing a 'JOIN THE MOVEMENT' label, an 'Email Address' input field, a 'Zip Code' input field, and a red 'SIGN UP' button. At the bottom, a blue footer contains the text 'POWERED BY CHANGING AMERICA', a small Obama '08 logo, and a 'CONTINUE - WEBSITE' link.

OBAMA'08

GET INVOLVED

JOIN THE MOVEMENT

Email Address

Zip Code

SIGN UP

POWERED BY CHANGING AMERICA

CONTINUE - WEBSITE

VARIATION



The variation design features a white background with a black and white photograph of the Obama family (Michelle, Barack, and Malia) on the right. The text 'CHANGE WE CAN BELIEVE IN' is centered at the top in a blue, sans-serif font. Below the main image, there is a white bar containing a 'JOIN THE MOVEMENT' label, an 'Email Address' input field, a 'Zip Code' input field, and a red 'LEARN MORE' button. At the bottom, a blue footer contains the text 'POWERED BY CHANGING AMERICA', a small Obama '08 logo, and a 'CONTINUE - WEBSITE' link.

OBAMA'08

CHANGE
WE CAN BELIEVE IN

JOIN THE MOVEMENT

Email Address

Zip Code

LEARN MORE

POWERED BY CHANGING AMERICA

CONTINUE - WEBSITE



PERO ES OBVIO QUIEN VA A GANAR

ORIGINAL



VARIATION



40.6% Incremento
en CTR

2.8 Millones de suscritos
288 mil voluntarios

57 MM Donaciones

ORIGINAL



Imagen del Líder
Invita a inscribirse

VARIATION



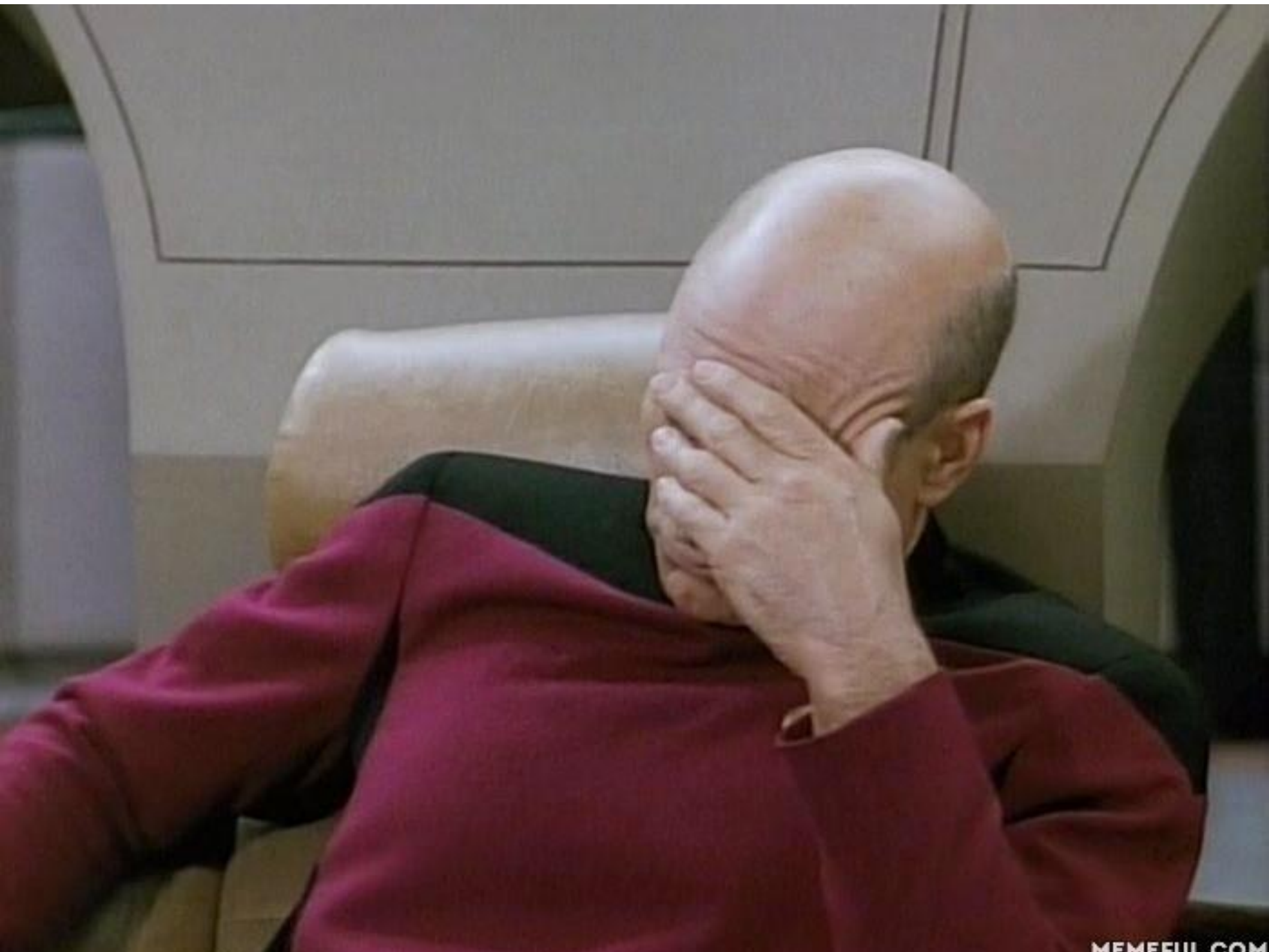
Imagen Familiar
Invita a Entender más

A VECES LO

MAS

“OBVIO” NO

LO ES



ORIGINAL



¿IGUALES?

VARIATION



ORIGINAL



VARIATION



14.6%

Incremento
en CTR

ORIGINAL

 **AVG Australia**

[For Home](#) [For Business](#) [Company](#) [Support](#)

[View Your Cart](#) 

[ORDER 2PT1881](#) [BILLING INFO](#) [REVIEW YOUR ORDER](#) [PURCHASE COMPLETE](#)

YOUR SHOPPING CART

Shopping Cart Items

Product	Name	Delivery	Qty	Total
	AVG Internet Security 2012 1 computer (1 year) AC000011	Download	1	A\$82.99
	AVG Rescue and Installation Disc AC000010	Physical	1	A\$13.00

Shopping Cart Total (Australian Dollars, inc. GST): **A\$84.99**

We also recommend



Speed up your computer
AVG PC Tuneup 2012 speeds up your PC & fixes system problems.
Buy Now... Limited time offer!

**Was A\$66.95
Now A\$34.95**

ADD TO CART

[CHANGE QUANTITIES](#) [ADD ANOTHER PRODUCT](#) [CONTINUE](#)

 **BUY WITH CONFIDENCE**

- 100% money back guarantee
- 58 million people trust AVG
- Award-winning software

 **SUPPORT**

For technical support, use our [Customer Services Contact Form](#)
Choose your preferred option:

 **SECURITY POLICY**

Buying on our website is safe and secure. All information is encrypted and transmitted

VARIATION



[View Your Cart](#) 
22 Products 14 \$605.00

ORDER OPTIONS

BUILD INFO

REVIEW YOUR ORDER

APPROXIMATE COMPLETE

YOUR SHOPPING CART

Shopping Cart Items

Product	Name	Delivery	Qty	Total
	AVG Internet Security 2012 1 computer (1 year) download	Download	1	\$654.00
	AVG Rescue and Installation Disc download	Download	1	\$415.00

Shopping Cart Total (Australian Dollars, Inc. GST) **A\$84.99**

We also recommend



[AVG TuneUp, your computer](#)
This PC TuneUp will detect and fix your PC & home system problems.
Buy Now... limited time offer!

~~WAS \$644.95~~
NOW \$324.95
[Get it now](#)

[CHANGE QUANTITY](#) [ADD ANOTHER PRODUCT](#) [CONTINUE](#)

**BUY WITH CONFIDENCE**

- 100% money back guarantee
- 88 million people trust AVG
- Award-winning software

**SUPPORT**

For technical support, visit our [Customer Services Contact Form](#)

Choose your preferred option:

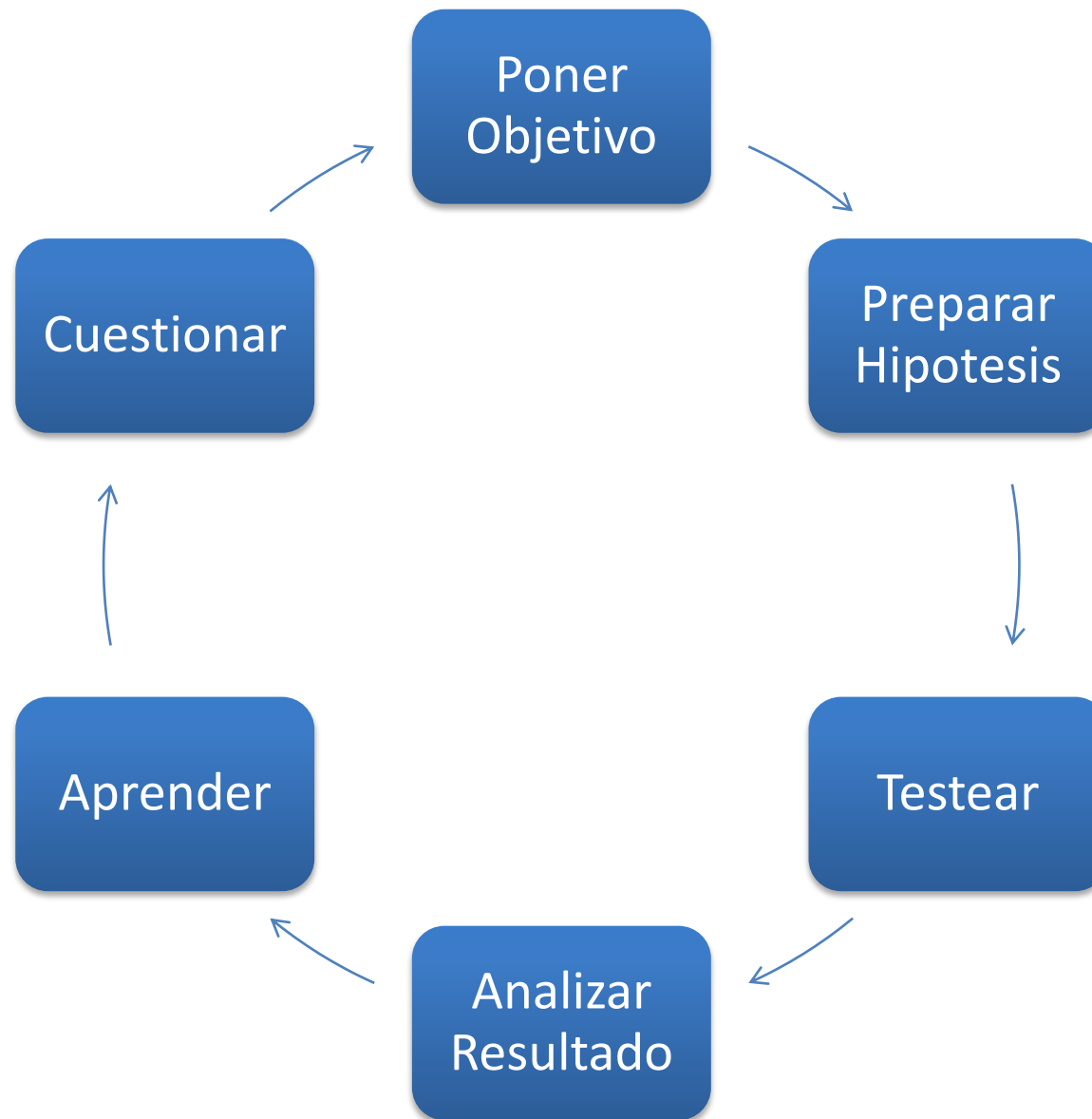
☐ PHONE

☐ EMAIL

**SECURITY POLICY**

Buying on our website is safe and secure. All information is encrypted and protected.

A/B Test es constante



¿Qué se puede testear?

- Call to Actions (llamadas a la acción), botones y sus características
- Contenido, estilos, imágenes, posición del texto
- Texto (copy) . Listas vs texto plano, mensajes
- Videos, Imágenes, voz , audio , sonidos
- Flujos: compra,suscripción, número de pasos .
- Navegación: menú , orden de opciones
- Formularios: más campos, autollenado, etiquetas
- Sitio Móvil: distintas versiones.
- Publicidad: headlines, url destino
- Social: imágenes , títulos, copy
- Email: asunto
- Personaliza!



ESO SOLO PUEDE SER CRO

HND
STORY.COM

MEMEFUL.COM



¿Preguntas?

A black and white photograph of the band Tenacious D. The three members are standing side-by-side, looking upwards with expressions of awe or surprise. The man on the left has curly hair and a mustache, wearing a dark t-shirt with a graphic. The man in the center wears a wide-brimmed hat and a dark shirt with a patterned scarf. The man on the right is bald and wearing a light-colored button-down shirt. They are all looking up towards the top right of the frame. The background is dark and indistinct.

¡Gracias totales!

Referencias:

A / B Testing Dan Sikorer / Pete Koomen

Conversion Rate Optimization – Decibel Insight

Attachmedia Best Practices