



ANÁLISIS DIGITAL UBA

CLASE IV



UNIDAD IX

CONVERSIONES PARTE 1



REPASANDO...

¿QUÉ ES UNA
CONVERSIÓN?

Conversiones | Agrupación

Macro Conversiones

Cantidad de veces que se cumple con el objetivo principal del negocio.

Comercio electrónico

Generación de leads

Publicidad (CPM)

Micro Conversiones

Indican cierto grado de engagement por parte del usuario y potencialmente lo llevará a completar una macro-conversion.

Suscripción al newsletter

Reproducción de video

Descarga de PDF

Registro de usuario

Descarga de podcast

Pin a imagen

Compartir contenido social

Mención en redes sociales

Descarga de cupón

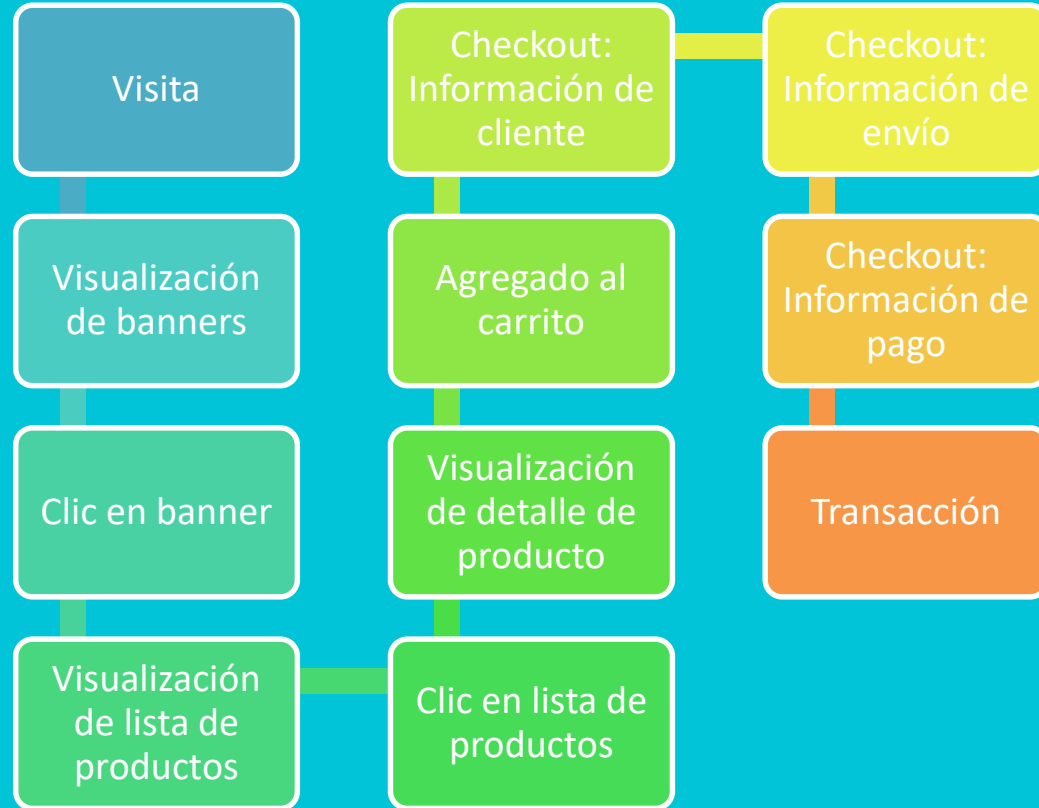
Ecommerce

Objetivos de Conversiones vs. Transcciones de Ecommerce



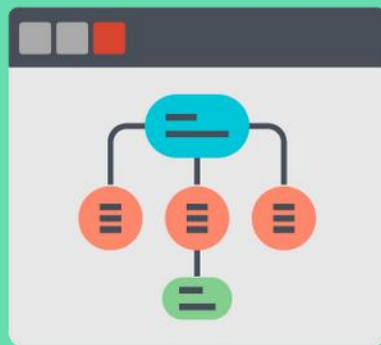


ENHANCED ECOMMERCE





Configuración y funnels



UNIDAD X

REPORTES DE COMPORTAMIENTO

MÉTRICAS CLAVE DE UX



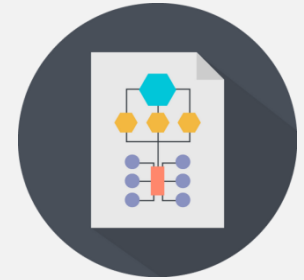
USUARIOS



NECESIDADES



USOS



FEATURES



EXPLORACIÓN



MÉTRICAS DE USO



VS





IDEAL

Realidad del mercado



Planificación

IDEAL

Realidad del mercado



Planificación

REALIDAD

Realidad del mercado



Planificación

IDEAL

Realidad del mercado



Planificación

REALIDAD

Realidad del mercado



Planificación

SOLUCIÓN

Realidad del mercado



Planificación



Design

User experience



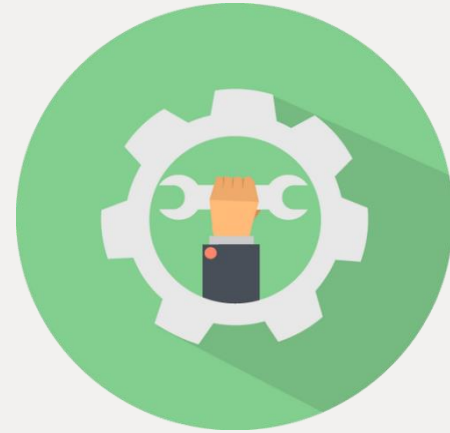
Site Search



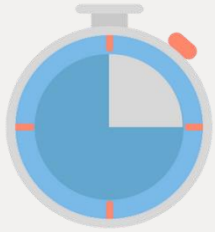


VELOCIDAD DEL SITIO

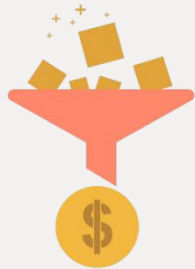
¿ES UN PROBLEMA **TÉCNICO** O DE **NEGOCIO**?



¿ES UN PROBLEMA **TÉCNICO** O DE **NEGOCIO**?



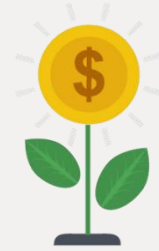
PERFORMANCE



%CR



RETENCIÓN



CLTV

1 SEGUNDO
DE **DELAY** PUEDE CAUSAR
UNA CAÍDA EN LA TASA DE
CONVERSIÓN DEL 7%



Google

Research
Blog



+ 100 A 400
MILISEGUNDOS
EN GENERAR SERP
(AGREGADOS ARTIFICIALMENTE)



- 0,02% A 0,06%
BÚSQUEDAS POR
USUARIO



Google

Research
Blog

DELAY

1° 3 SEMANAS

2° 3 SEMANAS

200ms

-0,22%

-0,36%

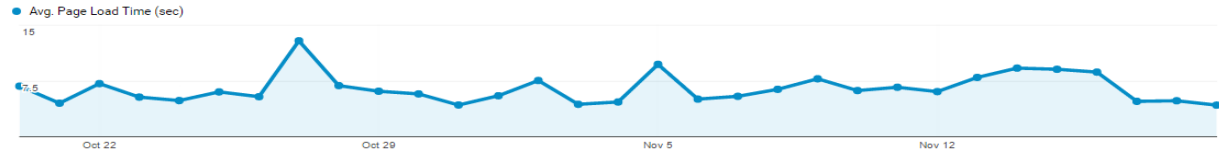
400ms

-0,44%

-0,76%

SITE SPEED | GOOGLE ANALYTICS

Site Speed
 Overview
 Page Timings
 Speed Suggestions
 User Timings



Avg. Page Load Time (sec)
6.18

Avg. Redirection Time (sec)
0.27

Avg. Domain Lookup Time (sec)
0.07

Avg. Server Connection Time (sec)
0.19

Avg. Server Response Time (sec)
0.81

Avg. Page Download Time (sec)
0.22

/home		145,968		38.86%
/basket.html		26,882	-32.02%	
/signin.html		14,420	-15.99%	

SPEED SUGGESTIONS

Page ?	Pageviews ? ↓	Avg. Page Load Time (sec) ?	PageSpeed Suggestions ?	PageSpeed Score ?
1. /home	145,968	8.58	8 total ^(?)	75
2. /basket.html	26,882	4.20	9 total ^(?)	69
3. /signin.html	14,420	5.19	9 total ^(?)	71
4. /google+redesign/shop+by+brand/youtube	11,055	7.80	8 total ^(?)	75
5. /google+redesign/apparel/men++s/men++s+t+shirts	10,948	6.54	8 total ^(?)	75
6. /store.html	10,158	7.22	8 total ^(?)	74
7. /google+redesign/nest/nest-usa	7,786	2.98	8 total ^(?)	75
8. /google+redesign/apparel	6,983	4.07	7 total ^(?)	69
9. /asearch.html	6,035	7.32	9 total ^(?)	70
10. /yourinfo.html	5,628	3.81	9 total ^(?)	59

SPEED SUGGESTIONS



Mobile



Desktop

! PageSpeed Insights received a 404 response from the server.

75 / 100 Suggestions Summary

! Consider Fixing:

Enable compression

▸ [Show how to fix](#)

Leverage browser caching

▸ [Show how to fix](#)

Minify JavaScript

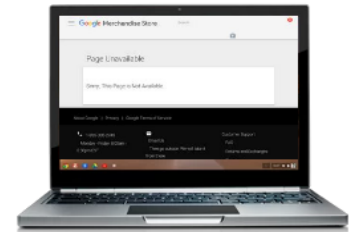
▸ [Show how to fix](#)

Optimize images

▸ [Show how to fix](#)

Minify CSS

▸ [Show how to fix](#)



SPEED SUGGESTIONS



Mobile



Desktop

! PageSpeed Insights received a 404 response from the server.

75 / 100 Suggestions Summary

! **Consider Fixing:**

Enable compression

▶ [Show how to fix](#)

Leverage browser caching

▶ [Show how to fix](#)

Minify JavaScript

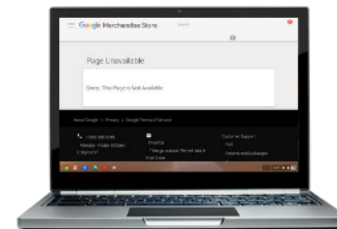
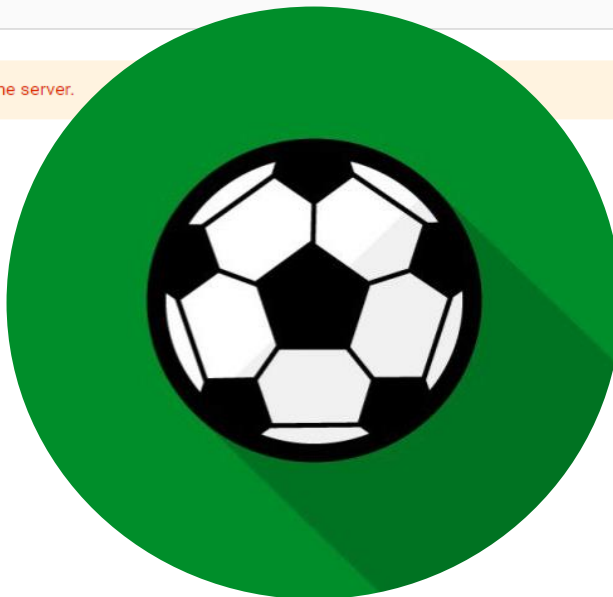
▶ [Show how to fix](#)

Optimize images

▶ [Show how to fix](#)

Minify CSS

▶ [Show how to fix](#)





ADQUISICIÓN
VALOR PARA LA **EMPRESA**



RETENCIÓN
VALOR PARA EL **USUARIO**

RETENCIÓN VS **ADQUISICIÓN**

MAU



Company A:

5 mil nuevos usuarios por mes,
80% retención mensual.

Company B:

2.5 mil nuevos usuarios por mes,
95% retención mensual.

RETENCIÓN VS ADQUISICIÓN

MAU



Company A:

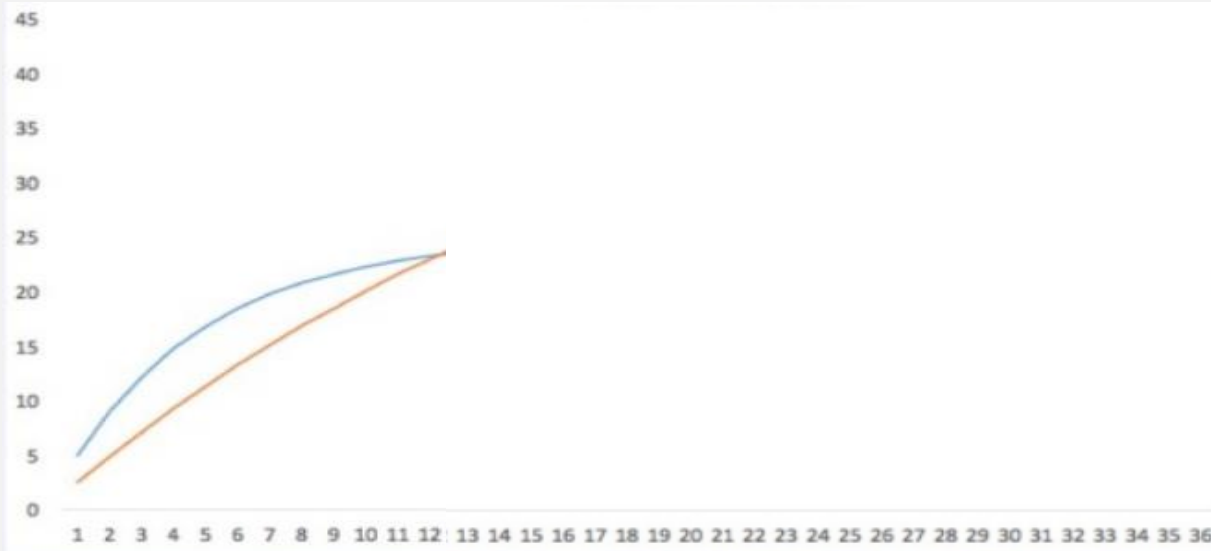
5 mil nuevos usuarios por mes,
80% retención mensual.

Company B:

2.5 mil nuevos usuarios por mes,
95% retención mensual.

RETENCIÓN VS ADQUISICIÓN

MAU



Company A:

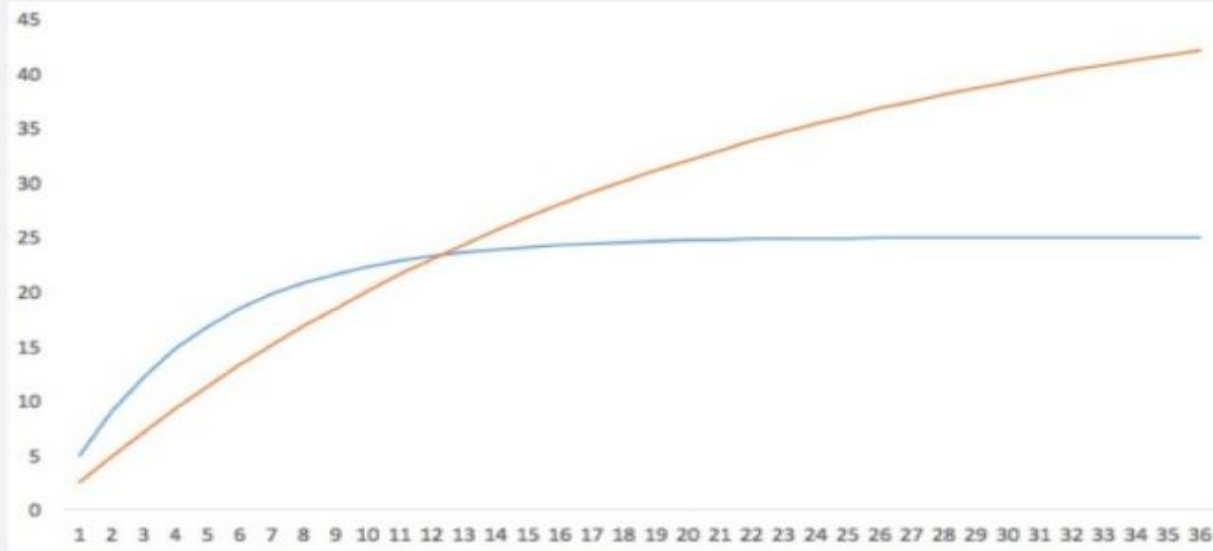
5 mil nuevos usuarios por mes,
80% retención mensual.

Company B:

2.5 mil nuevos usuarios por mes,
95% retención mensual.

RETENCIÓN VS ADQUISICIÓN

MAU



Company A:

5 mil nuevos usuarios por mes,
80% retención mensual.

Company B:

2.5 mil nuevos usuarios por mes,
95% retención mensual.

CONSTRUIR UNA **MÉTRICA** DE **USO**

1

Empieza con un número.

“Total de...”, “Promedio de...”, “Porcentaje de...”, etc.

2

Tiene un objeto base

“Por usuario”, “por sesión”, “por transacción”.

3

Define un fragmento de tiempo (si es por usuario)

“Diarios”, “mensuales”.

EJEMPLOS **MÉTRICAS** DE **USO**



EJEMPLOS MÉTRICAS DE USO

MIN REPRO / USUARIOS / DÍAS

MINUTOS DE REPRODUCCIÓN DIARIOS POR USUARIO



**MIN REPRO RECOMENDADOS /
USUARIOS / SEMANA**

MINUTOS DE CONSUMO DE RECOMENDACIONES

ADD TO LIBRARY / USUARIOS / MES

AGREGADOS A LA LIBRERÍA POR USUARIO POR MES

EJEMPLOS MÉTRICAS DE USO



EJEMPLOS MÉTRICAS DE USO

MATCHS SEMANALES / WAU
TOTAL DE MATCHS SEMANALES POR USUARIO.



MATCHS*2 / LIKES
TASA DE MATCH POR LIKE OFRECIDO.

LIKES / IMPRESIONES
TASA DE LIKES

EJEMPLOS **MÉTRICAS** DE **USO**



EJEMPLOS MÉTRICAS DE USO

CANJES / USUARIOS / MESES

CANJES DE PUNTOS POR USUARIO POR MES



INVERSIONES / USUARIOS / MESES

INVERSIONES PROM POR USUARIO POR MES

CONSULTAS SATISFACTORIAS / CONSULTAS

ÉXITO DE LAS CONSULTAS REALIZADAS ONLINE

EJEMPLOS MÉTRICAS DE USO



EJEMPLOS **MÉTRICAS DE USO**

COMPARACIÓN / SESIONES

TASA DE COMPARACIÓN DE PRODUCTOS POR SESIÓN



CONSULTAS SATISFACTORIAS / CONSULTAS

TASA DE CONSULTAS SATISFACTORIAS.

VISUALIZACIÓN DE DETALLES AVANZADOS / SESIÓN

VISUALIZACIÓN DE ESPECIFICACIONES
TÉCNICAS, TALLES, ETC.