

MANGO USA LA INTEGRACIÓN NATIVA DE GOOGLE ANALYTICS 360 Y OPTIMIZE 360

Hacer pruebas en las mejoras del sitio web supone un incremento del 3,85% en los ingresos obtenidos de los dispositivos móviles



Información sobre MANGO

- Grupo líder de distribución de moda presente en 109 países
- Fundada en 1984
- Sede en Barcelona, España
- www.mango.com

Los objetivos

- Mejorar la experiencia de los consumidores en dispositivos móviles

El Enfoque

- Usar la integración nativa de Google Analytics 360 y Optimize 360 para probar las mejoras en el sitio web móvil

Los Resultados

- Incremento del 4,5% en el porcentaje de conversiones desde móviles
- Aumento del 3,85% en los ingresos desde dispositivos móviles

MANGO es una empresa de diseño y distribución de ropa que ofrece 18.000 prendas y accesorios al año en más de 2200 tiendas en todo el mundo. La marca lanzó su primer sitio web en 1995 y abrió su primera tienda online en el año 2000. Actualmente, el sitio web está disponible en más de 80 países.

Como MANGO observó que el tráfico de su sitio web procedente de dispositivos móviles no dejaba de aumentar, decidió aplicar la valiosa información que había obtenido gracias a la cuenta de Google Analytics 360 para mejorar la experiencia de usuario de los consumidores y aumentar el porcentaje de conversiones. MANGO nos explica que "la optimización constante de la experiencia de usuario es parte del ADN de la empresa". El equipo estableció la hipótesis de que, si se usaban textos más claros y destacados, se podría facilitar la experiencia de usuario y confundir menos a los clientes.

Usando Tag Optimize 360, MANGO puso a prueba esta hipótesis en el contenido de sus páginas para dispositivos móviles. Por un lado, Analytics 360 mide acciones importantes del sitio web, como las ventas, las descargas de contenido y las visualizaciones de vídeos. Por el otro, la integración nativa de esta plataforma y Optimize 360 permite medir el resultado de los experimentos en función de unos mismos objetivos de empresa. Optimize 360 realiza un análisis de estadísticas avanzado de cada experimento para determinar qué experiencia obtiene el mejor rendimiento de acuerdo con esos objetivos.

MANGO nos indica que "como parte de los esfuerzos de la empresa para adaptarnos a nivel local, nos propusimos personalizar la experiencia en todos los pasos del embudo de conversión". Para averiguar qué efecto tendría en la tramitación de la compra el hecho de cambiar la redacción y mejorar el texto de los botones, el equipo usó el editor WYSIWYG de Optimize 360 para realizar una serie de pruebas A/B en el sitio web para móviles dirigidas únicamente a dispositivos móviles. Gracias a las reglas de segmentación avanzadas disponibles en Optimize, resultó fácil crear experimentos en los que solo se incluyera a los usuarios móviles. "Optimize 360 es realmente fácil de usar. Como es una herramienta muy intuitiva, no es necesario realizar ninguna formación sobre ella. Igual de simple fue realizar la integración, ya que la solución se configuró realmente deprisa y DataLayer era muy fácil de usar".

Google Analytics y Optimize 360 nos proporcionaron una solución integrada con la que pudimos mejorar la experiencia de compra de nuestros usuarios en todos los dispositivos.

Respecto a los resultados, MANGO observó un incremento en el porcentaje de conversiones que, consecuentemente, se vio reflejado en los ingresos procedentes de dispositivos móviles. Con uno de los experimentos, en el que se probaba un texto diferente en un botón, se mostró un incremento del 4,5% en el porcentaje de conversiones desde móviles. En otro, en el que se ponía a prueba un diseño nuevo, se obtuvo un aumento del 2,03% en el valor medio de los pedidos móviles. La marca nos explica que "MANGO tiene planes ambiciosos para seguir aprovechando Google Analytics 360 junto a Optimize 360 poniendo a prueba constantemente el recorrido del cliente en todos los dispositivos". "Esto nos permitirá proporcionar la mejor experiencia de usuario, lo que creemos que, a su vez, nos llevará a generar un mayor número de conversiones".

Acerca de Suite Google Analytics 360

Suite Google Analytics 360 ofrece soluciones de analítica integradas y potentes para las empresas más grandes. Permite medir, observar y mejorar la eficacia del marketing en cualquier pantalla y canal y en todos los pasos del recorrido del cliente. Es una herramienta fácil de usar que pone los datos al alcance de todo el equipo: un lugar ideal donde crear buenas ideas y compartirlas de manera sencilla. Suite Google Analytics 360 agiliza la conversión de los datos útiles en prácticas eficaces para mejorar el rendimiento de cada toma de contacto con los consumidores. Para obtener más información, visita google.com/analytics/360-suite