



Cómo Einforma y Relevant Traffic mejoraron la experiencia de usuario y la tasa de conversión en dispositivos móviles

Junio 2018 | **Móvil, Casos de Éxito Locales**

Einforma, primera compañía de Europa en suministrar información comercial y financiera a través de Internet y Relevant Traffic, consultora estratégica digital, querían mejorar la experiencia de usuario en dispositivos móviles e incrementar la tasa de conversión aprovechando el aumento del uso del móvil en el sector de la información.

Objetivos:

- Incrementar la tasa de conversión desde el móvil.
- Mejorar la experiencia de usuario.

Enfoque:

- Implementación de mejoras para optimizar experiencia de usuario.
- Optimización de landing pages orientadas a dispositivos móviles.
- Diseñar bajo la visión de usuarios multidispositivo.
- Redefinir la estrategia de campañas orientadas a dispositivos móviles.

Resultados:

- Reducción del peso de la página en un 50%.
 - Mejora del tiempo de carga en un 35%.
 - Mejora de un 39% en el ratio de conversión.
 - Coste de captación de cliente en entorno móvil reducido en un 17%.
-

Objetivos:

Einforma y Relevant Traffic identificaron la importancia del dispositivo móvil en el sector de la información comercial y financiera a través de Internet en el mercado español. El principal reto de Einforma era incrementar la tasa de conversión desde el móvil, ya que mientras que el tráfico en dispositivos móviles no paraba de crecer cada año, el ratio de conversión permanecía estable. Además, era muy importante mejorar la experiencia de usuarios desde dispositivos móviles maximizando a la vez la inversión publicitaria.

Enfoque:

Ya en 2016 el porcentaje de personas que usaban un smartphone era del 81% con un promedio de 3 dispositivos por persona. El móvil se ha convirtiendo en foco del comercio online, un 61% de los usuarios usa sus smartphones para informarse y comprar productos. Aprovechando este contexto y en colaboración con el programa Mobile Vanguard de Google, la compañía implementó una serie de mejoras para optimizar la experiencia de usuario en dispositivos móviles, entre ellas, la optimización de las landing pages orientadas a dispositivos móviles. En el entorno multiplataforma actual era necesario diseñarlas bajo la visión de usuarios multidispositivo. A mayor optimización del site web móvil, mejor sería la experiencia de usuario y mayor el porcentaje de conversiones y rentabilidad. Además, el equipo de consultores de Relevant Traffic redefinió la estrategia de campañas orientadas a dispositivos móviles para conseguir maximizar los resultados.

Resultados:

Los principales logros a nivel técnico fueron reducir el peso de la página en un 50% y mejorar así el tiempo de carga en un 35%. Además, el ratio de conversión a cliente final mejoró en un 39% y el coste de captación de cliente en un entorno móvil se redujo un 17%.

¿Te ha gustado el artículo?

Puedes compartirlo en Twitter.