

Digitalizar + Prosperar

EXPERIENCIA DEL USUARIO

La importancia de optimizar la UX en un mundo digital.



¿QUÉ ES UX?

La experiencia del usuario (UX) se compone de todas las diferentes interacciones que alguien tiene con tu negocio en la web o en su dispositivo móvil. Cada página, pantalla o clic asociado con tu marca influye en la experiencia del usuario. Para optimizar la UX, los negocios deben comprender a sus usuarios: sus necesidades, expectativas, habilidades y limitaciones, y lo que es importante para ellos.

El cambio a lo digital durante el año pasado mostró un progreso increíble, logrando casi 10 años de impulso en cuestión de meses. Como resultado, las ventas de eCommerce han crecido de manera espectacular. De hecho, el 56% de los consumidores en 13 mercados encuestados dice que compra en línea más que antes. Además, se prevé que este aumento continúe con el 44% de los compradores en línea globales que esperan gastar más en 2021-2022 que en 2020.¹

Los consumidores de hoy tienen altas expectativas, ya que tienen más opciones y más acceso a bienes, servicios e información a cualquier hora y lugar con una experiencia perfecta. Desde pedir un taxi directamente desde tu teléfono hasta realizar compras transfronterizas con solo tocar un botón,

las innovaciones han optimizado y simplificado la forma en que hacemos las cosas, y los compradores en línea no esperan menos.

Tu experiencia de usuario influye en tu posición competitiva y puede ayudar a adaptarte a las expectativas cambiantes de los consumidores. Para muchas empresas, una gran experiencia de usuario se ha convertido en un diferenciador clave. En un mundo donde la mitad de los consumidores cambiaría a un competidor después de solo una mala experiencia y el 80% lo haría si tuviera más de un problema, eliminar la fricción y la frustración lo es todo.² Incluso los pequeños cambios en la UX pueden dar a los negocios el impulso que necesitan para sacar ventaja.



1. Ipsos MORI PayPal Cross-border Insights 2021 comisionado por PayPal. N=13,000, 13 mercados. Encuesta en línea a adultos (mayores de 18 años que habían comprado en línea en los últimos 3 meses) entre diciembre de 2020 y febrero de 2021.
2. Zendesk, Customer Experience Trends Report, 2021.

OPTIMIZAR LA UX PUEDE IMPULSAR EL ÉXITO DE TU NEGOCIO

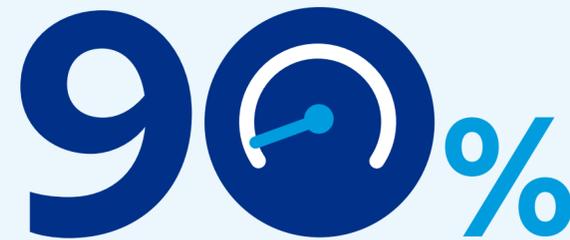
VALOR DE LA UX

El **84%** de los clientes dice que la UX es tan importante como los productos y servicios ofrecidos.³



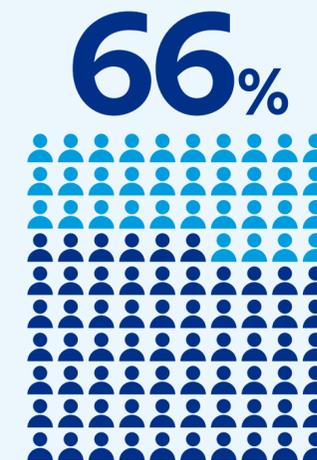
RETENCIÓN DE CLIENTES

El **90%** de los consumidores abandona los sitios web que cargan muy lento.⁴



AUMENTO DE INGRESOS

El **66%** de los clientes está dispuesto a pagar más por una buena experiencia.⁴



RETORNO DE LA INVERSIÓN

Por cada **USD 1** invertido en investigación de UX, las empresas **ahorran USD 10** en desarrollo y **USD 100** en mantenimiento después de lanzarla.⁵



POR QUÉ ES IMPORTANTE OPTIMIZAR LA UX

El principal objetivo de mejorar la experiencia del usuario es facilitar las cosas y eliminar los puntos de fricción. Esto puede traer importantes ventajas para tu negocio:

IMPULSA LAS CONVERSIONES

Un diseño de UX perfecto puede ayudar a reducir el abandono del carrito, mantener a los clientes enfocados en su compra y mejorar los resultados finales.

MAXIMIZA LAS INVERSIONES

Si gastas recursos para atraer clientes a tu sitio, debes asegurarte de no perderlos debido a fricciones para que puedas aprovechar al máximo cada dólar invertido en marketing.

RETIENE CLIENTES

Crear un flujo de experiencia de usuario interesante y sin trabas puede ayudar a atraer clientes y desarrollar lealtad a tu marca.

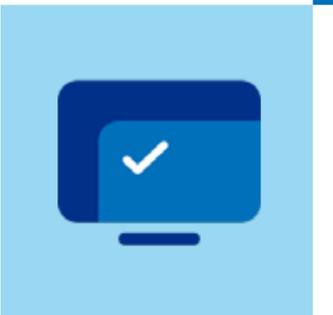
En un mundo donde los clientes tienen más opciones que nunca, optimizar tu UX es esencial. PayPal puede proporcionarte las prácticas recomendables para mejorar la experiencia general del usuario en tu sitio web.



5 consejos para optimizar tu UX

Para ofrecer una experiencia de usuario excepcional necesitas empezar a mirar el mundo desde la perspectiva de tus consumidores. Utiliza estos cinco consejos para mejorar tu UX y deleitar a los clientes.

1. Simplifica el camino hacia la compra
2. Enfócate en los dispositivos móviles
3. Aprovecha información valiosa de los clientes
4. Prueba tu UX para saber qué funciona
5. Prioriza la atención al cliente



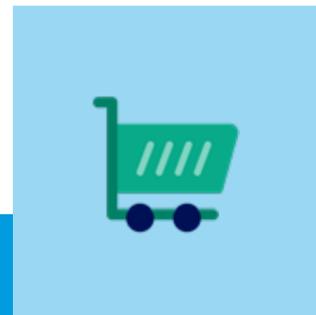
1

SIMPLIFICA EL CAMINO HACIA LA COMPRA

Cuando se trata de eCommerce, menos clics y menos tiempos de carga significan más conversiones. Haz todo lo posible para que tu cliente complete el proceso de pago sin ningún problema.

Con el 70% de los carritos en línea abandonados antes de completar la venta, eliminar la fricción y los pasos innecesarios es clave para cerrar la venta.⁶ Incluso una pequeña mejora en la velocidad del sitio de tan solo 0.1 segundos puede aumentar tus tasas de conversión en un promedio del 8%.⁷ Crea una experiencia más eficiente observando todos los puntos de contacto y rutas de compra en el recorrido de tu cliente. Eliminar de manera proactiva los puntos de fricción y minimizar la cantidad de clics para completar una compra ayudará a reducir el abandono de carritos, impulsar las ventas y aumentar la retención de clientes.

Con más de 30 millones de comercios, más de 400 millones de clientes y 100 millones de transacciones anuales procesadas a nivel mundial, PayPal continuamente explora, prueba y optimiza la experiencia de pago. PayPal Checkout puede ayudarte a acelerar las transacciones para tus clientes.



Estos son algunos trucos que agilizan tu ruta de compra y reducen la fricción:

- ✓ Ofrece a tus clientes la opción de acceder al pago directamente desde tus páginas de productos.
- ✓ Proporciona una opción de suscripción para ayudar a ahorrar tiempo a los clientes recurrentes.
- ✓ Asegúrate de que el botón de pago sea fácil de ver en las páginas clave.
- ✓ Permite que los clientes guarden artículos en su carrito para más tarde y así puedan comprar fácilmente varias cosas a la vez.
- ✓ Elimina los pasos innecesarios en el proceso de pago, como crear una cuenta.
- ✓ Indica de forma sencilla cuando las direcciones de facturación y envío sean las mismas para no ingresar datos duplicados.
- ✓ Asegúrate de que la velocidad de tu sitio esté optimizada para evitar que los clientes se vayan.
- ✓ Solicita solo la información esencial durante el proceso de pago para evitar que el cliente se vaya.

2 ENFÓCATE EN LOS DISPOSITIVOS MÓVILES

La adopción de dispositivos móviles va en aumento. Optimizar tu experiencia móvil puede generar lealtad y compras recurrentes.

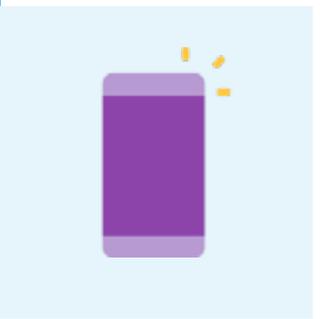
La pandemia aceleró que los dispositivos móviles se convirtieran en el principal punto de acceso para las compras globales. Esto hace que tu experiencia móvil sea la principal prioridad, especialmente cuando se trata de llegar a los consumidores nativos digitales (como GenZ y Millennials). De hecho, el 50% de los usuarios usará menos un sitio si no es compatible con dispositivos móviles, aunque les guste el negocio en sí⁸ y el 85% de los adultos piensa que el sitio móvil de una empresa debería ser tan bueno o mejor que su sitio para computadoras de escritorio.⁹

Las páginas compatibles con dispositivos móviles de carga rápida también pueden influir en el rendimiento,¹⁰ ya que estas animan a las personas a quedarse más tiempo y comprar más.¹¹ Además de la velocidad del sitio, el diseño ágil que ajuste automáticamente el contenido a los formatos de dispositivos móviles, tabletas y computadoras de escritorio es clave. Asegurarse de que los visitantes tengan una experiencia similar pero adaptada al dispositivo desde el que se conectan impacta positivamente la percepción.

En general, una página móvil optimizada puede generar un 30% más de ventas, un 40% más de visitas a páginas

únicas, una disminución del 50% en las tasas de rebote y un aumento de más del 70% en los productos en general vendidos.¹²

Cuando se trata del proceso de pago, PayPal puede ayudar a asegurarte de que estés listo para dispositivos móviles. Nuestras soluciones de pago móvil funcionan a la perfección en computadoras de escritorio y dispositivos móviles con un esfuerzo de implementación mínimo. Con unas cuantas líneas de código, tu sistema de pago estará optimizado para dispositivos móviles y listo para cualquier tipo de dispositivo.



3 APROVECHA INFORMACIÓN VALIOSA DE LOS CLIENTES

Cuanto más comprendas a tus clientes, más eficazmente podrás satisfacer sus expectativas.

Encuestar a tus clientes o simplemente monitorear los comportamientos típicos en tu sitio puede ayudarte a ver dónde están los puntos críticos y descubrir las mejores formas de optimizarlo de acuerdo a sus necesidades. Con este enfoque, una empresa pudo ajustar sus estrategias de asistencia, lo que aumentó la satisfacción del cliente en un 800% y redujo la pérdida de clientes en casi un 60%.¹³

Los clics, las descargas y el tiempo dedicado a tu página pueden ser buenos indicadores de participación. Al crear un mapa de actividad del recorrido típico del usuario en tu sitio web, desde la página de inicio hasta el pago, podrás ver dónde ocurre el abandono e identificar si hay un problema en la UX. También puedes acceder a los foros de tu comunidad o las páginas sociales como grupos focales virtuales para descubrir formas de mejorar su experiencia con tu negocio. También es recomendable hablar con tu personal de atención al cliente para averiguar qué escucha de los clientes. Toda esta información puede ayudarte a perfeccionar y optimizar tu experiencia de usuario.



4 PRUEBA TU UX PAR SABER QUÉ FUNCIONA

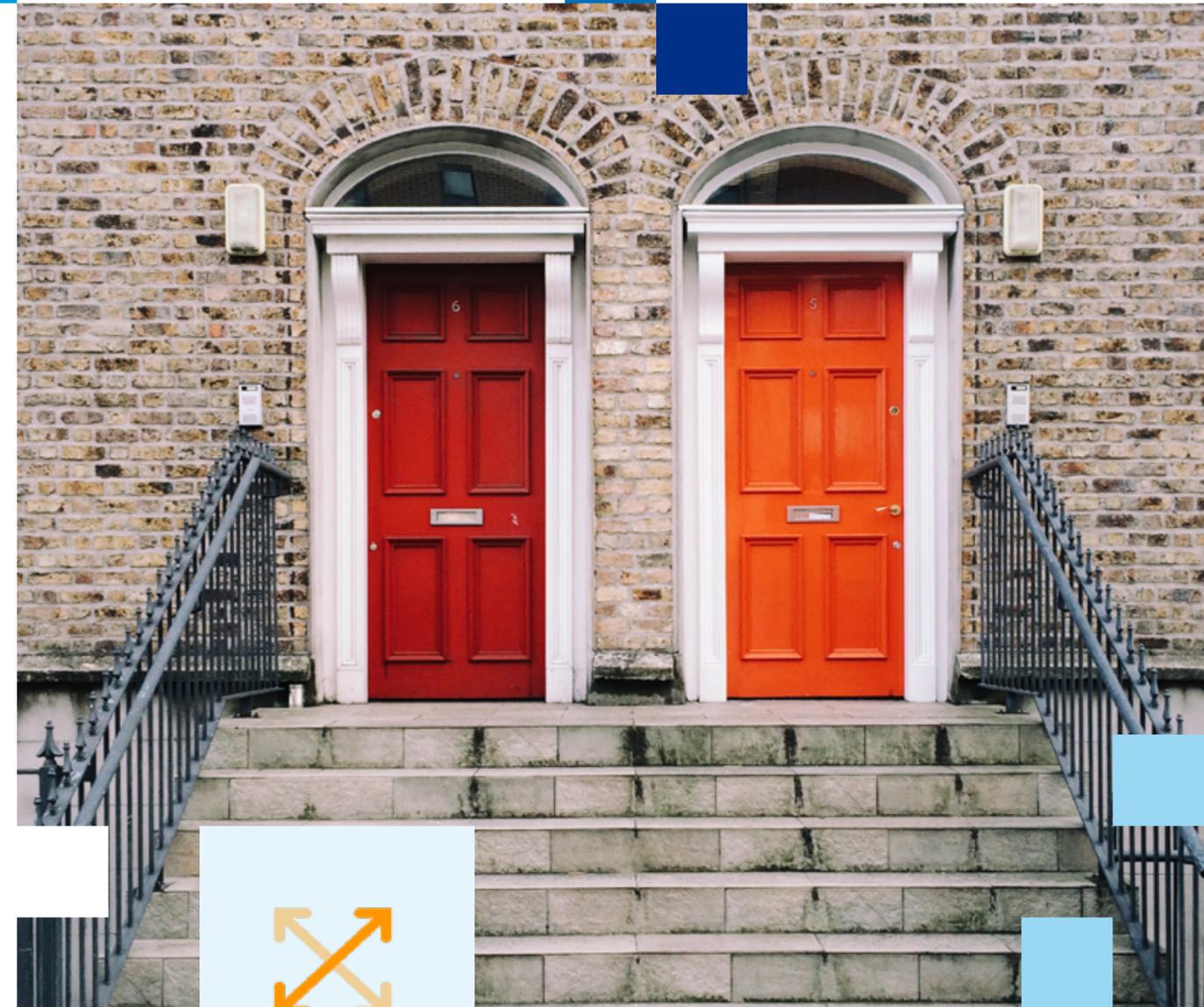
Probar tu UX te ayuda a tomar decisiones de diseño basadas en datos y da a tus usuarios la capacidad de mostrar sus preferencias.

Haciendo pruebas podrás identificar soluciones óptimas para los puntos críticos, ver qué tiene impacto y descubrir qué impulsa las mayores conversiones. Las pruebas de usuario también son una forma poderosa de identificar puntos de fricción. Al recopilar información de los usuarios, puedes perfeccionar tu enfoque y evitar problemas que requieran un costoso rediseño. Aunque optimizar tu UX es un proceso constante, mientras más la pruebes antes, durante y después del proceso de diseño, más eficiente podrás ser.

Hay dos tipos de pruebas a considerar: A/B y de usabilidad. Las primeras también se conocen como pruebas divididas o de cubeta, donde creas dos páginas o pantallas diferentes que pruebas simultáneamente

entre sí para ver cuál logra la mejor conversión. En las pruebas A/B, es importante probar solo una variable a la vez para identificar claramente qué elemento causa cualquier cambio en los resultados.

En cuanto a las pruebas de usabilidad, estas implican observar a los usuarios mientras navegan por tu sitio para descubrir los puntos en los que batallan y lo que les gusta. Estas pruebas pueden ser moderadas, donde hay una persona trabajando con el usuario, o no moderadas, lo que involucra navegar por la experiencia por su cuenta. Asegúrate de que la audiencia con la que estás trabajando refleje tu público objetivo para garantizar que los hallazgos sean relevantes. También es bueno evitar darles demasiadas instrucciones, ya que esto puede influir en tus resultados.



5 PRIORIZA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

La asistencia al cliente juega un papel importante para configurar la experiencia, impulsar las ventas, fomentar la lealtad y diferenciar los negocios.

Aun con una excelente UX, los clientes pueden tener problemas o preguntas. La forma en que les respondas es lo que importa. Quieren respuestas fáciles y rápidas que les ayuden a resolver el problema de la manera más eficiente posible. Las encuestas han demostrado que el 77% de los clientes dice ser más leal a los negocios que ofrecen un servicio de primer nivel.¹⁴ Asimismo, el 75% de los clientes está dispuesto a gastar más en empresas que brinden una buena experiencia al cliente.¹⁴

Además, como los problemas no resueltos pueden disuadir a los clientes de completar una compra, una atención sólida durante todo el recorrido del cliente es una inversión inteligente en tu proceso de optimización de la UX.

Para cumplir con las expectativas de atención al cliente, es importante brindar asistencia en cada etapa y en los diversos canales. Aunque algunos clientes prefieren las interacciones telefónicas para problemas complejos, muchos aprecian el chat en vivo, los mensajes de texto o las redes sociales como medio de comunicación. La clave es adelantarse a los problemas antes de que crezcan. Y la resolución rápida es un objetivo importante, ya que el 73% de los clientes dice que la velocidad es el factor principal de un buen servicio.¹⁵ Para los clientes que pagan con PayPal, soluciones como la Protección del Comprador y las devoluciones de PayPal pueden mejorar la experiencia del servicio. Ya sea que haya un problema con la transacción o no sea exactamente lo que el cliente quería, PayPal ayuda a solucionar la situación.



OFRECE UNA UX PLACENTERA CON PAYPAL

Un enfoque integral para brindar una experiencia de usuario óptima tiene resultados de gran alcance. Deleitar a tus clientes y eliminar la fricción de su experiencia hace que destagues. Facilitar la búsqueda de lo que necesitan desde cualquier dispositivo diferencia tu marca. Eliminar los clics innecesarios te da el poder de reducir el abandono del carrito y maximizar las ventas. Una excelente atención al cliente genera buena voluntad y lealtad. Y con la facilidad de uso de PayPal Checkout y la confianza que proviene del uso de una solución de pago en la que confían cientos de millones de clientes en todo el mundo, la UX que ofrezcas será insuperable.

Empieza ahora →

