

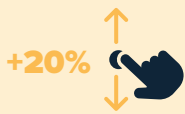
# CASO DE ÉXITO

Conforama



## OPTIMIZANDO EL RECORRIDO DEL CLIENTE EN LA PÁGINA DE CATEGORÍA

### 1 MES DESPUÉS DE LAS OPTIMIZACIONES



Más desplazamiento (scrolling)



Más exposición a diferentes productos



Menos páginas para llegar al carrito



Aumento en la conversión de llegada al carrito

### ACERCA DE CONFORAMA

Conforama es un retailer especialista en hogar y jardín, con presencia en **8 países** de Europa y **57 tiendas físicas**.

### EL RETO

Conforama notó una alta tasa de salida en sus páginas de categoría, así como una baja tasa de conversión en sus páginas de producto.

### EL ANÁLISIS

A través de la plataforma de Contentsquare, Conforama pudo identificar que los usuarios iban y volvían repetidamente entre las páginas de categoría y producto, y que la compra se hacía directamente en la página de categoría.

Sin embargo, era muy difícil llegar a la compra desde esta página, por lo cual se perdían muchos usuarios en cada paso.



Los usuarios navegaban para adelante y para atrás entre las páginas de categoría y producto, y en cada paso muchos salían del sitio

camila.florez@contentsquare.com - <http://contentsquare.com/es/>

## LA SOLUCIÓN

Con base en estos insights, el equipo de Conforama se enfocó en 2 ejes de optimización:

**1.** Teniendo en cuenta que la mayoría del tráfico proviene de mobile, aumentar la exposición de productos, para evitar la navegación hacia adelante y atrás.

Para esto, cambió su página de categoría en mobile para exponer 4 productos por pantalla, en vez de 1, por encima de viewports de 399px.

**2.** Facilitar la llegada al carrito de compras desde la página de categoría.

- Para esto, agregó el CTA “**AÑADIR AL CARRITO**” en la Página de Categoría, seguido de un pop-in para ir directo al Carrito.

## EL RESULTADO

Conforama observó las siguientes mejoras en sus indicadores:

**1.** La tasa de scrolling aumentó un **20%**, además de exponer los usuarios a **4x** más productos en mobile.

**2.** La conversión de llegada al carrito de compra se duplicó en todos los productos.



## TASA DE EXPOSICIÓN

Exposición después del sexto producto

ANTES



DESPUÉS



## LLEGADA AL CARRITO DE COMPRA

ANTES



DESPUÉS



## Acerca de Contentsquare

Contentsquare es una plataforma de insights de experiencias digitales, que ayuda a las empresas a entender cómo y por qué los usuarios interactúan con sus sitios web, móvil y apps.

Computamos billones de clics y movimientos, y los transformamos en recomendaciones accionables que aumentan el engagement, reducen los costos operacionales y maximizan las tasas de conversión. Contentsquare cuenta con más de 300 clientes a nivel global como Desigual, Walmart, Samsung, Sephora, Tiffany, LVMH, AccorHotels, Avis, BNP, GoPro, Nissan, y muchos más.

camila.florez@contentsquare.com  
<http://contentsquare.com/es/>