

Los Errores en tasa de Conversión

Es probable que se quiera empezar a ser un gran diseñador de páginas web, ¿verdad? Pero ¿sabía usted que algunos elementos del diseño de su sitio web en realidad podría reducir la tasa de conversión y los ingresos de su sitio web sin que usted lo sepa?

Esos son a menudo algunos simples errores que pueden ser corregidos, pero tienen gran impacto en las tasas de conversión.

Para entender si estos errores podría estar en su camino de trabajo, y aprender a evitar y / o corregir ellos, aquí es una lista de errores comunes de diseño web que a menudo matan a las tasas de conversión de página web.

Vamos a empezar...

1: Poner llamado a las acciones por debajo del pliegue página

En primer lugar, es importante conocer el impacto del pliegue página, sobre todo para los visitantes de primera vez. ¿Por qué es esto tan importante? Sus visitantes por primera vez será rápida para escanear y juzgar su sitio web (en tan sólo cinco segundos), y con frecuencia no se desplazará mucho. Por lo tanto, si sus importantes llamado a las acciones o los contenidos están por debajo del pliegue página (el área que los visitantes puedan ver en su navegador, sin tener que desplazarse) esto aumentará las posibilidades de que sus visitantes no encontrar lo que están buscando, o no viendo lo que quiero que vean más.

Para evitar este problema, utilice la función de gran tamaño nuevo navegador de Google Analytics para entender qué elementos de sus páginas se puede ver por encima del pliegue

en los tamaños más comunes de resolución de pantalla, y luego probar el contenido en movimiento clave y llamado a las acciones-a más puntos.

Un consejo simple para sitios de comercio electrónico es asegurarse de que usted repita su botón de pago en su cesta de la compra encima de la tapa también.

2: La subestimación de la incidencia de las distracciones

Sí, su banner promocional o las imágenes pueden verse bien. Sin embargo, se está asegurando de que los ojos de sus visitantes están siendo atraídos hacia las partes más importantes de sus páginas, su llamado a las acciones y la información clave? Tener demasiadas imágenes que compiten o promociones pueden distraer a su visitante lejos de su botón más importante.

Aún más molesto son imágenes animadas o imágenes grandes, que incluyen personas.

Para entender lo que el usuario busca en las páginas de su web (y en qué orden), le recomiendo que utilice una herramienta de seguimiento de los ojos como

AttentionWizard, GazeHawk, o incluso contratar a una cámara de seguimiento del ojo mismo. Estos le darán una gran comprensión y las ideas de lo que debe pasar sus páginas para mejorar el flujo de los ojos.

Es posible que se sorprenda al saber lo que sus visitantes están buscando realmente a lo sumo en sus páginas web!

3: Ser cool no utilizable

Todos los diseñadores web quiere ser creativo y llegar a nuevos elementos de diseño, único y genial, ¿verdad?

Lamentablemente, sin embargo, dependiendo de lo único que son, usted podría estar infringiendo las normas de diseño de usabilidad web que aumentarán las posibilidades de que sus visitantes se confunden con ellos y salir de su sitio web antes de tiempo. Y por lo tanto reduce sus tasas de conversión.

Por ejemplo, es posible que acaba de rediseñar su menú de navegación para que sea mucho más interactivo y muy fresco a la vista. Pero como resultado de esto, es posible que haya hecho mucho más difícil para los visitantes a entender las convenciones de nomenclatura en sus artículos, o hecho más difícil desplazarse.

Para evitar este error, pruebe siempre los cambios propuestos nuevos con una herramienta de prueba de sitios web (no sólo en un estudio de usabilidad) para averiguar lo que sus visitantes piensan de ellos, y cómo atraer y convertir de manera diferente, antes de empujar a vivir.

4: No se prueba en todos los principales navegadores

Una de las principales causas de las tasas de conversión bajas son sitios web que no funcionan correctamente o se vea mal en uno o más de los principales navegadores. A pesar de las variaciones leves o problemas en la versión de navegador puede hacer que sus diseños cuidadosamente elaborados a tener implicaciones importantes sobre participación de los visitantes y las tasas de conversión.

Así que no sólo el diseño de su sitio web para verse bien en Firefox, también hay que comprobar cómo se ve en Internet Explorer y Safari, y más importante aún, es necesario comprobar en Google Chrome, que ahora es el navegador más popular.

Puede utilizar herramientas como BrowserShots y

CrossBrowserTesting para ayudarle a revisar sus diseños web para cuestiones en distintos navegadores.

5: Uso de largos bloques de texto

No te olvides de la influencia que el texto de su sitio web tiene en sus visitantes.

Su sitio web tiene que no sólo se ven bien, pero el texto tiene que ser atractivo y fácil de leer, especialmente cuando usted está tratando de conseguir que sus visitantes para convertir los objetivos de su sitio web.

Recuerde que la gente no lee en línea de la misma manera que leen normalmente, buscar el contenido que les interesa en primer lugar. Por lo tanto es fundamental que coloque el texto más importante en unos puntos breves en sus páginas principales – esto hace que sea mucho más fácil de escanear para sus visitantes, y como resultado a menudo aumenta su participación y tasas de conversión.

siga adelante y probar la conversión de algunos de sus bloques largos de texto en viñetas en su lugar, a menudo obtendrá grandes resultados!

6: Las variaciones que no varían lo suficiente

Cuando está probando variaciones nueva página web (y gran trabajo por hacer eso!), Es importante que te asegures de crear variaciones de prueba que son suficientemente diferentes. Si sólo se hacen cambios sutiles, como ajustes leves en el color o el estilo, los usuarios probablemente no notarán la diferencia, y por lo tanto probablemente no va a convertir diferente, por lo tanto sus tasas de conversión no va a aumentar mucho.

Siempre hay que diseñar al menos una variación de la prueba radicalmente diferente para las pruebas, como cambiar completamente el estilo de su elemento o texto, y esto le dará

muchas más posibilidades de ver una versión de prueba ganadora que tiene un ascensor de conversión mucho más alta.

Lo mismo ocurre cuando se está diseñando nuevas páginas enteras para probar en contra – una actitud radical en términos de diseño y maquetación por lo menos una opción. A continuación, puede hacer pruebas de seguimiento en la versión ganadora de aumentar las tasas de conversión más.

7: Diseño de un uno-tamaño-caber-todo sitio web

Al diseñar su sitio web, es importante que los que resuelve las necesidades de sus visitantes principales y casos de uso. En lugar de diseñar un sitio web que trata de resolver todas las necesidades para todos los visitantes al mismo tiempo (un uno-tamaño-caber-todo sitio web), tiene que ser la creación de muchas variaciones de los elementos en sus [páginas web](#) que mejor se acoplan a sus visitantes.

Puede utilizar muchas herramientas de prueba más importantes para orientar realmente contenido específico a los grupos de visitantes importantes, como nuevos visitantes o de repetición, y esto con mucha frecuencia aumentará sus tasas de conversión, como resultado de este compromiso mucho mayor y relevancia para el visitante.

8: Sólo probando lo que su jefe quiere poner a prueba

Y por último, si usted está haciendo las pruebas ya para sus nuevos diseños, un gran error que podría estar haciendo es si sólo está probando lo que su jefe o hipopótamo (opinión personal más alto pagado de) quiere probar. Esto es problemático, ya que a menudo pretende saber lo que sus visitantes quieren, y lo que funciona mejor, y muchas veces esto puede ser el polo opuesto de lo que los usuarios realmente quieren, matando potencialmente mayores tasas de conversión.

Para evitar este error, en lugar siempre se debe crear ideas

de prueba usando puntos de vista de su herramienta de análisis web y las ideas de las encuestas de retroalimentación de los visitantes y las herramientas de usabilidad. Creación de pruebas de la manera siguiente le ayudará a crear mejores pruebas que se traducen en tasas de conversión más altas.

Así que ahí tenemos 8 errores comunes de diseño web que a menudo matan a las tasas de conversión. ¿Cuál de estos errores se siente más culpable? Háganos saber en los comentarios.

Página Rich es el autor de «Optimización del [sitio web](#): An Hour a Day 'y ha estado probando y optimización de sitios web desde hace más de 10 años. Es ponente habitual industria, y ofrece un blog de optimización de sitios web y servicios en su sitio web. Lo puedes seguir en Twitter para obtener consejos.