


*Tecnología, innovación, creatividad y talento
para hacer nuestros tus desafíos digitales.*

10:56 AM
shopify.ca 92%



Log in

Rediseño de interfaz y experiencia de compra en empresa de retail

Payment options



a nisum
company

BACKGROUND

En el siguiente caso de estudio trabajamos con una empresa nacional de retail especialista en tecnología y decohogar con presencia en todo el país, desde Arica a Punta Arenas.

La empresa, perteneciente al Grupo Yaconi- Santa Cruz, presentó ingresos por más de US\$550 millones anuales en el 2018 y cuenta con un negocio financiero consolidado a través de su tarjeta de crédito, con alrededor de 3.000.000 unidades emitidas.

El área de transformación digital e-business de la empresa tuvo como desafío entregar a sus clientes una nueva y mejorada tienda digital y que el sitio fuera percibido por sus usuarios como un referente en cuanto a experiencia de compra on line.

Para que esto se cumpliera, fue necesaria la implementación de una nueva plataforma digital capaz de entregar un journey coherente, intuitivo y eficaz para los objetivos de la institución.

Con el propósito de optimizar la experiencia de usuario y el diseño responsivo del proceso de compra (browsing y check out) y hacer que el sitio fuera reconocido como el retail tecnológico de Chile, Ki puso manos a la obra.

NUESTRO ENFOQUE

Para implementar un proyecto exitoso en producción, Ki desarrolló una consultoría que le permitió a nuestro cliente del retail identificar oportunidades de mejora en las etapas de prototipado del nuevo rediseño y alinear expectativas, objetivos y visiones de las distintas áreas relacionadas con sus clientes y el negocio.

La consultoría se dividió en tres partes:

- **Investigación:** en esta etapa, se investigó -a través de los stakeholders- los comportamientos y necesidades de los usuarios, además se identificaron metas y objetivos de la compañía y delinearón las siguientes etapas con esa mirada.
- **Tests con usuario:** en el que se evaluó la eficiencia, eficacia y nivel de satisfacción con la que una interfaz permite al usuario alcanzar objetivos específicos. El propósito fue identificar aquellos errores invalidantes para completar una acción requerida.
- **Prototipado de soluciones:** a partir de las propuestas gráficas entregadas por la empresa y de los hallazgos detectados en los tests de usuario, Ki definió propuestas de mejora en algunas pantallas que definen los lineamientos del proceso.



NUESTRA SOLUCIÓN

Luego del proceso de investigación y tests con usuarios, el equipo de Ki recopiló todos los descubrimientos, de manera que los stakeholders pudieron entender las necesidades de sus clientes y así priorizar los puntos de fricción durante el flujo de compra.

Algunos de los hallazgos encontrados fueron: la complejidad del carro de compras, la poca claridad al momento de los pedir datos personales, la elección de retiro o despacho y más.

Con toda la información recopilada, Ki presentó un “Plan de Mejoras” con diferentes niveles de criticidad.

Primero, los indispensables para salir a producción, como un rediseño de navegación en el checkout de manera vertical para desktop, cambios visuales de ubicación y funcionalidades para despacho a domicilio y retiro en tienda, entre otros.

En segundo lugar, los no bloqueantes para salir a producción, como la modificación del tamaño del login, rediseño de buscador y filtro y más.

Y finalmente, los cambios de mejora continua, como la modificación de la jerarquía de botones del login para facilitar su uso y evaluar otros medios de pago.

