

## Análisis de caso

# En detalle: Las necesidades concretas de los usuarios de móvil.

Para Vista, los dispositivos móviles son fundamentales. Como empresa que se enorgullece de crear una experiencia de diseño tan valiosa como los productos que vende, es importante que la versión móvil de su estudio de diseño se adapte a las diferencias en el comportamiento del cliente.

La iniciativa global de cambio de plataforma de Vista planteó un nuevo reto, ya que los equipos de producto, experiencia del usuario (UX) e ingeniería querían conocer cómo afectaba el cambio a los usuarios de dispositivos móviles en concreto.

Antes de confiar en Quantum Metric, Vista tenía dificultades para entender el comportamiento de los usuarios del entorno móvil y el motivo por el que algunos no llegaban al final del embudo. Los equipos de producto, UX e ingeniería carecían de la información detallada necesaria para resolver estos problemas con rapidez en la nueva plataforma.

Con Quantum Metric, pudieron ver las experiencias en tiempo real y extraer conclusiones:

- En los productos de Paypal que disponen de códigos QR para el pago, solo el 30 % de los usuarios de dispositivos móviles se desplazaban hacia abajo y veían los productos populares, como pegatinas. Tras reorganizar la página para poner más productos populares en la parte superior, la conversión aumentó un 10 % de media en esos productos.
- Mejora de la experiencia del estudio de diseño para móvil, que incluyó un rediseño de la interfaz de edición de texto, la redistribución de los elementos y la reorganización de herramientas de edición y zoom. La información detallada sobre las necesidades de los usuarios que se extrajo de la reproducción de sesiones de Quantum Metric contribuyó a decidir estos cambios.



Desde el principio de la colaboración, hemos mejorado de forma considerable la tasa de conclusión de proyectos en el estudio móvil, además de reducir el tiempo que tardan los equipos de producto y UX en detectar y solucionar problemas.

Quantum Metric nos ofrece una visibilidad sobre las fricciones del cliente que nos ayudará a seguir mejorando la experiencia móvil.

— **Kathleen Walsh**

Product Director, Vista

