

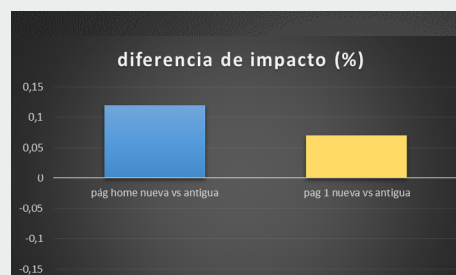
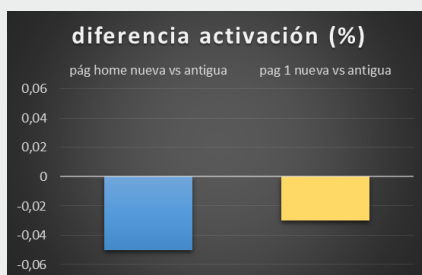


PROBLEMA (Lack of knowledge)

Evaluar la usabilidad así como su árbol de navegación en una renovación de una web.



RESULTADOS (Ejemplos)



En este ejemplo, se evalúa las diferencias observadas en la realización de dos tareas: una en la página home (color azul) y otra en una página 1 del árbol de navegación (amarillo), de la versión de la nueva web respecto a la antigua.

En el indicador diferencia de tiempo, tanto en el caso de la home como en la página 1, ambas tareas se realizan en **menor tiempo con la nueva versión web** con respecto a la anterior; siendo esta diferencia más importante con la home (una diferencia media de tiempo de 6 segundos menos frente a 3 segundos menos de la página 1).

En el indicador diferencia de activación vemos que igualmente se produce un nivel de activación emocional de un 5% menor en la home nueva respecto a la antigua, lo que indica un menor nivel de estrés y por tanto una más fácil y mejor experiencia de uso **con la nueva página**.

Necesitan, por tanto, desplegar una menor intensidad y esfuerzo cognitivo para resolver las tareas

A nivel de impacto emocional, la diferencia es positiva en ambas páginas a favor de la nueva versión, lo que significa la inclusión de recursos útiles y válidos para resolver la tarea.



CONOCIMIENTO OBTENIDO (Insights)

Desde el punto de vista de usabilidad vemos que la nueva propuesta de página web en las páginas analizadas del

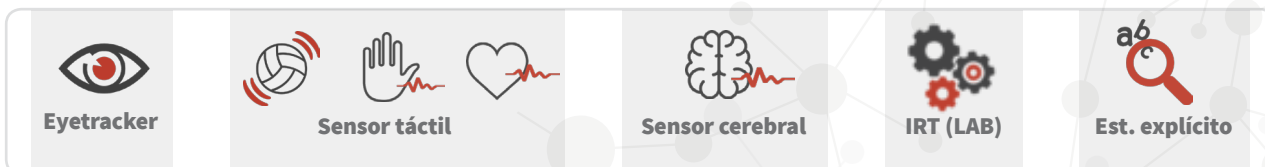
ejemplo, son más usables en ambos casos, con lo que la página parece coherente en su construcción.



MUESTRA 30 PERSONAS (muestra suficiente con valor tendencial para estudios neuromarketing)



INSTRUMENTACIÓN UTILIZADA



APRENDIZAJE (Key learnings)

“Normalmente una reducción de tiempo y una activación emocional negativa entre dos versiones de una misma web, significa una ejecución más sencilla, lo cual se traducen en una mejor UX y por tanto, en una menor tasa de abandono de la web.”