



# PsychoGrowth

Cinco sesgos cognitivos  
que cambiarán tu web

*Pablo Moratinos*



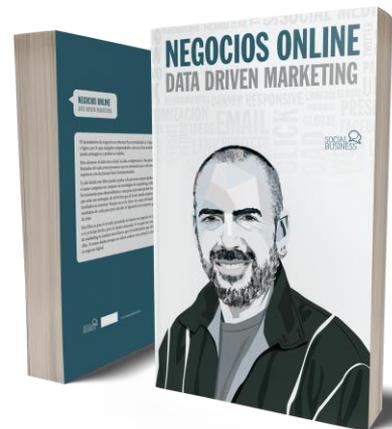


## Pablo Moratinos

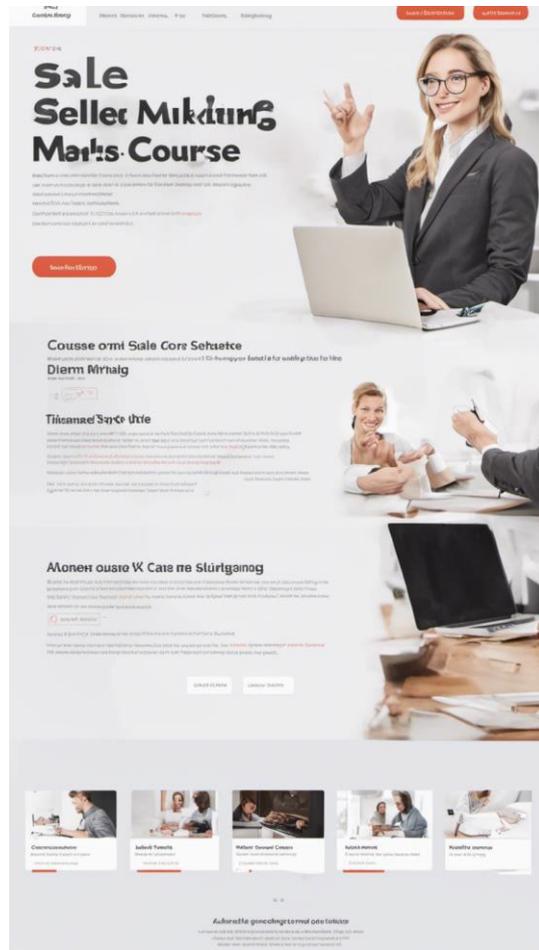
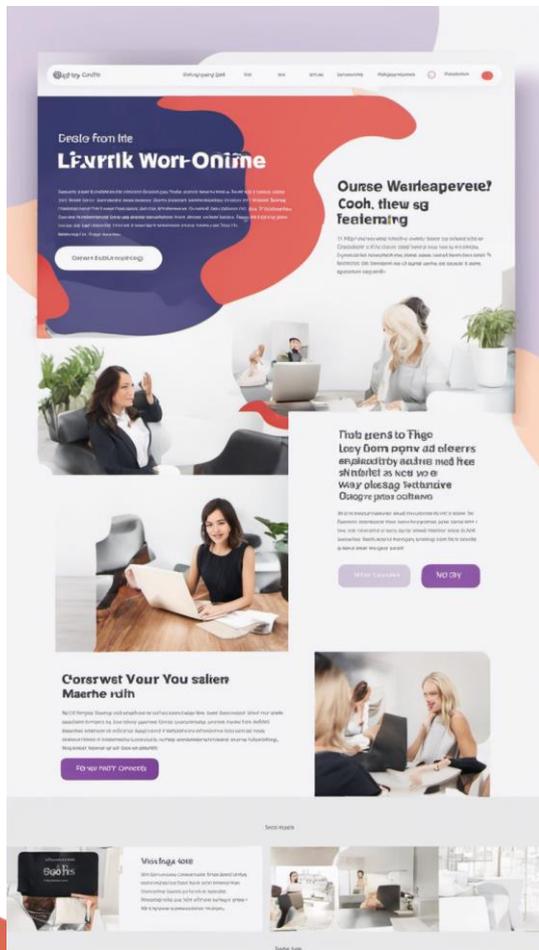
Embajador de marca de

 SiteGround

@pablomoratinos  
pablomoratinos.es



¿Cómo tomas las decisiones de diseño de tus páginas?



- Guías y plantillas
- Experiencia propia
- HiPPO
- Intuición personal
- Datos son amores

¿Qué son los sesgos cognitivos?

## Ejemplos de sesgos:

- Aversión a la pérdida
- Efecto anclaje
- Efecto de dominio asimétrico



SMALL

**\$4.00**



LARGE

**\$7.00**



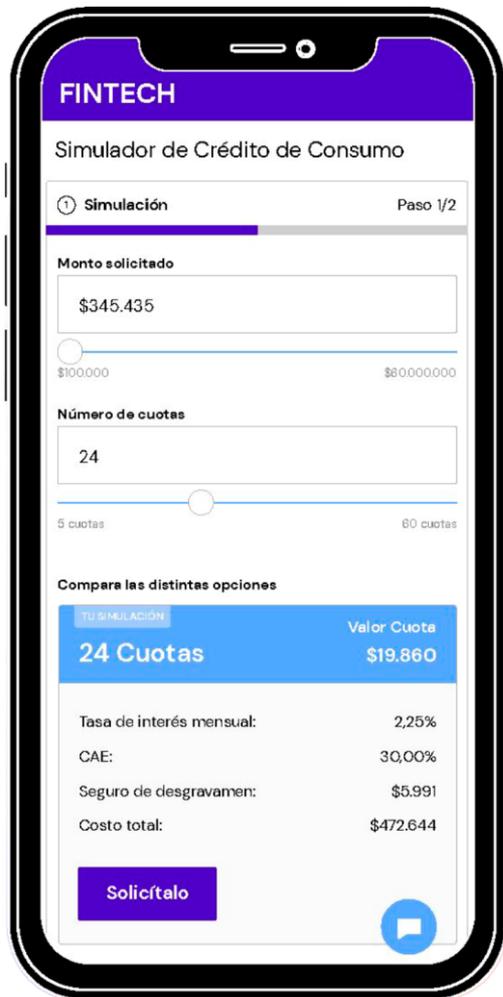
SMALL  
**\$4.00**



MEDIUM  
**\$6.50**



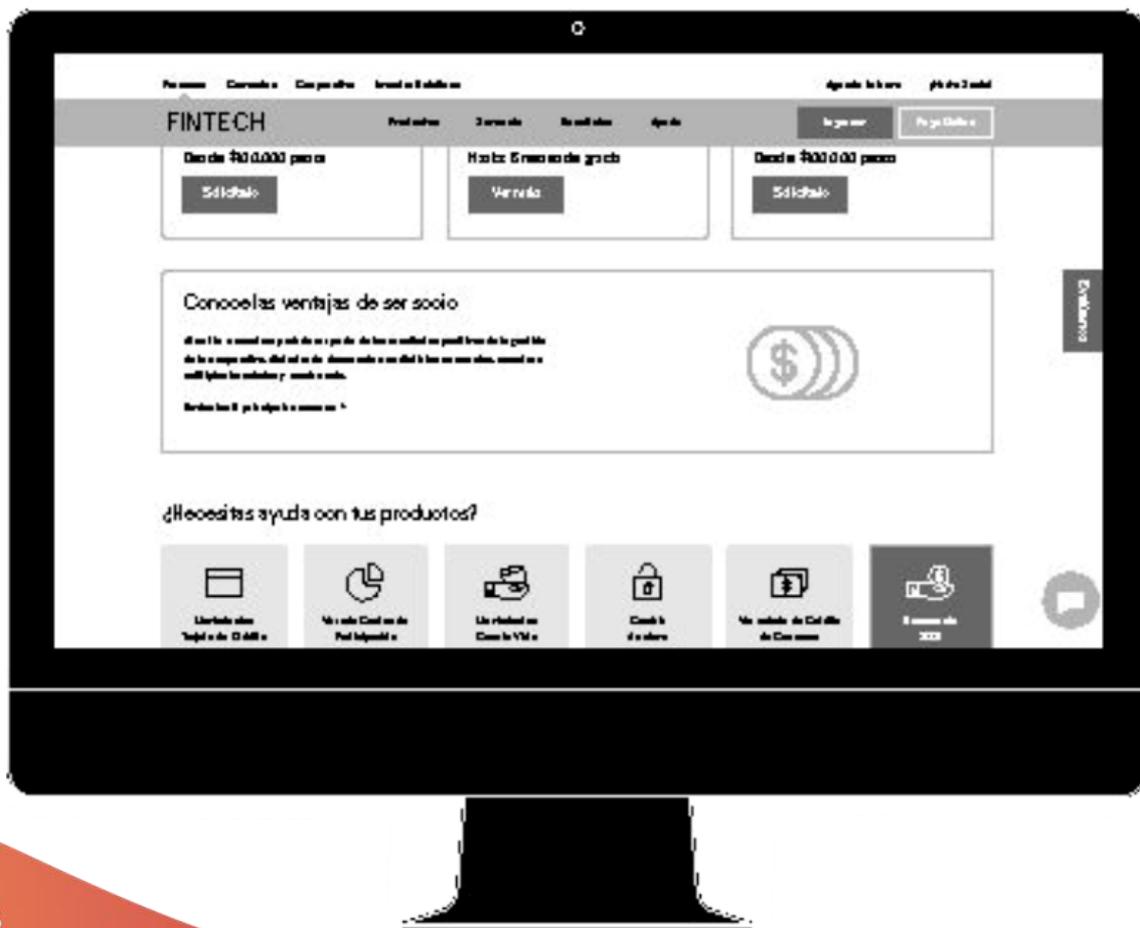
LARGE  
**\$7.00**



Nos centramos en:

1. la activación de visitantes
2. la estimulación de un comportamiento

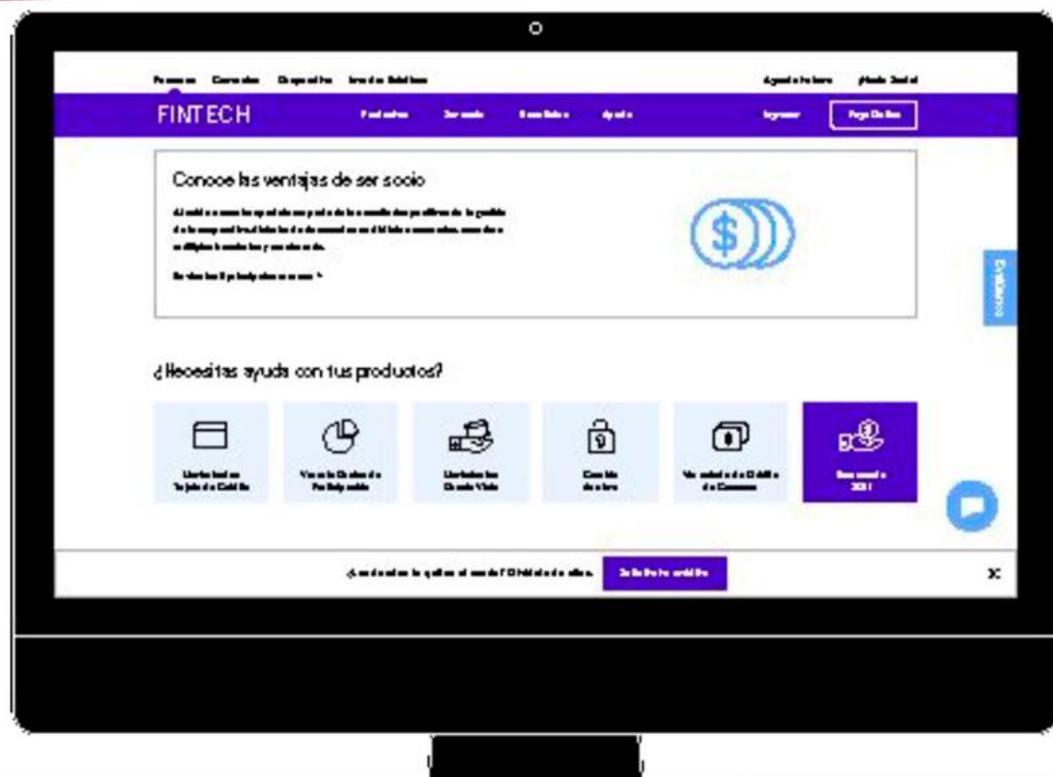
# 1 Sesgo de disponibilidad



## **Hipótesis 1:**

**Si incluimos un botón con visibilidad constante para el usuario que vaya al simulador, aumentará el número de simulaciones.**

# Experimento 1: Inclusión de un CTA sticky



¿Las deudas te quitan el sueño? Olvídate de ellas.

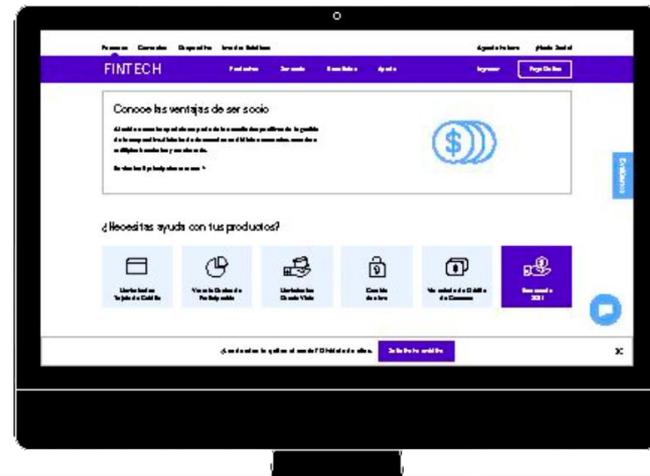
Solicita tu crédito



**+11,60%**



**Nº de simulaciones  
solicitadas**



¿Las deudas te quitan el sueño? Olvídate de ellas.

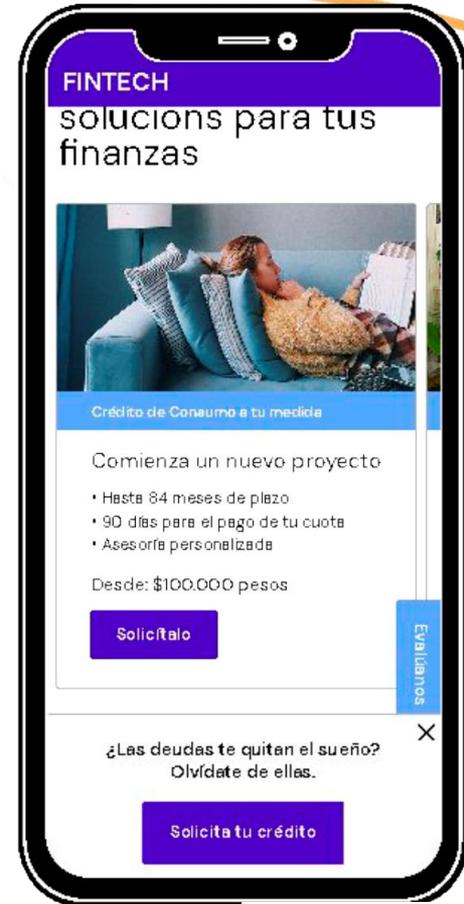
**Solicita tu crédito**



**+11,60%**



**Nº de simulaciones  
solicitadas**



# Sesgo de elección múltiple



## **Hipótesis 2:**

**Si mejoramos la experiencia del usuario (UX) en la Home, se impulsarán las solicitudes de crédito.**

- **Ley de Hicks-Hyman**
- **Ley de Fitts**
- **Ley de Miller**

# Experimento 2: Simplificación de la web



**+39,27%**



**Nº de solicitudes  
de crédito de consumo**



# 3 **Sesgo de conformidad**



## **Hipótesis 3:**

**Si reforzamos la Social Proof con la valoración de clientes, datos y premios, aumentarán las solicitudes de crédito.**

# Experimento 3: Potenciar la prueba social



**+142%**



**Nº de simulaciones  
solicitadas**





**+10%**



**Ventas**



# 4 Sesgo de identificación



## **Hipótesis 4:**

**Si segmentamos los mensajes en el Hero Image de la Home, se potenciará la compra por tipología de audiencia**

# **Experimento 4:**

## **Hero con selector de botones: mujer, hombre, niño/a**





+18%

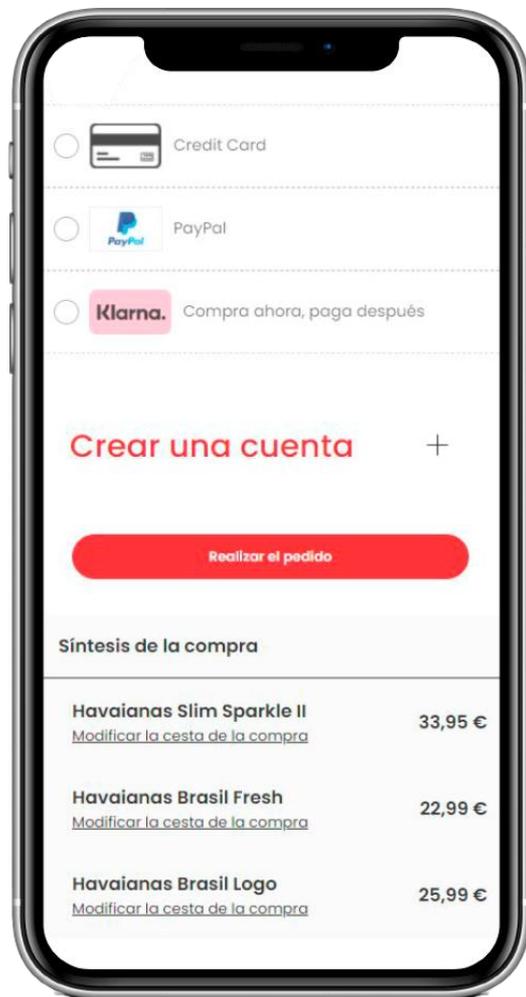


Ventas



5

# Sesgo de Cheese&Rice

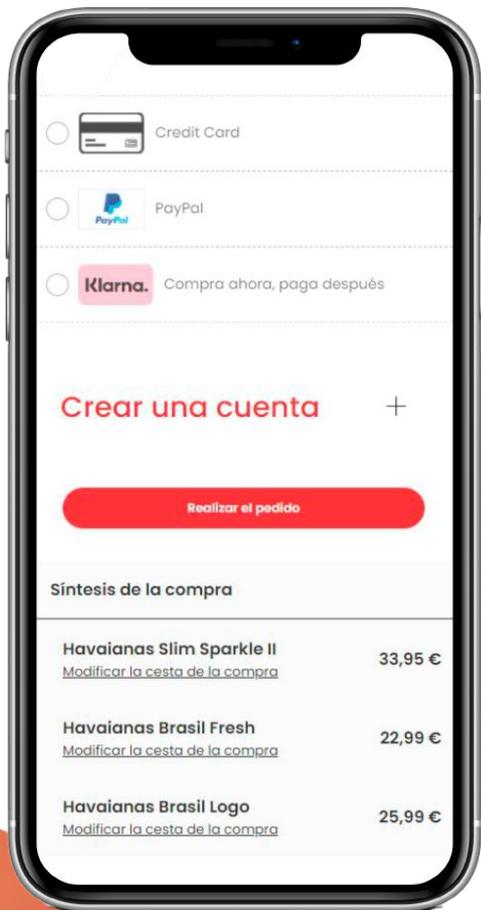


## **Hipótesis 5:**

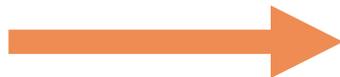
**Aumentar la visibilidad de la función de crear cuenta tendrá un impacto en el número de usuarios que crean la cuenta.**

# **Experimento 5:**

# **Tangibilizar el valor de registrarse en el momento de la compra**

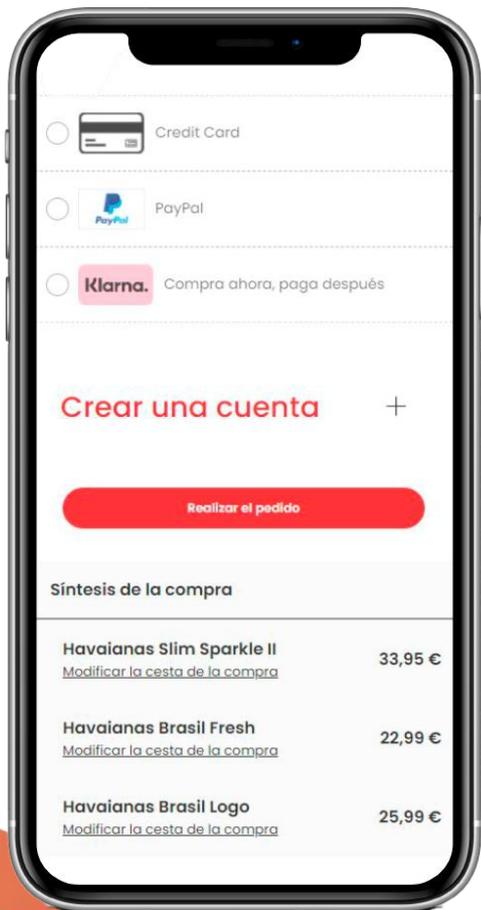


+550%

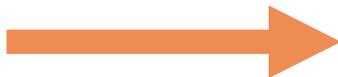


Registros





**+32%**



**Ventas**





- Disponibilidad
- Elección múltiple
- Conformidad
- Identificación
- Cheese & Rice

**Puedes probar un sesgo  
cada dos días y medio  
hasta WC Sevilla 2024**

**¡Muchas gracias!**

