



**Descubre las claves
del éxito de Amazon**

¡Incluye protips de mejora!

NEURO
rachel.

Mi bebé de 6 meses tiene que cambiar de leche de fórmula y me han hablado de una marca en concreto.

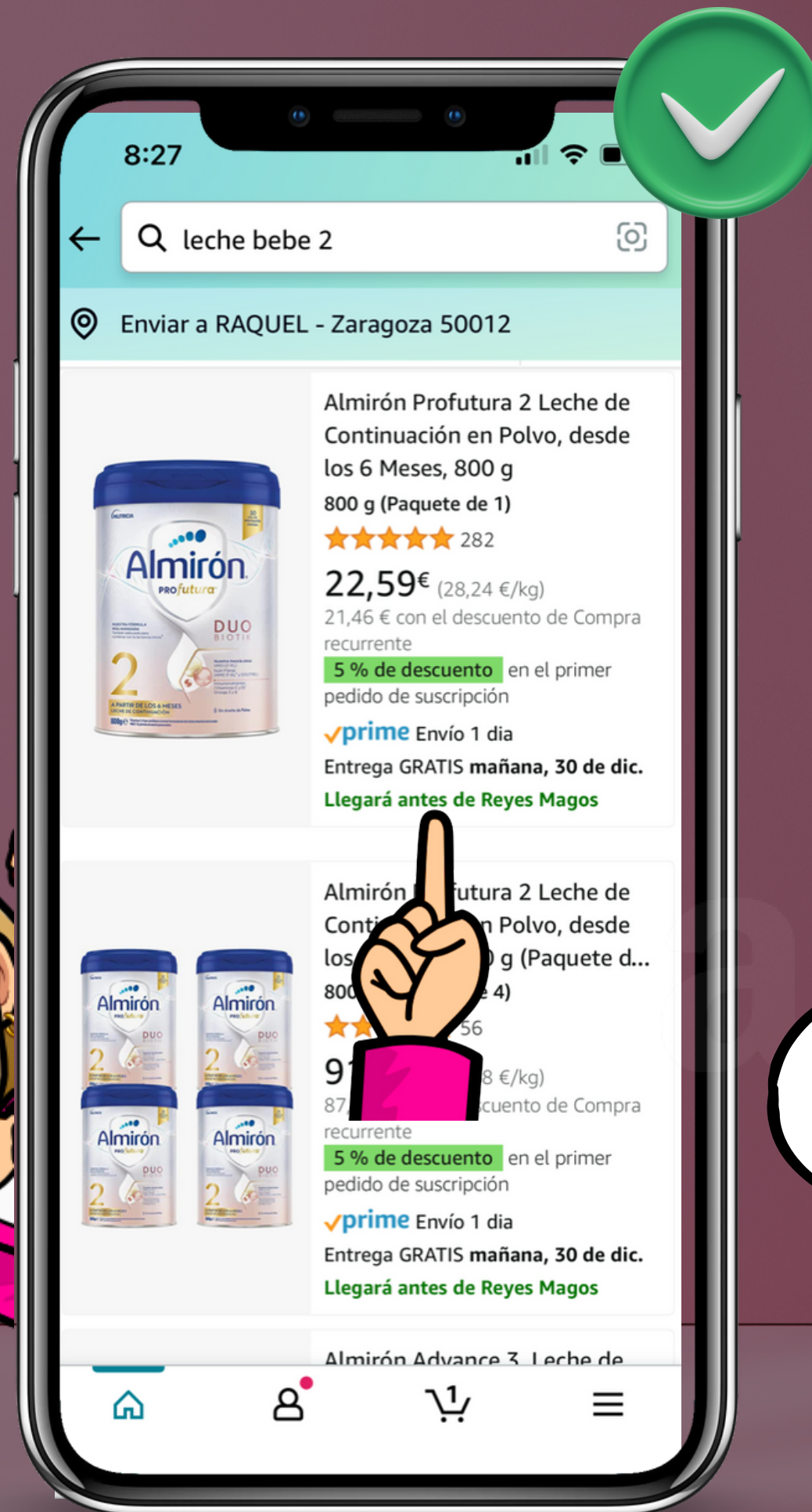


amazon

Y como súper fan de Amazon, voy a ver qué me ofrecen...



¿Qué sesgos se están utilizando aquí?



Sesgo de inmediatez

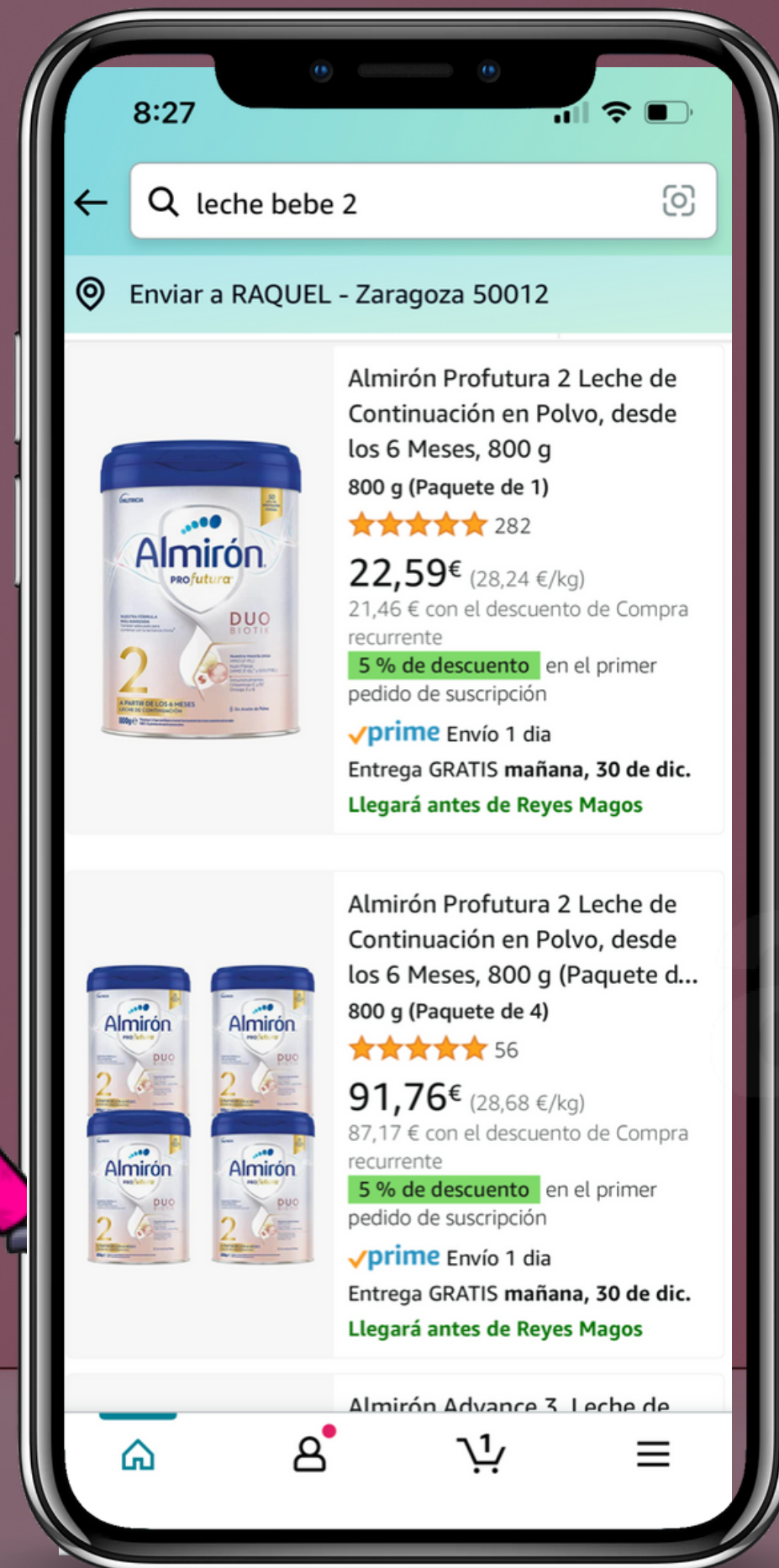
Si leemos la frase: "Entrega GRATIS mañana" nuestro cerebro se activa.

Concretamente, nuestro sistema de recompensa. Aquel que permite que asociemos ciertas situaciones a una sensación de placer.

"Si lo compro YA, lo recibiré mañana y GRATIS!"

Nos proponen dos opciones: el producto individual y en un lote de 4...

!Bien! ¡Quizá tengo descuento!
Pero... ¿dónde está? Estamos acostumbrados a que por la compra de varios siempre hay descuento....
¡En este caso si compro 4 me sale más caro!



Efecto contraste

Al cerebro le encanta comparar y quedarse con la sensación de que ha hecho una buena elección. Este sesgo puede distorsionar la forma de evaluar el producto cuando se ve por primera vez en comparación con otros.

En este caso... ¿Tiene sentido colocar la opción de 4 justo debajo? ¿No sería mejor una opción de compra del mismo?



Sesgo de prueba social

Las personas asumimos que la acción de otras personas refleja un comportamiento correcto en una situación específica.

Al mostrarnos reseñas positivas de otras personas nuestra decisión se verá influenciada, empujándonos hacia la compra final.

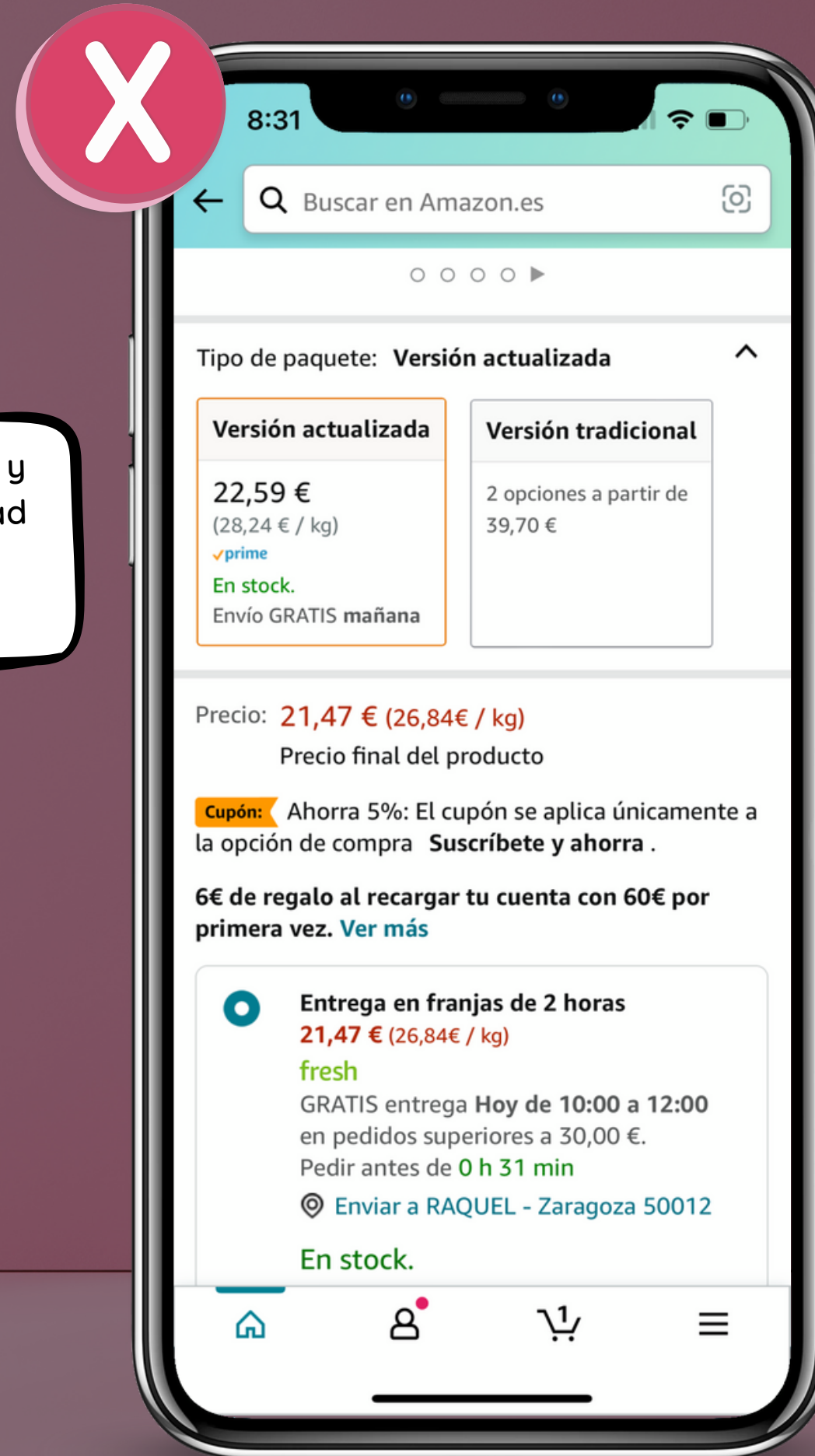
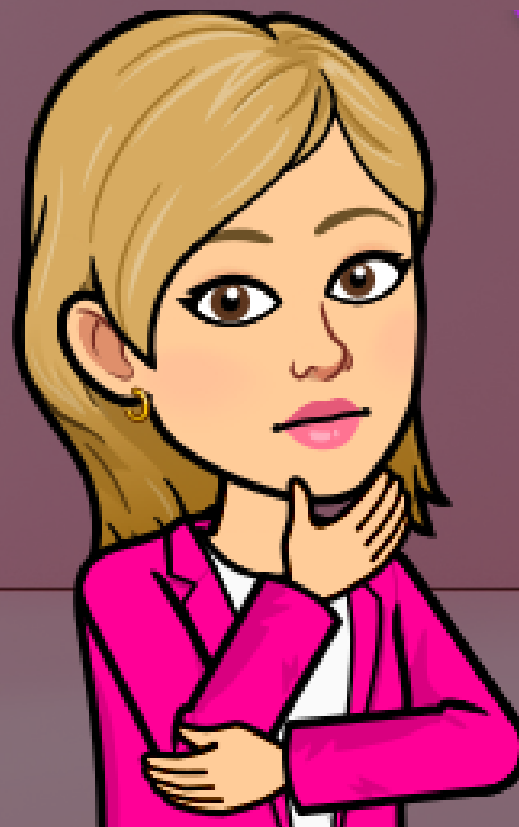


Todos los usuarios que lo han comprado hablan muy bien de este... ¿Será la mejor opción?



¡Pero sorpresa! El efecto ancla no afecta de manera positiva...

Me he anclado a un precio de producto (22,59) y la siguiente cifra, que suele ser precio/unidad mucho más bajo, aquí no aparece. De hecho, el precio por kilo es más alto.



Efecto ancla

Es el sesgo cognitivo provocado por nuestra tendencia a darle un mayor peso a la primera noticia, argumento o evidencia que se tiene sobre algo a la hora de tomar una decisión.



NEUROTIP

Da siempre un precio más bajo primero para anclarte en la mente de tu cliente.

En este caso podría ser 0,028 eur/gramo por ejemplo.

Continuamos y me dice "Versión actualizada", pero... ¿qué significa?



Maldición del conocimiento

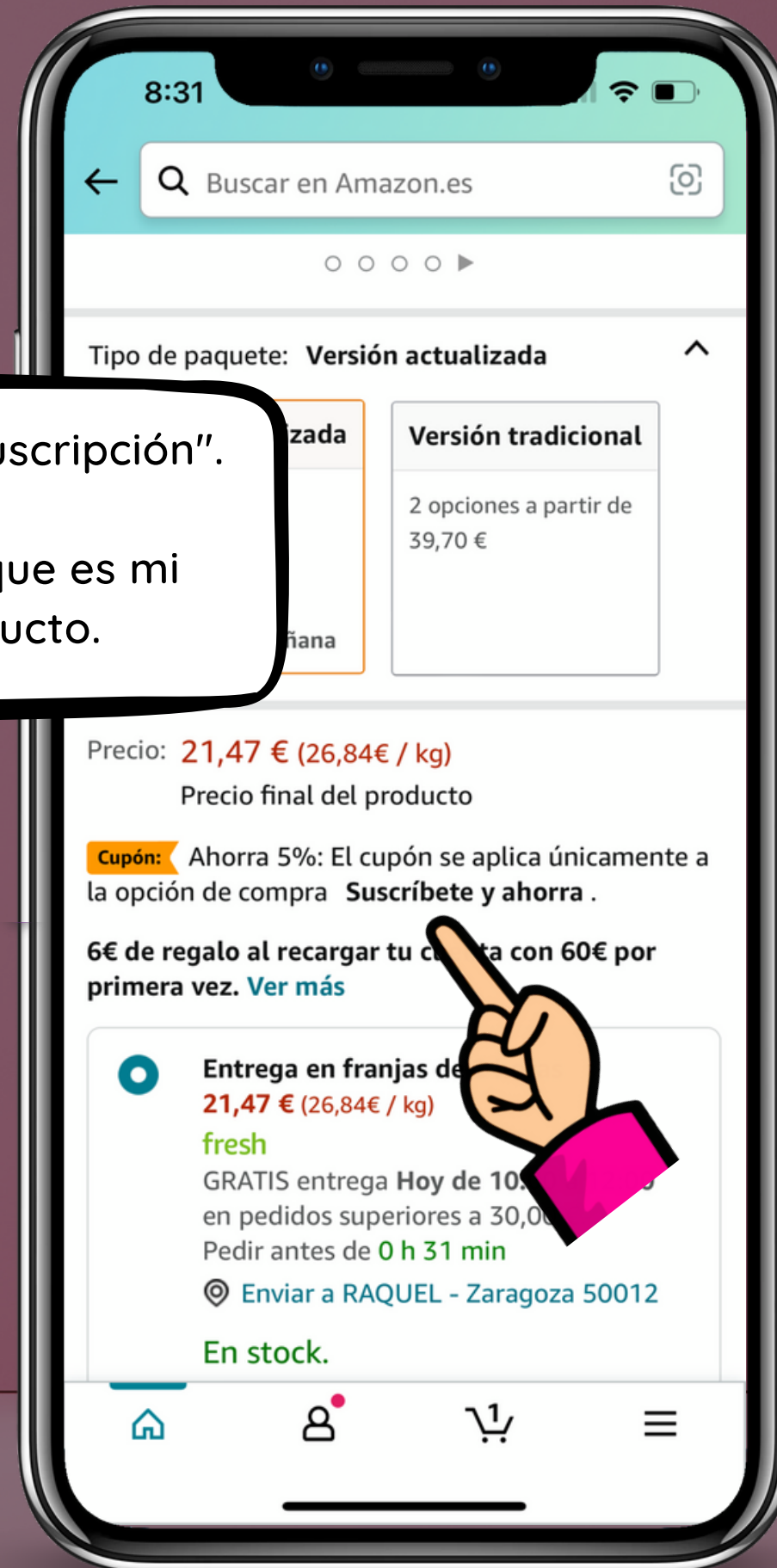
Damos por hecho que todos van a saber la respuesta. Pero no es así. ¿Qué significa Versión actualizada?



Más abajo en las FAQs se descubre que es porque el embalaje es nuevo completamente reciclable.

Quizá debería salir un cuadro de texto como comentario al hacer hover que nos lo indique de manera clara.

Luego nos ofrecen un descuento por "Suscripción".
¿¿Otra suscripción más??
Amazon conoce mis compras y sabe que es mi primera vez comprando este producto.



Patrones negativos

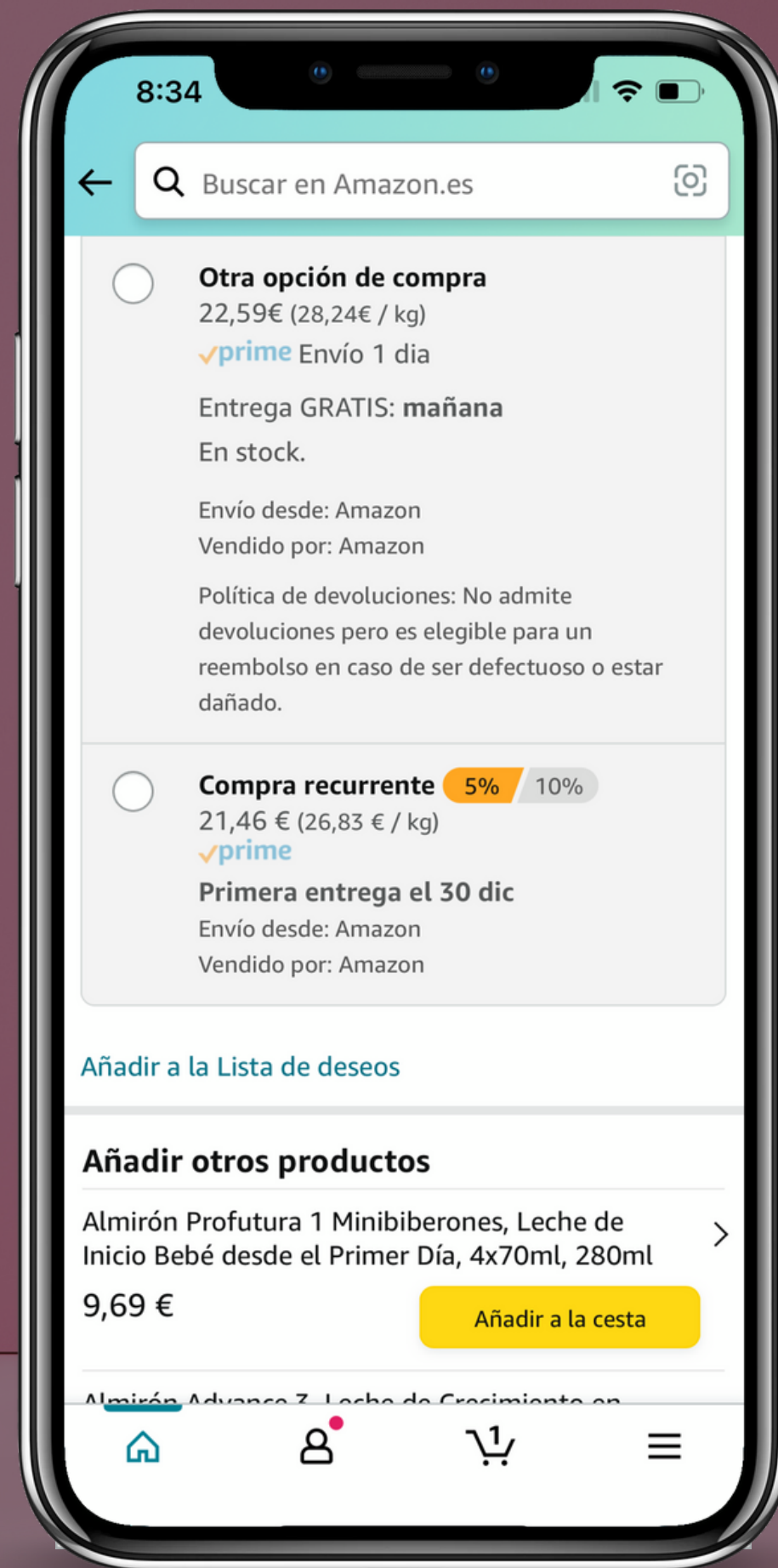
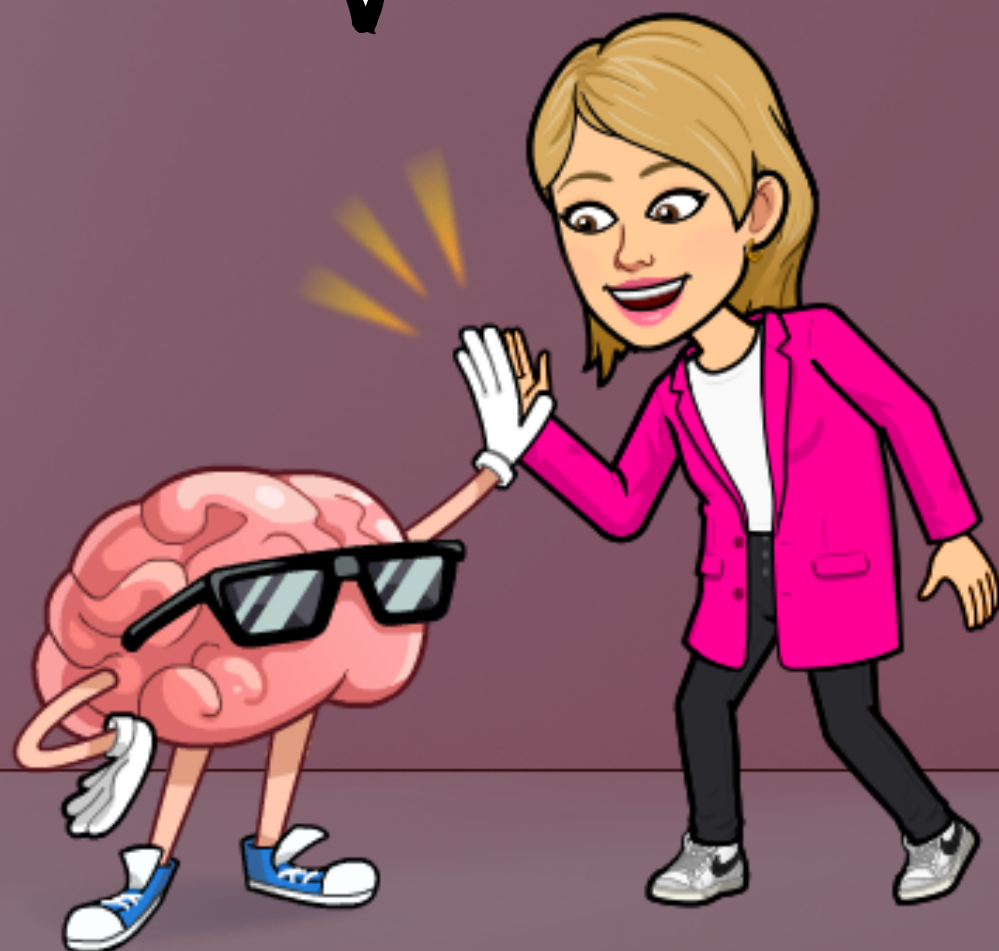
Se trata de una interfaz de usuario que se ha creado para engañar a los usuarios para que hagan cosas, como suscribirse a facturas recurrentes.



NEUROTIP

En lugar de eso, intenta construir una relación positiva entre tú y tus usuarios. Si quieres cambiar comportamientos, hazlo con su consentimiento.

Me impulsan a elegir la entrega en el día con el sesgo de inmediatez.



Pero esto no queda aquí:
Si lo compro para llegar en el día se mantiene el precio. Pero hoy no me va bien que me lo envíen. Mejor mañana.
¿Pero mañana? Es más caro.

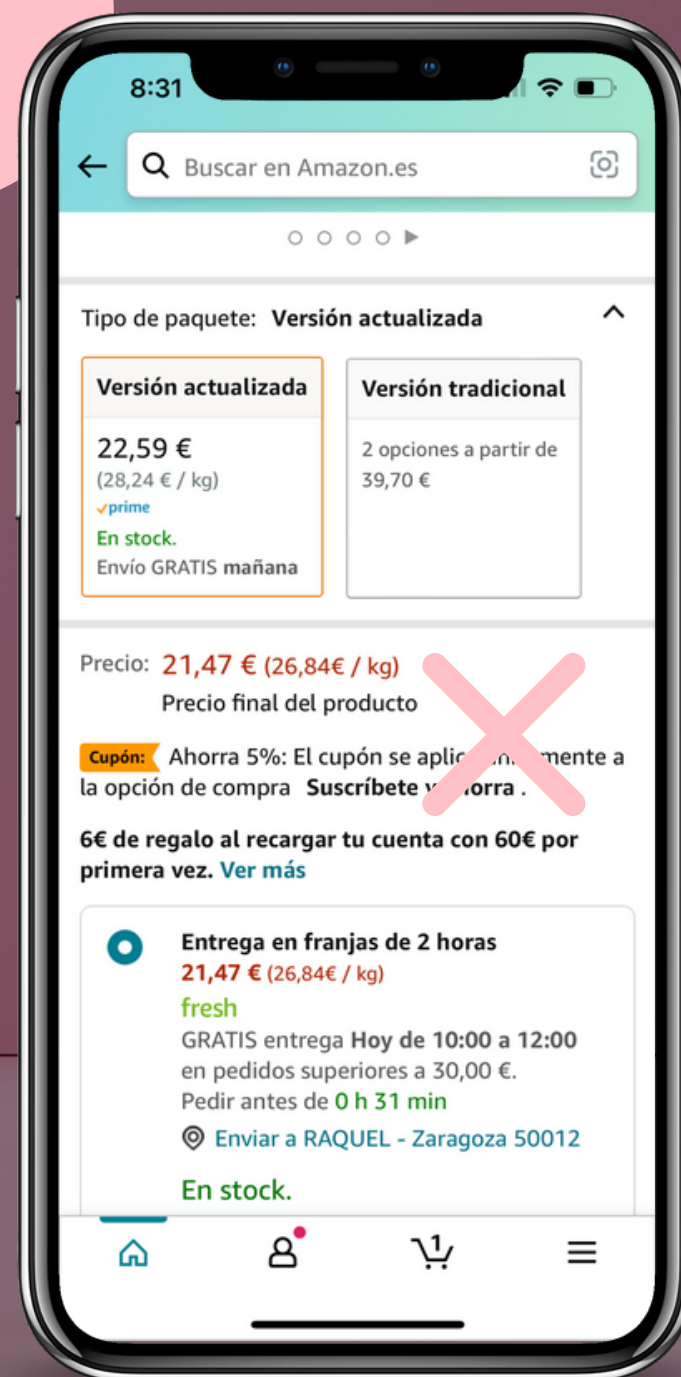


NEUROTIPS

para la experiencia en Amazon

1

Eliminar la carga cognitiva de añadir otra suscripción a tu cartera.



2

Utilizar notificaciones para aumentar las posibilidades de actuar cuando llegue el recordatorio.

En 1 mes se te va a terminar el producto. ¿Quieres que te enviemos un recordatorio para encargar más?

Sí, notificámelo



CONCLUSIONES

en la experiencia en Amazon

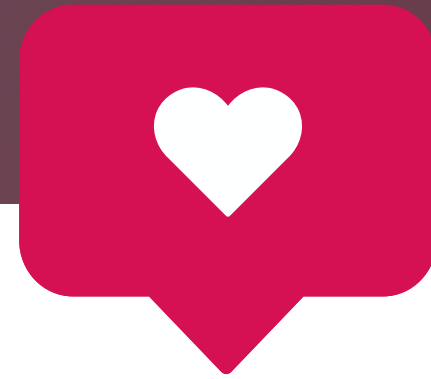
1

Amazon debería diferenciar todas las versiones de sus productos pues crean confusión.

2

Aparecen demasiadas opciones de precios de forma poco clara. Simplificar es siempre la clave.





¿TE HA GUSTADO?
¡Compártelo!



Made with Love by:

NEURO
rachel.

