

Carros de la compra - Cinco problemas de uso

El proceso que conduce a una transacción en línea es probablemente el factor más crítico para el éxito de un carrito de compras. Si el proceso de compra provoca frustración, confusión o inseguridad, es probable que los usuarios abandonen el carrito de la compra y no vuelvan nunca más.

La usabilidad del carrito de compras se refiere a la eficiencia con la que los usuarios logran sus objetivos en el sitio. Muchos grandes carritos de compras en línea, como Play.com y Amazon.com, se esfuerzan constantemente por hacer que su proceso de compra sea lo más fácil y sencillo posible. Saber que puedes comprar un libro o una película en sólo 3 o 4 clics te animará a volver al mismo sitio fiable.

Después de leer muchos artículos y libros blancos dedicados a las mejores prácticas en el diseño y la usabilidad de los carritos de compras; a continuación he destacado cinco posibles problemas de diseño en los carritos de compras que estoy seguro que muchos usuarios han encontrado.

1. Según [el portal diezopciones.com](http://elportaldiezopciones.com) El carrito de compras requiere que los usuarios se registren antes de saber si el producto está disponible.

Puede ser bastante molesto para un usuario pasar 10 minutos introduciendo la información de su tarjeta de crédito, dirección de su casa, número de teléfono, etc. sólo para descubrir durante el proceso de compra que el producto que quiere comprar está agotado.

Muchos carritos de compras permiten mostrar al usuario la disponibilidad de existencias en tiempo real antes de que añadan el producto a su carrito.

2. Sugerir a los usuarios que compren productos similares antes de añadir el producto principal a su carrito.

A menudo es útil cuando el sitio sugiere otros productos que usted podría querer o necesitar después de agregar el producto principal al carrito.

Sin embargo, creo que estará de acuerdo en que puede ser ligeramente confuso si estos productos adicionales se le ofrecen antes de añadir el producto principal a su carrito. Le das a "añadir al carro" y de repente te ofrecen productos como baterías, plantillas o estuches de viaje. Muchos usuarios estarán confundidos y se preguntarán si su producto ha sido añadido o si han pulsado el botón equivocado.

En una guía de prácticas óptimas se señalará que se ofrecen productos adicionales al usuario una vez que haya completado su compra y haya entrado en el proceso de pago.

3. Un carrito de compras que requiere que los usuarios se registren antes de poder añadir productos al carrito.

Pedir a los usuarios que proporcionen información personal incluso antes de que hayan añadido productos a su carrito no es una buena medida.

Como comerciante, el registro de clientes puede proporcionarle grandes ventajas, incluyendo el reciclaje de carros abandonados, la lealtad de los clientes y el contacto por correo electrónico. Sin embargo, muchos usuarios pueden navegar por múltiples sitios web y agregar productos a numerosos carritos de compra con el propósito principal de comparar precios y características. Es probable que un gran porcentaje de los usuarios abandonen el sitio si se les pide que registren información personal antes de utilizar el carrito de la compra.

4. Requerir que los usuarios eliminen y añadan los mismos productos al carrito de compras sólo para cambiar su color, tamaño o variación.

La edición del carrito de compras debe ser lo más sencilla posible y no debe requerir que el usuario retire nada del carrito.

Si un producto tiene un color y un tamaño diferente, no les hagas quitarlo del carrito si quieren una variación diferente. Los usuarios deben poder seleccionar diferentes opciones dentro del carrito.

5. Sitios que no muestran claramente al usuario el contenido del carrito de compras.

¿Alguna vez has añadido el mismo producto a tu carrito 3 o 4 veces en un sitio porque no estabas seguro de si funcionaba la primera vez?

Muchos usuarios suelen confundirse acerca de si su artículo fue agregado con éxito o no si no pueden ver el contenido del carrito de compras en el navegador con el que están comprando.

Como comerciante, es comprensible que no quieras alejar a los usuarios de la página en la que están comprando cada vez que añaden un artículo a su carrito. Por lo tanto, las directrices sobre prácticas óptimas sugieren que se muestre el contenido del carrito del usuario en el mismo navegador, por ejemplo, en la esquina superior derecha. En resumen, el diseño de toda la experiencia de compra es primordial. Estos 5 posibles problemas de diseño destacan 5 de los muchos problemas comunes con los carritos de compras.

¿Cuál es la más probable que te haga abandonar tu carrito de compras? Díganos qué otros problemas de usabilidad ha encontrado. ¿Cuál de estos problemas cree que es el más irritante y que puede llevar al abandono de las compras?