

L'embut de conversió: on es perden els clients

Lectura i representació de l'embut d'una botiga en línia: calcular la taxa de conversió de cada escaló, localitzar la fuga més cara i comparar dues estratègies —portar més visites o arreglar el pas que falla— comprovant que donen el mateix resultat a cost molt distint.

DURADA

55 min · 1 sessió

AGRUPAMENT

parelles

UNITAT 6

La funció comercial i el màrqueting

MATERIALS

- Calculadora o full de càlcul
- Paper mil · limetrat o plantilla d'embut
- Fitxa impresa amb les dades

ENCAIX CURRICULAR · Sabers B.2 · Comp. específiques CE4 · Comp. clau STEM, CD, CE, CPSAA

Plantejament

En comerç electrònic no es ven a qui entra: es ven a qui **arriba fins al final**. Entre una cosa i l'altra hi ha quatre o cinc passos, i en cada un cau gent.

Eixe recorregut es dibuixa com un embut, i la seua lectura és una de les ferramentes més útils de la funció comercial, perquè respon a una pregunta molt concreta: **en quin escaló estem perdent els diners?** La resposta quasi mai és la que un suposa, i determina si cal gastar en publicitat o a arreglar el web.

Les dades d'un mes

ESCALÓ	PERSONES
Visiten el web	40.000
Veuen la fitxa d'un producte	12.000
Afigen alguna cosa al carret	3.000
Inicien el procés de pagament	1.200
Completen la compra	480

Tiquet mitjà: **35 €** per comanda.

Dades construïdes per a esta fitxa amb proporcions habituals en comerç electrònic minorista.

Objectius didàctics

- Calcular taxes de conversió parcials i globals en un embut.
- Representar l'embut i localitzar l'escaló amb la pèrdua més rellevant.
- Distingir la fuga major en nombre de la fuga més cara en marge.
- Comparar dues estratègies pel seu resultat i pel seu cost, no només pel seu resultat.

Passos (sessió de 55 min)

1. **Conversió per escaló (12 min).** Calculeu les quatre taxes parcials i la global.
2. **Dibuixar l'embut (10 min).** Representeu-lo amb barres horitzontals proporcionals. Es veu d'una ullada on s'estreny de colp.
3. **Les dues fuites (8 min).** Identifiqueu l'escaló que perd **més persones** i el que perd **més gent que ja volia comprar**. Argumenteu per què no són el mateix problema.
4. **Estratègia A (10 min).** Mantenint les taxes, quantes comandes ixen si les visites pugen un 25 %? Quant factura la botiga?
5. **Estratègia B (10 min).** Mantenint les visites, quantes comandes ixen si la conversió carret → pagament puja del 40 % al 50 %? Quant factura?
6. **Decisió (5 min).** Amb els dos resultats davant, què recomanaríeu i per què? La resposta ha de parlar de cost.

Preguntes d'anàlisi

- Quina és la conversió global de la botiga? Vos pareix alta o baixa? Busqueu amb què comparar-la abans de jutjar-la.
- Les estratègies A i B donen el mateix nombre de comandes. Per què no costen el mateix? Quina de les dues continua costant diners el mes següent?
- De les 720 persones que abandonen al pagament, quins tres motius concrets se vos ocorren? Per a cada un, proposeu un arranjament.
- Si el tiquet mitjà pujara de 35 a 42 € sense tocar l'embut, quant més facturaria la botiga? Compareu-ho amb les dues estratègies anteriors.
- El primer escaló perd 28.000 persones. És necessàriament un problema? Quina dada necessiteu per a saber-ho?

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Càlcul	Les quatre taxes parcials, la global i els dos escenaris	35 %
Representació	Embut proporcional i llegible	15 %
Diagnòstic	Distingix fuga en volum de fuga en intenció de compra	25 %
Decisió	Recomana amb criteri de cost, no només de resultat	25 %

Variants i extensions

- **Amb suport:** donar les quatre taxes calculades i treballar només els escenaris A i B.
- **Per a qui va sobrat:** calcular quant es pot gastar la botiga com a màxim en publicitat per a portar eixes 10.000 visites extra sense perdre diners. És el cost d'adquisició màxim admissible i és una de les xifres clau del comerç digital.
- **Amb embut propi:** aplicar el mateix esquema a un procés no comercial, com la matrícula en una activitat extraescolar del centre. Els embuts existixen en qualsevol procés amb passos.
- **De cara a la prova:** encara que l'embut no siga matèria literal del temari, obliga a manejar percentatges encadenats, que és exactament el que demanen les preguntes de quota de mercat i de variació de vendes.

Solució orientativa

Per al professorat: passos de la resolució de l'exercici.

- 1. Conversions per escaló.** Visita → fitxa: $12.000/40.000 = 30 \%$. Fitxa → carret: $3.000/12.000 = 25 \%$. Carret → pagament: $1.200/3.000 = 40 \%$. Pagament → compra: $480/1.200 = 40 \%$. Conversió global: $480/40.000 = 1,2 \%$.
- 2. La fuga major en persones.** El primer escaló: es perden 28.000 visitants que ni arriben a mirar un producte. Però molts d'eixos mai van tindre intenció de comprar.
- 3. La fuga més cara.** L'últim tram: de 1.200 persones que comencen a pagar, 720 es cauen. Eixa gent ja havia decidit comprar. És la fuga més barata d'arreglar i la que més marge torna.
- 4. Estratègia A: més visites.** Pujar de 40.000 a 50.000 visites (+25 %) mantenint les taxes dona $50.000 \times 0,30 \times 0,25 \times 0,40 \times 0,40 = 600$ comandes.
- 5. Estratègia B: arreglar el pagament.** Pujar la conversió carret → pagament del 40 % al 50 % amb les mateixes visites dona $40.000 \times 0,30 \times 0,25 \times 0,50 \times 0,40 = 600$ comandes. Idèntic resultat.
- 6. I el cost.** Portar 10.000 visites més costa diners cada mes i per sempre; simplificar el formulari de pagament es fa una vegada. Amb un tiquet mitjà de 35 €, les 120 comandes extra són 4.200 € més al mes en els dos casos.

Material obert de profedeeconomia.es · Llicència Creative Commons BY-NC-SA · Currículum LOMLOE