



# Silvia Serrano

## Conversion Optimization | CRO & UX

Especialista en CRO y UX con 5 años en agencias, optimizando funnels mediante el **análisis del comportamiento del usuario y la experimentación**. Experiencia trabajando con datos, herramientas de research y plataformas de testing **para obtener insights accionables y mejorar métricas de negocio**.

Móvil 679 466 642

[www.linkedin.com/in/serranosilvia](https://www.linkedin.com/in/serranosilvia)

[silviaserrano80@gmail.com](mailto:silviaserrano80@gmail.com)

[www.silviaserrano.com](https://www.silviaserrano.com)

### Experiencia Laboral

#### CRO & UX Specialist

Kinesso (IPG Mediabrand) · Agencia de Medios  
abr. de 2021 – mar. de 2025 (4 años)

**Optimización de conversión y experiencia de usuario mediante proyectos end-to-end y consultoría estratégica para equipos con desarrollo interno.**

- Gestión de experimentos A/B y auditorías UX/CRO con propuestas de mejora.
- Análisis de comportamiento y funnel de usuarios para optimizar flujos y pantallas.
- Coordinación con equipos de desarrollo, marketing y UX.

#### IMPACTO:

- +106% mediante la optimización de titulares basada en la intención del usuario.
- +87% en las conversiones de landing page, además aumento del Quality Score lo que redujo el CPC mediante cambios basados en datos.

#### CRO Analytics / UX

Clickedge · Consultora de Analítica Avanzada  
jul. de 2020 – ene de 2021 (7 meses)

- Analítica web para extraer las métricas principales del funnel de marketing.
- Comprensión del comportamiento del usuario para identificar puntos de fricción.
- Presentación de hipótesis basadas en datos, implementación de tests A/B y análisis de los tests para obtención de insights y presentación de resultados.

#### IMPACTO:

Optimización de propuestas de valor por canal (Paid y Display), logrando un aumento de conversiones del +45 % en Paid Search y +70 % en Display al alinear los mensajes con la intención y etapa del usuario en el funnel.

#### CRO / Product Designer / UX

QDQ media · Agencia de marketing  
oct. de 2019 – mar. de 2020 (6 meses)

Optimizar y mejorar la conversión de las plantillas web de la compañía (CRO) mediante priorización de hipótesis extraídas de analítica digital y necesidades de los usuarios.

#### Otras experiencias:

**Experiencia previa en diseño y dirección de arte**

sep. de 2002 – ene. de 2018

Investigación, análisis, personas, estrategia, diseño, promociones... creatividad, diseño gráfico, web, vídeo....

#### Co-fundadora de Ecommerce

Owner / Product Designer

[www.teocafe.es](https://www.teocafe.es) · Ecommerce  
may. 2012 – jun. 2016

Desarrollé y lancé un proyecto de e-commerce de principio a fin, abarcando investigación de mercado, estrategia, branding, diseño, fotografía, promociones, pricing y logística.

Esta experiencia me dio una comprensión profunda del ecosistema ecommerce. Marcó mi interés y mi orientación profesional hacia la Optimización de la Tasa de Conversión (CRO) y el Análisis de Producto.

### Formación más reciente y relevante

- 2025 - Aprende programación **SQL** (LinkedIn Learning)
- 2025 - **Estadística** para el análisis de datos (LinkedIn Learning)
- 2018 - **Máster UX / UI**. Edit / Redbilly

### Certificaciones

GA4, Hotjar y Contentsquare

### Conocimientos/ Herramientas

- **Analytics:** GA4 (certificada), Adobe Analytics y Looker
- **Testing:** VWO, AB Tasty y conocimientos en Adobe Target
- **UX/UI:** Adobe XD, Figma y Photoshop
- **Research:** Hotjar, Clarity, Contentsquare, entrevistas con usuarios reales...
- **Análisis de mercado:** Semrush, SimilarWeb, Google Trends
- **Técnico:** Básico en GTM, HTML/CSS/Javascript y SQL (in progress).

### Soft Skills

Adaptabilidad  
Trabajo en equipo  
Positividad  
Curiosidad

### Idiomas

Español (Nativo)  
Inglés (B1-B2)

