



AUMENTA LA CONVERSIÓN

REDUCE EL ABANDONO DE LOS CARROS DE LA COMPRA

¿Por qué los compradores cambian de opinión?



Al **31%**¹

le preocupa los gastos de envío



PayPal puede reembolsar a tus clientes los gastos de envío de las devoluciones



El **21%**¹

decide comprar en una tienda física



Ofrece imágenes y descripciones de los productos



El **21%**¹

perdió interés durante el proceso de compra



Optimiza y simplifica el diseño de tu página

¿Cuál es la mejor estrategia?

Como cada comprador es único, tendrás que probar lo que mejor funciona para **tus** clientes en **tu** sitio web.



FOTO DEL PRODUCTO

¿Solo el producto o el producto en contexto?



TEXTO

¿Opinión, reseña o descripción editorial?

€5



PRECIO

¿Simple o promocional?

¡Realiza pruebas!



vs.



Prueba cada cambio y analiza cuál se traduce en más ventas.

No pierdas a tus clientes en el último paso.



En PayPal, probamos constantemente nuestros productos y procesos para poder optimizarlos. Así, conseguimos que el proceso de pago sea lo más sencillo y rápido posible para **evitar que tus clientes abandonen la compra justo al final.**

¹ fuente: comScore (marzo de 2015)