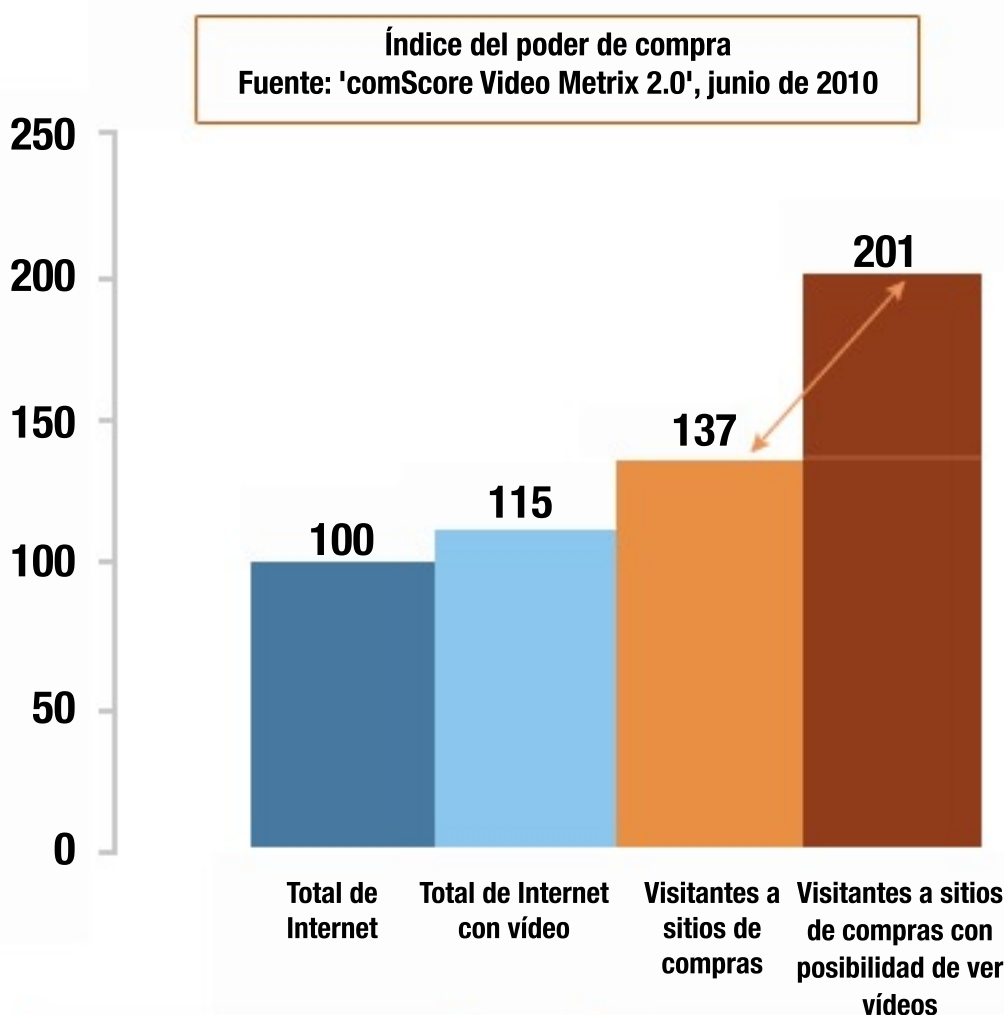


Conversiones en ventas gracias al vídeo

Las estadísticas citadas por Bing indican que quienes visitan una web en la que hay texto y vídeo y no únicamente texto son capaces de procesar la información un 30% más rápidamente. Además, el 65% de los seres humanos aprendemos preferentemente en base a estímulos visuales; de hecho, somos más proclives a diseccionar la información que vemos visualmente y a aprender de ella. La gran mayoría de sitios web dedicados al comercio electrónico, y muy especialmente aquellas tiendas que venden online ropa o artículos destinados a cubrir determinadas preferencias personales y emocionales, suelen disponer de excelentes elementos visuales.

Evidentemente, no cabe duda de que el vídeo en Internet puede constituir una potente herramienta que ayude a la conversión. De hecho, un estudio publicado por comScore revela que en aquellos comercios online en los que se empleó el vídeo, los visitantes eran un 64% más proclives a adquirir productos en comparación con aquellos que no lo tenían. Además, los usuarios permanecían en el sitio una media de 2 minutos más.



Los visitantes de comercios online que disponen de vídeo son un 64% más proclives a realizar compras.

Quienes visitan una tienda online que ofrece vídeos suelen permanecer unos dos minutos más en el sitio web en cada visita.