

ProSEOX revela las principales técnicas de CRO para la mejora de conversión en páginas web

Según ProSEOX, expertos en UX y CRO, para conseguir los objetivos de una web, todo diseño debe centrarse no solo en defender la propuesta de valor de la empresa, sino también en disipar los miedos y dudas de los usuarios y clientes potenciales, respecto a los productos y servicios que se ofrecen

El miedo, la incertidumbre y las dudas de los usuarios son en realidad una estrategia de marketing negativo bien conocida, llamada por sus siglas en internet FUD (Fear, Uncertainty & Doubt), según comentan desde ProSEOX. En CRO se utilizan estos términos como problemas a resolver para eliminar barreras hasta la conversión y aumentar las ventas de una página web.

ProSEOX, expertos en UX y CRO, en asociación con la empresa de Posicionamiento Web, RubénSantaella.es, enumeran algunos de los principios generales del diseño que se deben tener en cuenta a la hora de crear una página web, si se quiere optimizar las conversiones finales:

Regla del 80 /20

También conocida como principio de Pareto, esta regla afirma que el 80% de los efectos que se generan en un sistema, dependen del 20% de las variables. Hay que determinar cuál es ese 20% de elementos de gran importancia dentro de la web, que influyen en el 80% del producto.

La estética y la facilidad de uso

Aunque no es una causa-efecto, los diseños estéticamente atractivos, parecen más sencillos de utilizar.

La ley de Hick-Hyman

Esta ley afirma que el tiempo que un usuario de la web invierte en tomar una decisión es directamente proporcional al número de opciones que se le presenta. Es decir, un número de opciones bajo, hará que los clientes potenciales tomen sus decisiones más rápidamente.

Principio de escasez

Todo un clásico. La 'escasez' de un producto hace que este resulte más atractivo, percibiendo esta escasez como un atributo de calidad. Hay muchas formas de transmitir esta escasez a los clientes potenciales: mediante una información exclusiva, ofreciendo un tiempo o número limitado, dando una sensación de inmediatez, etc.

El efecto Veblen

Esta técnica es realmente curiosa, pero efectiva. Se basa en la idea de encontrar un producto irresistible debido a su elevado precio. Un producto o servicio con un precio elevado, ofrece una apariencia de lujo o exclusividad.

De todas formas cada modelo de negocio es único y no todas las reglas sirven para todos los negocios. Lo recomendable es poner en manos de un experto en diseño de páginas web, SEO y CRO, para sacar el máximo rendimiento a un negocio digital.

Datos de contacto y pedidos

ProSEOX — Expertos en UX y CRO " <https://proseox.es/>

RubénSantaella.es — Posicionamiento web y diseño de páginas " <https://www.rubensantaella.es/>

Tlf.: 901 88 80 31 " Tlf.: 951 56 20 99

info@rubensantaella.es

Datos de contacto:

Rubén Santaella (RubénSantaealla.es)

Diseño y posicionamiento de páginas web

615 33 69 60

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>