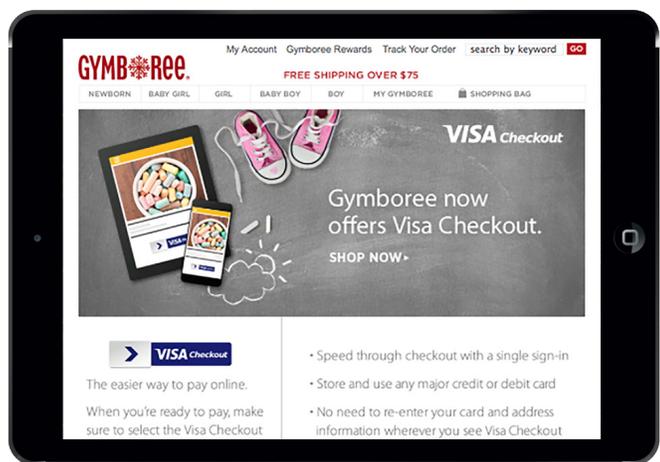


Visa Checkout Impulsa la Adquisición de Clientes



GYMBOREE

“Visa Checkout atrajo y ayudó a convertir valiosos nuevos clientes durante la siempre competitiva temporada de vacaciones.”

— Jeff Reichelderfer, Sr. Director de Mercadeo

...Y Visa Checkout también entregó resultados sólidos posteriores a la promoción

3X de aumento de la participación de Visa Checkout en el total de transacciones comparado con el período antes de la promoción²

Además, Visa Checkout está impulsando la constante atracción de clientes para Gymboree

43% de los clientes, en promedio, usando Visa Checkout se han convertido en nuevos clientes para Gymboree³

35% de los nuevos clientes de Gymboree utilizando Visa Checkout fueron adquiridos durante un período no promocional⁴

Gymboree implementó Visa Checkout con el objetivo de aumentar transacciones, así como su base de clientes.

“Elegimos Visa Checkout porque queremos que nuestros clientes puedan procesar el pago rápida y fácilmente en sus dispositivos de preferencia.”

— Jeff Reichelderfer, Sr. Director de Mercadeo

Visa Checkout aportó un porcentaje significativo de transacciones para Gymboree durante los períodos promocionales...

48% de aumento promedio en las transacciones diarias durante las promociones Visa Checkout en comparación con períodos¹ no promocionales

Pónte en contacto con tu representante de cuentas de Visa para saber cómo Visa Checkout puede ayudar a impulsar las ventas, aumentar el gasto en compras y mejorar la lealtad.

VISA donde
quieras estar

¹ Data de Gymboree. Período promocionales: 11/17–21/14, 12/12–14/14, and 12/17–21/14. Períodos sin promociones son todas las otras fechas durante el período de 27/10/14 (lanzamiento de Visa Checkout en Gymboree) hasta 10/03/15.

² Data de Gymboree. Basado en una comparación de transacciones de Visa Checkout durante el período pos-promocional 22/11/14–11/12/14 versus el período pre-promocional 27/10/14–16/11/14.

³ Data de Gymboree del período 10/27/14–3/10/15.

⁴ Basado en la diferencia entre clientes adquiridos durante períodos promocionales versus períodos no promocionales.