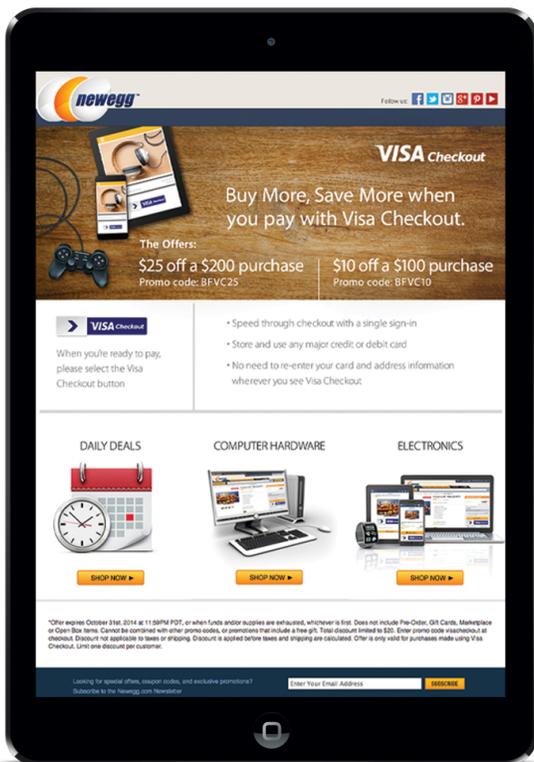


El Aumento de la Conversión Lleva a Mayores Ventas



“Cuando se trata de soluciones de pago, Visa Checkout ha demostrado ser un gran socio. El apoyo que hemos recibido ha sido de otro mundo y la solución ejemplifica como los pagos deben ser - fáciles, rápidos y seguros. Esta colaboración es realmente una de nuestras asociaciones más fuertes, donde Visa Checkout logró nuestro Premio Eggie 'Socio de Pago del Año' en CES 2015.”

– Soren Mills, CMO

Las promociones de Visa Checkout han producido hasta un 350% de aumento en ventas en comparación con otras promociones

- La conversión de clientes con Visa Checkout fue **190%** mayor que la conversión total para soluciones alternativas de pago en Q4 2014.²
- Desde el lanzamiento de Visa Checkout en julio de 2014, **25%** de los usuarios de Visa Checkout en Newegg.com son nuevos clientes registrados a Newegg.³
- Los valores promedios de ordenes Visa Checkout eran **45%** más altos que para soluciones alternativas de pago en Q4 2014.⁴

“Nuestros clientes reaccionan con entusiasmo a las promociones en el sitio que corremos con Visa Checkout. Desde la implementación, las promociones con Visa Checkout han producido hasta un **350%** de aumento en ventas en comparación con otras promociones.”

– Soren Mills, CMO

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.

El pago simplificado es crítico para la base digital de Newegg

- La conversión eCommerce disminuye a medida que la pantalla del dispositivo es más pequeña (conversión del 55% en tableta y del 37% en teléfono inteligente)¹, por lo que el pago simplificado es importante para los comercios como Newegg.
- Visa Checkout agiliza la experiencia de pago del cliente Newegg a través de dispositivos ayudando a impulsar las ventas.

“El desempeño de Visa Checkout ha sido consistentemente impresionante. Está claro, Visa Checkout se está convirtiendo en la elección de preferencia para nuestros clientes.”

– Soren Mills, CMO

¹ eMarketer, Shopping Cart Abandonment: How Retailers are Using the Metric to Drive Better Data

² de Newegg del periodo de Oct.–Dic. 2014. Nota: conversiones definidas como número de clientes completando compras como un porcentaje de clientes que comienzan el proceso de checkout.

³ Data de Newegg del periodo de Jul. 16- Dic. 31, 2014.

⁴ Data de Newegg del periodo Oct.–Dic. 2014.