

CRO

Posted on 18. septiembre 2025 by Tomás

El término **CRO (Optimización de la Tasa de Conversión)** significa mejorar la **proporción de visitantes de un sitio web que realizan la acción deseada**.

Esto puede ser, por ejemplo:

- completar una **compra en una tienda online**,
- rellenar un **formulario**,
- suscribirse a un **boletín informativo**.

La **tasa de conversión** indica cuántos **visitantes actúan realmente**.

Ejemplo: una **tienda online recibe 1.000 visitantes al día**. Si **20 de ellos realizan una compra**, la tasa de conversión es del **2 %**.

El **CRO** analiza con detalle en qué puntos **los visitantes abandonan o dudan** y mejora esos aspectos. Medidas típicas son:

- **botones claros y llamativos** para hacer clic ("Comprar ahora" o "Registrarse"),
- mayor **velocidad de carga** de la página,
- **formularios más cortos y sencillos**,
- **pruebas de diferentes variantes** (por ejemplo, dos versiones de una misma página),
- **generar confianza** con **sellos de calidad**, **reseñas de clientes** o **políticas de devolución transparentes**.

La gran ventaja del CRO: permite sacar más partido a los **visitantes** existentes **sin gastar más dinero en publicidad**. Incluso **pequeñas mejoras** pueden lograr que más **visitantes** se conviertan en clientes reales y que **aumente la facturación**.