

# Anatomía de una buena página web

El **DOMINIO** debe ser fácil de recordar, con el nombre de la marca y la extensión apropiada. En España, los usuarios utilizan **.COM 20 veces más** que **.NET** o **.ORG**

Las **IMÁGENES** atractivas y de calidad atraen un **63%** más de potenciales clientes.

El **89.6%** de los consumidores hacen una búsqueda online antes de comprar un producto o contratar un servicio. El **CONTENIDO** de la web debe estar orientado a mejorar el posicionamiento orgánico en buscadores.

Las **OFERTAS Y PROMOCIONES** incentivan la decisión de compra en un **18%**

La **INTERACCIÓN** de los usuarios con las marcas anima en la decisión de compra a un **65%** de los consumidores.

Es imprescindible que la web tenga un **DISEÑO RESPONSIVE**. Hasta el **72%** de los españoles navega en internet a través de smartphones u otros dispositivos móviles.



El **74%** de los internautas considera muy importante que el **"CONTACTO"** sea visible y fácil de usar.

El posicionamiento en buscadores valora positivamente las páginas que aportan **INFORMACIÓN ACTUAL** y reciente a los usuarios. Al menos un **67%** de los internautas busca temas de actualidad y originales en la red.

La **GEOLOCALIZACIÓN** de los establecimientos físicos favorece la compra a un **75%** de los usuarios de la web.

El **35%** de los consumidores afirma sentirse influenciados por las opiniones que encuentran en **BLOGS Y FOROS**



Contar con un buen **ALOJAMIENTO** es importante. Los servidores influyen en el rendimiento, tiempos de carga y capacidad de almacenamiento de una web.



La **TECNOLOGÍA** marca la diferencia. Medio segundo de espera en la carga de una página supone perder un **20%** del tráfico.



El **66%** de los españoles considera imprescindible **MEDIR LOS RESULTADOS** de las estrategias de marketing online para la toma de decisiones.