

Cómo afectan los colores en la venta online

Kissmetrics realizó una interesante infografía acerca del color y la conducta de compra de los usuarios en Internet. Esta infografía se encuentra en inglés y busca que tomemos precaución a la hora de elegir los colores para las aplicaciones en Internet como sitios Web, mailings, y otras piezas que desarrollemos.

Vender es el arte de la persuasión y para ello es necesario conocer los diferentes factores que influyen en cómo y qué compran los consumidores. Muchas de las compras se deciden por señales visuales, sobre todo el color, que es la más fuerte y la más persuasiva de estas señales. A la hora de lanzar nuevo producto hay que tener en cuenta que los consumidores se fijan más en la apariencia visual y el color por encima de otros factores como el sonido, el olor o la textura. Kissmetrics ha lanzado algunos datos que revelan cómo afectan los colores a los consumidores cuando deciden sus compras.

A la hora de realizar una compra, los consumidores se sienten más atraídos por la apariencia visual en un 93%, frente a un 6% que se fija en la textura y un 1% en el olor. Además, el 85% de los compradores afirma que el color del producto es la razón principal por la que deciden adquirirlo. Por otro lado, hay que tener en cuenta que el color puede ayudar a identificar una marca. De hecho, el color aumenta este reconocimiento de la marca en un 80%, algo que se relaciona directamente con la confianza de los clientes hacia la marca.

Cuando se diseña un producto, también es esencial tener en cuenta el color que se va a utilizar y qué apelaciones puede tener para el consumidor. Aunque según el país y la cultura unos colores pueden resultar más atractivos que otros, éstos son los significados que se suelen relacionar con los distintos colores:

- **Amarillo:** optimismo y juventud. Se utiliza a menudo para llamar la atención en los escaparates.
- **Rojo:** energía. Aumenta la frecuencia cardíaca. Se utiliza en las ventas de liquidación.
- **Azul:** da sensación de confianza y seguridad. Se ve a menudo en bancos o empresas.
- **Verde:** es el color que los ojos procesan con más facilidad y se asocia con la salud. Se utiliza para dar sensación de relax en las tiendas.
- **Naranja:** es un color agresivo que se utiliza para llamar la atención.
- **Rosa:** romántico y femenino. Se utiliza para productos dirigidos a mujeres y niñas.
- **Negro:** color fuerte y elegante que se utiliza habitualmente para productos de lujo.
- **Morado:** da una sensación de tranquilidad y calma. Se utiliza mucho en productos de belleza y anti-edad.

Es importante también tener en cuenta que cada color puede atraer a un tipo de consumidor específico y también cambiar el comportamiento a la hora de hacer compras. El rojo anaranjado, negro y el azul llaman más la atención de los compradores impulsivos; además funcionan mejor en escenarios como restaurantes de comida rápida, centros comerciales y ofertas de liquidación.

El azul marino y el verde azulado atraen más a los compradores con un presupuesto establecido y en lugares como bancos o grandes almacenes. Finalmente, los colores que mejor funcionan en las tiendas de ropa son el rosa, el azul cielo y el rosado, que atraen sobre todo a los compradores tradicionales.

Pero además de la influencia que puedan tener los colores a la hora de realizar una compra, también hay otros factores importantes a tener en cuenta, sobre todo en cuanto a las ventas online:

- **El diseño general:** en las ventas online es muy importante el diseño general de la página web. Un 42% de los compradores afirma que basa su opinión sobre una página web en el diseño general y un 52% no volvería a comprar en una página cuya estética no estuviese bien cuidada.
- **El tiempo:** muchos compradores utilizan la compra online por la velocidad, la eficiencia y la comodidad, por lo que si tu web es más lenta que la competencia, esto podría suponer grandes pérdidas en ventas. Un 64% de los compradores no compra algún artículo simplemente porque la página funciona demasiado lenta. Amazon.com, además, descubrió que por cada milisegundo que tarda en cargar la página, las ventas caían un 1%.
- **El poder de las palabras:** los vendedores tienen que saber utilizar las palabras adecuadas para evocar emociones en los consumidores, y esto puede suponer que un cliente decida comprar un artículo en una u otra tienda. El 52% de los compradores es más propenso a entrar en una tienda online si hay un símbolo de compra en la ventana. Además, si la palabra “garantizado” aparece asociada a un producto, el 60% de los consumidores es más propenso a comprarlo.

Referencias

1. How do colors affect purchases? <http://blog.kissmetrics.com/color-psychology/>. Accedido 11 Mayo 2011.
2. Cómo afectan los colores en las ventas <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/marketing-directo/como-afectan-los-colores-en-las-ventas/>. Accedido 11 Mayo 2011.