Chequeo rápido de tu ficha: informe de ejemplo

Informe de ejemplo. Ficha inventada; la comparación con los más vendidos de hoy es real. El chequeo es gratis.

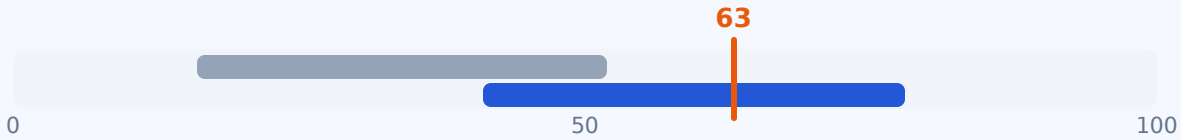
Resultado del chequeo

Tu ficha tiene 2 de los 3 rasgos que más se repiten entre los más vendidos de cremas hidratantes faciales en Amazon España. Te faltan: Descripción de más de unos 1.000 caracteres. Añádelos solo si son verdad de tu producto.

63/100

Índice Wintraits Scan

Tu ficha está en la zona de los más vendidos.



Más vendidos **41-78** Resto **16-52**

Con 8 de los 14 rasgos que distinguen a los más vendidos (los que se pueden leer de tu ficha). Las franjas son la mitad central de cada grupo, calculada fuera de muestra.

▸ **Qué es el Índice Wintraits Scan y cómo se lee**



2/8
rasgos de los más vendidos que tienes

1
te faltan y se pueden añadir

5
tienes que comprobarlos tú

+37
puntos de Índice Wintraits Scan por ganar

Lo tienes · No lo tienes · Compruébalo tú

Muestra: 118 más vendidos frente a 198 del resto de la categoría, datos del 5-nov-2026. «Compruébalo tú»: rasgos que no podemos leer de lo que has pegado.

De dónde sale tu Índice Wintraits Scan

Tus rasgos suman 58 de 100 puntos; los que te faltan, 42. La ficha más completa de los más vendidos de hoy suma 93: ese es el 100 del índice, así que tus 58 puntos son un 63. Cada rasgo vale más cuanto más separa a los más vendidos del resto, y cuenta más lo que tienen los primeros en ventas. Los que te faltan son lo que podrías ganar, si son verdad de tu producto.



Más de 7 imágenes	**27 de 29 pt**
Promete un resultado con cifras (días, semanas o %)	**15 pt**
Tiene 5 viñetas o más	**14 pt**
Indica en el título la cantidad o el tamaño (ml, g, unidades...)	**2 pt**
Descripción de más de unos 1.000 caracteres	**+20 pt**
Se vende en pack, lote o kit	**+7 pt**
Sus viñetas empiezan con un encabezado	**+7 pt**
Cita un estudio o un ensayo clínico	**+5 pt**

En imágenes y en el largo del título y de la descripción, la mitad de los puntos es por pasar el corte y la otra mitad según dónde quedas entre los más vendidos.

No cuentan, porque no se leen de lo que has pegado: Menciona la barrera cutánea, Nombra ceramidas o ácido hialurónico en el texto, Dice que se puede usar bajo el maquillaje o como base, Se presenta como complemento de otro producto o tratamiento, Viñetas con un encabezado antes de dos puntos, El título empieza por la marca.

Lo que suelen tener los más vendidos

Más de 7 imágenes
61 % de los más vendidos · 22 % del resto
Lo tienes

Descripción de más de unos 1.000 caracteres
69 % de los más vendidos · 39 % del resto
No lo tienes

Promete un resultado con cifras (días, semanas o %)
48 % de los más vendidos · 25 % del resto
Lo tienes

Nombra ceramidas o ácido hialurónico en el texto
45 % de los más vendidos · 22 % del resto
Compruébalo tú

Menciona la barrera cutánea
31 % de los más vendidos · 13 % del resto
Compruébalo tú

Viñetas con un encabezado antes de dos puntos
47 % de los más vendidos · 30 % del resto
Compruébalo tú

Dice que se puede usar bajo el maquillaje o como base
16 % de los más vendidos · 3 % del resto
Compruébalo tú

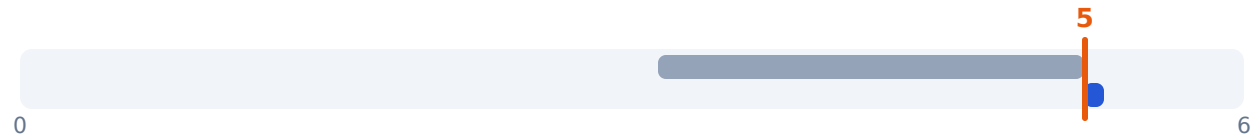
Se presenta como complemento de otro producto o tratamiento
19 % de los más vendidos · 8 % del resto
Compruébalo tú

En cifras

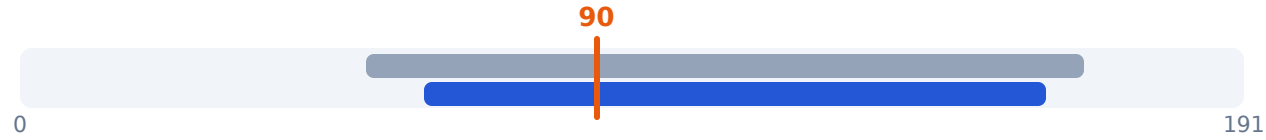
Imágenes



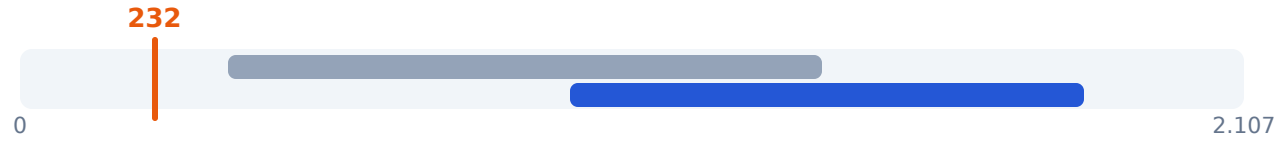
Viñetas



Caracteres del título



Caracteres de la descripción



Precio



DATO	TU FICHA	MÁS VENDIDOS	RESTO
Imágenes	**9**	8 (6-9)	6 (2-7)
Viñetas	**5**	5 (5)	5 (3-5)
Caracteres del título	**90**	72 (63-160)	82 (54-166)
Caracteres de la descripción	**232**	1.392 (948-1.832)	806 (358-1.379)
Precio	**19,90 €**	17,81 € (13,02 €-22,19 €)	23,90 € (15,99 €-35,99 €)

Mediana de cada grupo y, entre paréntesis, la mitad central (del 25 % al 75 % de las fichas). Una descripción vacía no cuenta: suele ser contenido A+, que no podemos leer.

Lo que es menos frecuente entre los más vendidos

Las viñetas solo repiten marca, categoría o eslóganes sin información

13 % de los más vendidos · 38 % del resto

Compruébalo tú

▶ **Lo que depende de la tienda (4)**

«Más vendidos hoy» mezcla productos veteranos y nuevos: describe cómo son hoy los que más venden, no qué hace triunfar a un lanzamiento. Es correlación, no causalidad, y no se ha comprobado con productos nuevos.