



¿Cómo vender con éxito por Internet?

Datos, consejos, pautas y técnicas para aumentar ingresos online



Carlos Aparicio
Director comercial



www.mabisy.com



@mabisy | @carlosenlanube



carlos@mabisy.com



646 266 698

Programa:

- Situación actual e-commerce en España
- ¿Porque algunas tiendas venden y otras no?
- ¿Qué valor tengo como empresa al ser fabricante o distribuidor de producto diferencial?
- Ventajas de disponer de una tienda online
- Acciones y canales de venta para llegar a más clientes
- Casos de éxito empresas de la zona facturando de 0 a más de 1 millón de euros

Situación actual E-commerce en España

El ecommerce supera en España los 10.000 millones de euros en el tercer trimestre de 2018, casi un 30% más que el año anterior

8 ABRIL, 2019

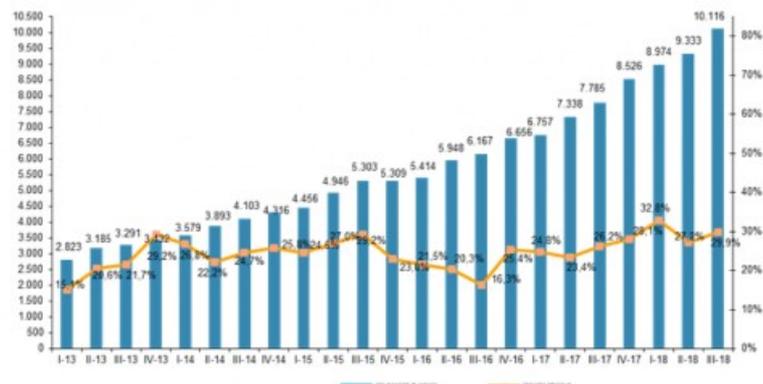
0



Por: Álvaro Gutiérrez

La facturación del comercio electrónico en España ha aumentado en el tercer trimestre de 2018 un 29,9% interanual hasta alcanzar los **10.116 millones de euros**, según los últimos datos de comercio electrónico disponibles en el [portal CNMCData](#).

Evolución trimestral del volumen de negocio del comercio electrónico y variación interanual (€millones y porcentaje)



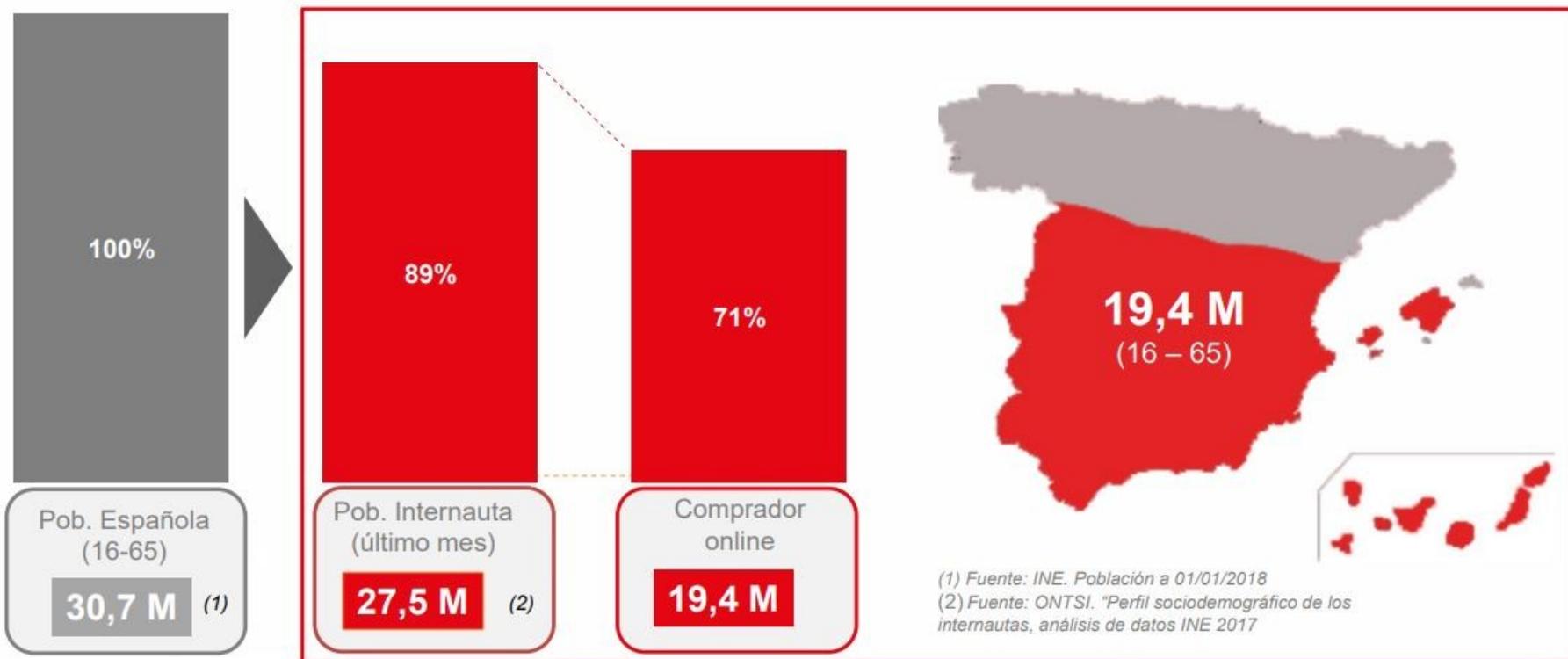


7 de cada 10 internautas compran online

Lo que supone cerca de 19,4 millones de españoles de entre 16 y 65 años.

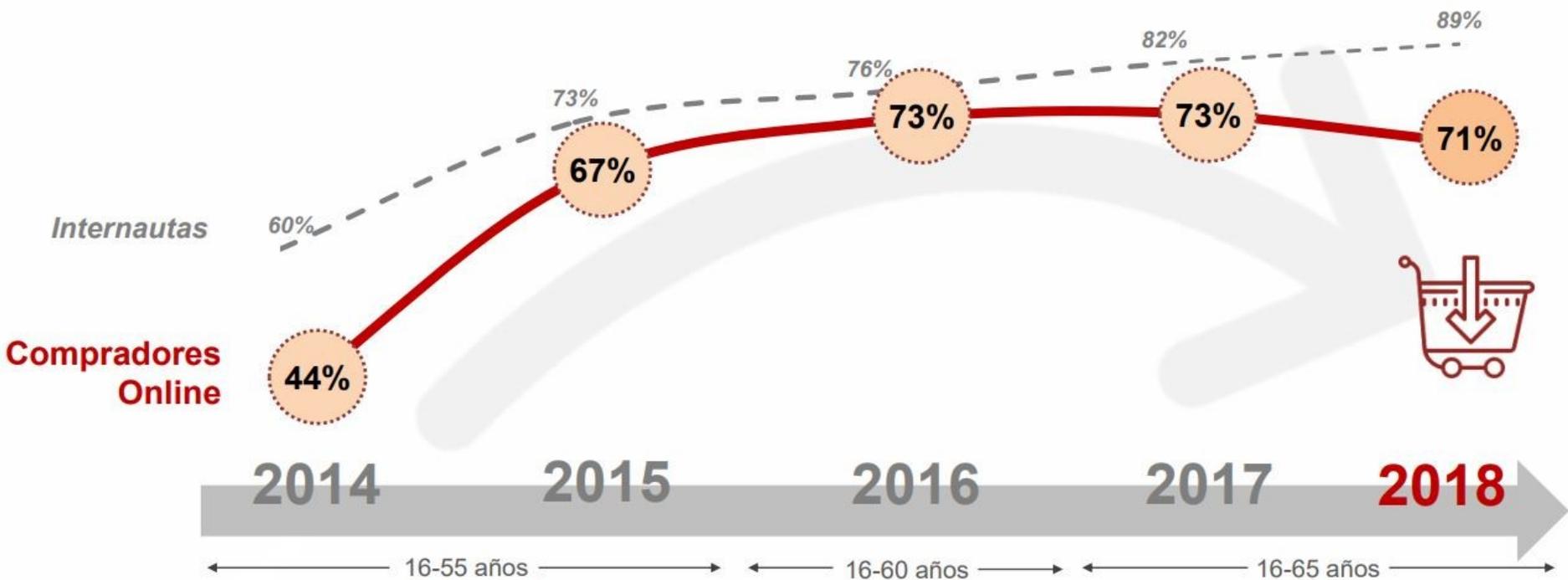
La generación Z (16-23 años) es la menos intensiva: solo 1 de cada 2 individuos de este perfil, compra online.

- Del total de población internauta española de 16-65 años (27,5 millones) un 71% declara comprar online, lo que supone un total de 19,4 millones de españoles.



(*) En estudios anteriores a 2017, los resultados hacían referencia a una población de 16-55 y 16-60 años, y en los dos últimos estudios la muestra es de 16 a 65 años.

Comparativa compradores online



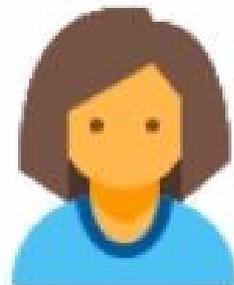
¿QUIEN COMPRA MÁS?



¿HOMBRES?

¿MUJERES?

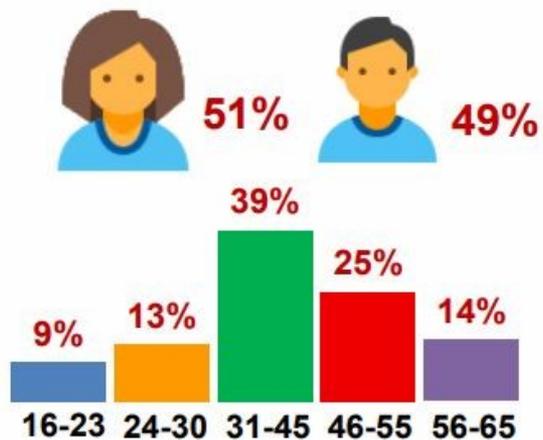
Casi lo mismo...



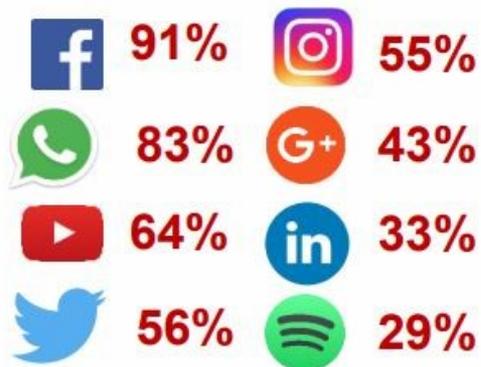
51%



49%



← 41 años en promedio →



← Activo en RRSS (83%) →



3 personas en el hogar



58% tiene estudios universitarios

▲ +17pp



59% tiene hijos

(La mayoría de 6 a 12 años)



75% trabaja actualmente

▲ +11pp

Para conectarse a internet usa...



94% ordenador

▼ -3pp



93% Smartphone

▲ +2pp



49% Tablet

▼ -17pp

▲ ▼ vs. 2017

Base: Compradores eCommerces: 659



En promedio se compra online 3 veces al mes, con un gasto de 77€

Son datos estables respecto a los 2 años anteriores.

La conveniencia, las ofertas y variedad de productos, y el precio son los principales drivers de la compra online.

Los más intensivos: de 24 a 30 años (6%)



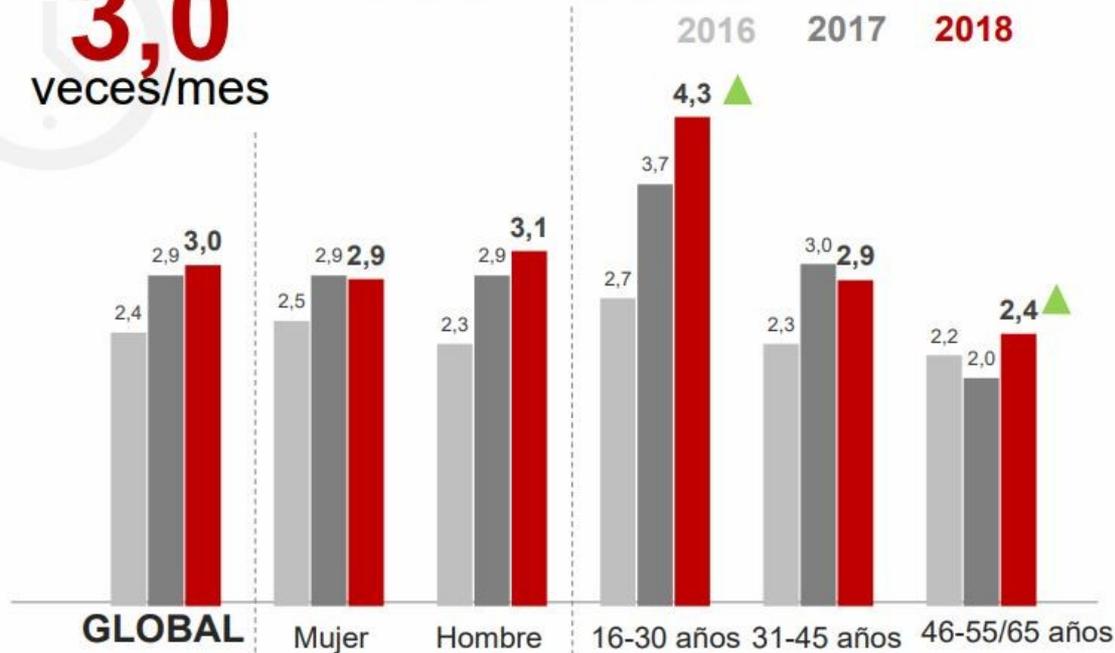
Los que menos compran: de 46 a 55 años (24%) y de 56 a 65 años (31%)

Compran

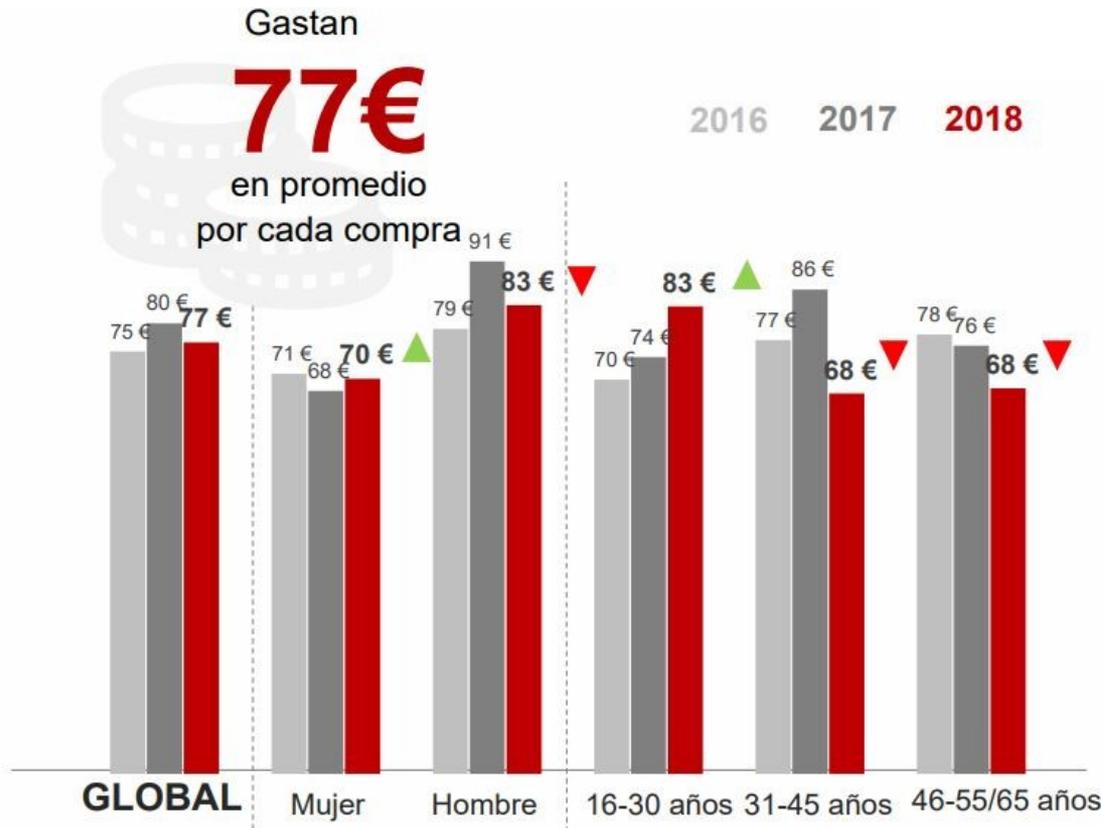
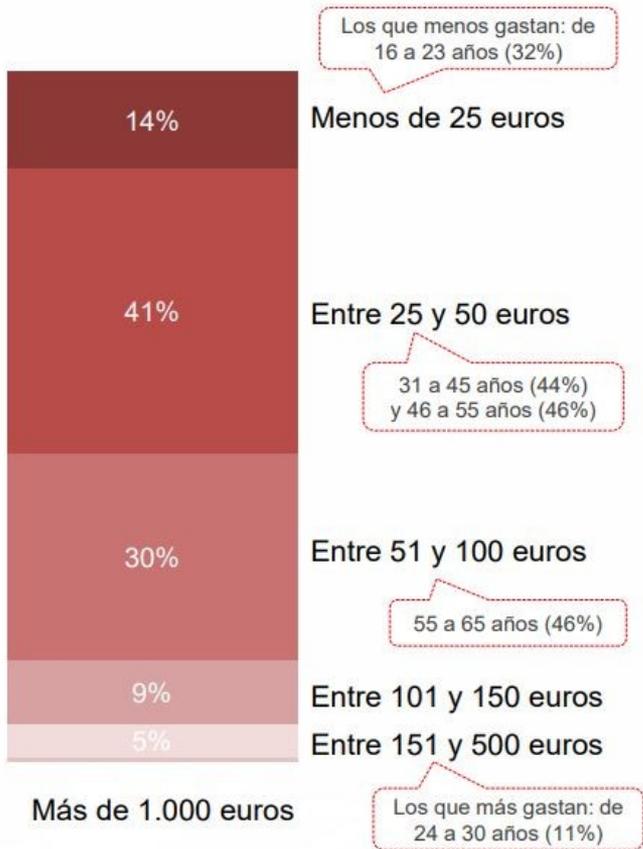
3,0 veces/mes

60%

esperan a determinados momentos (como por ejemplo a tener cupones de descuento o al Black Friday) para comprar online



- En declarativo se compra 3 veces al mes (valores muy similares a los de 2017). El incremento viene provocado especialmente por los perfiles más jóvenes (16-30 años) y, en segunda instancia, los mayores.



- El ticket promedio se mantiene cercano a los 80€. Se experimenta un incremento del gasto en el perfil de 16-30 años.

Dif. Sig
▲ ▼ vs. 2017
 Base Compradores eCommerce: 968

* ¿Cuánto sueles gastar cada vez que compras por internet?

En esta edición la conveniencia y la oferta siguen por delante del precio; son resultados muy parecidos a los de 2017.



*T2B: Totalmente / Algo de acuerdo

Indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes frases. Realizo compras por internet...

□ Dif. Sig ▲ ▼ vs. 2017

Base Compradores eCommerce: 968



El ordenador sigue siendo el principal dispositivo para comprar online, aunque el Smartphone sigue creciendo

En general, se usa más de un dispositivo para comprar online.

Los no compradores a través del Smartphone son más senior y menos intensivos en la compra.

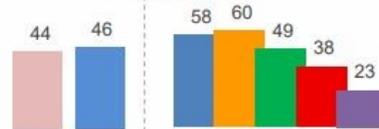
Ordenador

87% ▼ -8pp



Smartphone

45% ▲ +8pp



Mujeres
Hombres

16-23 años
24-30 años
31-45 años
46-55 años
56-65 años

XX% Dif. Sig

▲ vs. 2017

Base Compradores eCommerce: 968

- El ordenador pierde peso respecto a la edición anterior en cuanto a dispositivo usado para comprar online (aunque sigue siendo el preferido).
- Un 45% declara hacer compras a través del Smartphone (+8pp vs. 2017).

Tablet

17% ▼ -3pp



Smart TV y consola

6%



¿A través de qué dispositivos realizas compras online?

¿Por qué compra online habiendo tienda física?



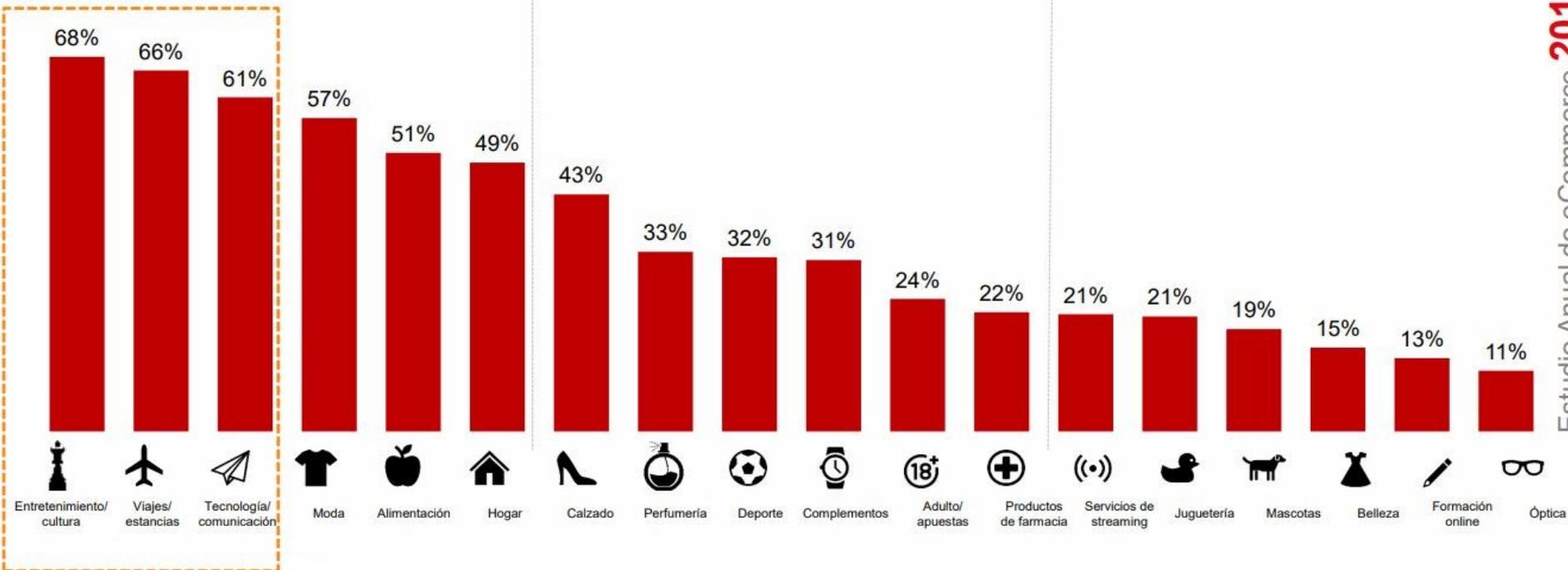
Base compra online existiendo offline: 655

- Los compradores online siguen adquiriendo, en mayor proporción, productos físicos y servicios.
- El contenido digital ha frenado su crecimiento en el último año.



- **Productos físicos** (p.ej.: ropa, libros, muebles, etc.)
- **Servicios** (p.ej.: billetes de viaje, estancias, restaurantes, peluquería, telefonía e internet, etc.)
- **Contenido digital** (p.ej. software, juegos online, películas/ series, música, prensa, etc.)
- **Productos para móvil o Tablet** (aplicaciones móvil...)

- Entretenimiento y cultura, viajes y estancias, y tecnología y comunicación son las categorías de productos que más se han comprado en el último año.



Estudio Anual de eCommerce 2018

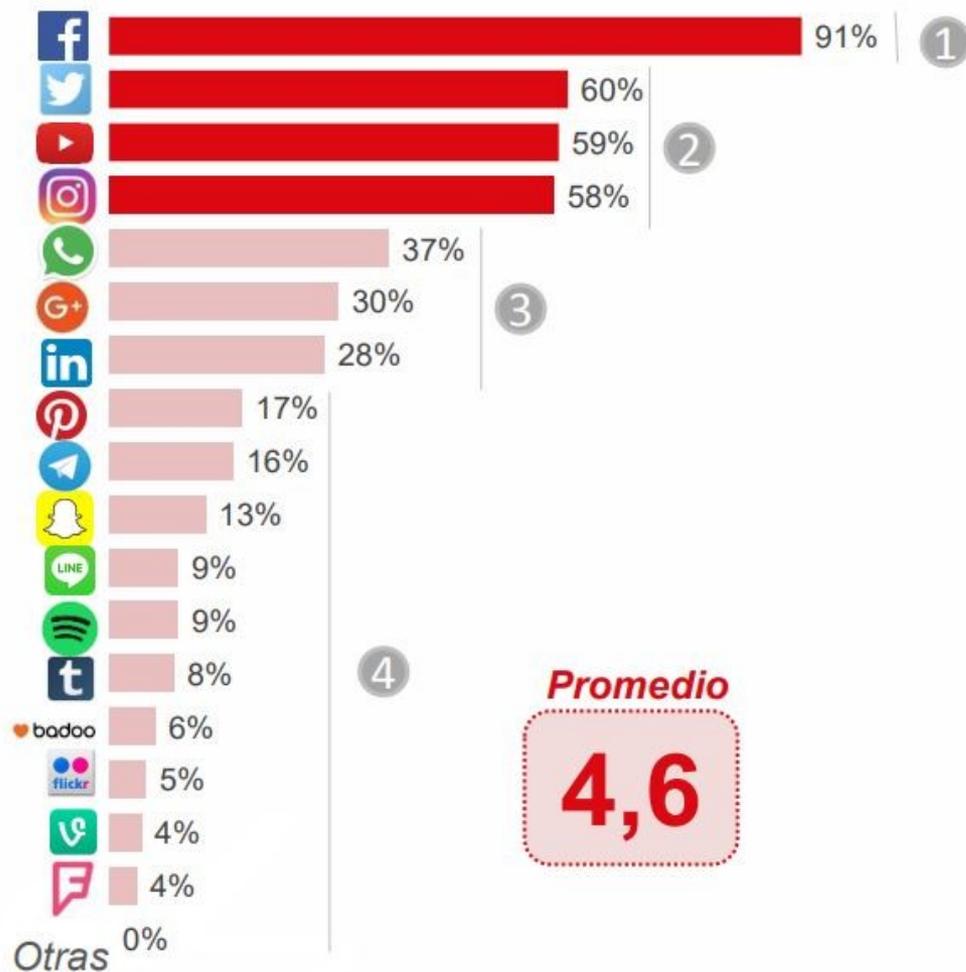
¿QUE VALORAN MÁS A LA HORA DE COMPRAR?



- Los profesionales consideran que los precios competitivos son lo más importante de un eCommerce.
- Ofrecer un buen servicio al cliente y calidad en los productos son los siguientes aspectos relevantes.

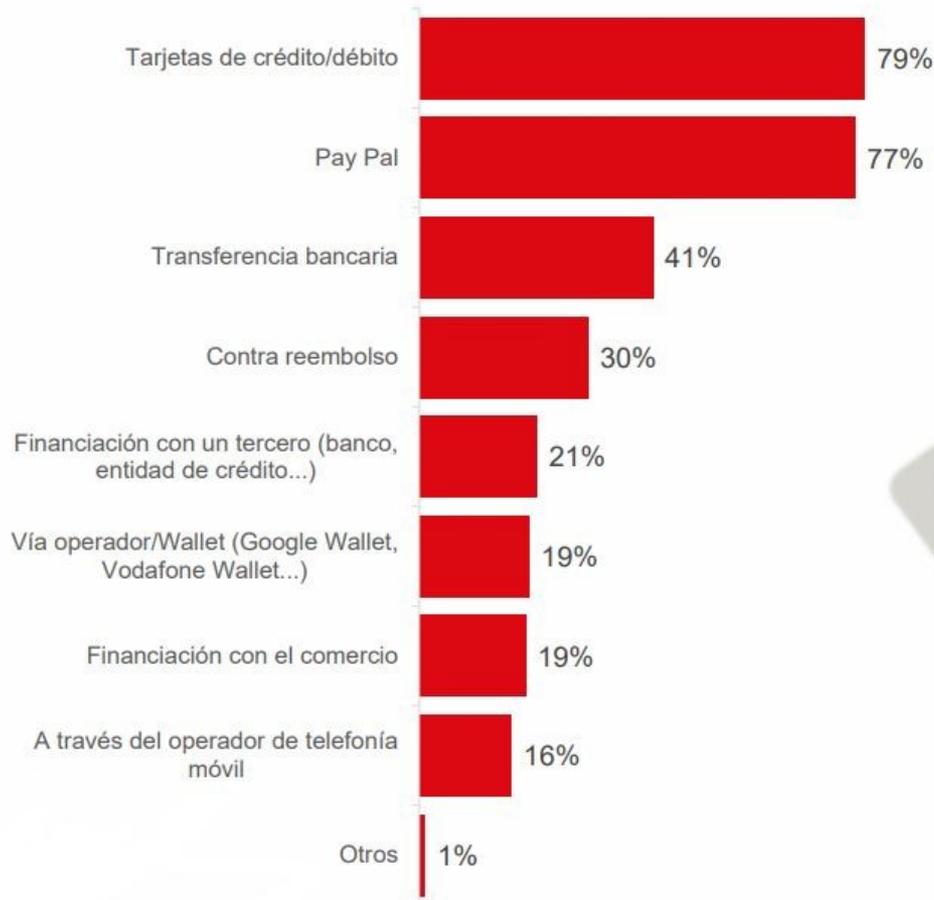
Base Profesionales eCommerce: 288

Redes sociales que más se utilizan para marketing



- Las redes sociales más usadas a nivel comercial son Facebook (como gran player), seguida de Twitter, YouTube e Instagram, con porcentajes muy parecidos.

Formas de pago más utilizadas



- Los métodos de pago más usados son la tarjeta de crédito y Pay Pal, con pesos muy similares.



Es vital estar al día
la tecnología cambia...

Aprobado el primer dron para envíos de paquetería

11 ABRIL, 2019

0



Por: Laura Quelle

Parece que el envío por dron es una realidad que esta cada vez más cerca. **El regulador australiano de aviación aprobó ayer el dron de Project Wing** para que realice entregas como avión no tripulado en el norte de Canberra.

Project Wing es la filial de la **empresa matriz de Google**. La compañía ha estado probando la entrega local de alimentos, bebidas y medicamentos mediante aviones no tripulados. La Autoridad de Seguridad de la Aviación Civil ha estado **meses evaluando la seguridad de los drones** y finalmente le ha otorgado el permiso.

"Hemos pasado por la evaluación de seguridad que hicimos para la operación en Bonython. Ahora lo hemos hecho para Mitchell y los suburbios circundantes. Emitiremos los permisos apropiados para que estos sigan adelante", explicó hace unos días **el portavoz de CASA, Peter Gibson, al medio local ABC Radio Canberra.**

Tras un año de prueba en **Boynthon** se dio el salto a **Canberra**, donde ya se han realizado miles de envíos sin incidentes. Sin embargo, han recibido **denuncias de la población local en relación con el ruido** de los drones. Según informa ahora Poweretail, Project Wing habrá desarrollado un modelo más silencioso.

Pese al permiso de operación, desde la regulación de aviación alertan de que **habrá restricciones** estrictas en relación con su funcionamiento, como por ejemplo, **no cruzar las carreteras principales o las aglomeraciones de gente**. También hay requisitos en relación con las horas de operación durante los días laborales y los fines de semana.

Kickstart Espresso, Capital Chemist, Pure Gelato, Jasper + Myrtle, Bakers Delight, Guzman y Gomez y Drummond Golf ya han firmado para entregar sus productos con el dron de Project Wing. .

¿Por qué algunas tiendas
Venden y otras no?

No es lo mismo
“Tener una tienda online”
que “Vender por Internet”

“La suerte es el
cuidado de los detalles”

Winston Churchill



¿Qué es vender por Internet?

Proceso de compra online



**EMBUDO DE
CONVERSIÓN**

**Atraer visitas y
convertirlas en ventas**

El ciclo de la venta a conseguir



- 1 Medición:** Medir lo que pasa en tu tienda te permite tomar decisiones justificadas por los resultados, es el primer punto importante para mejorar.
- 3 Captación:** Una vez estamos preparados, lo importante es conseguir visitas, veremos qué acciones de promoción hacer y como hacerlas.
- 4 Conversión:** Cuando ya tengamos visitas, la siguiente fase es convertir esas visitas en ventas, que no se escapen y compren.
- 5 Fidelización:** Si somos capaces de venderles y conseguimos que nos vuelvan a comprar, la segunda vez no tendremos ningún coste de captación del cliente, por lo que aumentamos mucho el margen y empezamos a ser autosuficientes.
- 6 Recomendación:** Cada cliente que esté contento con nosotros, si nos recomienda, nos está consiguiendo nuevas ventas sin coste de captación.

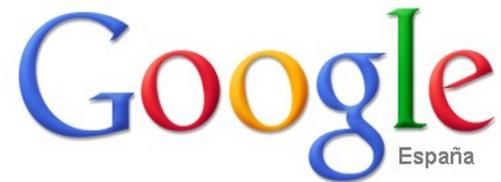
- 2 Optimización:** Acorde a los resultados, hay que realizar acciones para mejorar el proceso de venta, puede ser generar contenido, adaptar precios o mejorar la tienda.





El concepto clave

Hay que atender a la demanda y enfocarse en ella...



[Búsqueda avanzada](#)
[Herramientas del idioma](#)

Buscar con Google

Voy a tener suerte

Google.es ofrecido en: [català](#) [galego](#) [euskara](#)

[Programas de publicidad](#)

[Soluciones Empresariales](#)

[Todo acerca de Google](#)

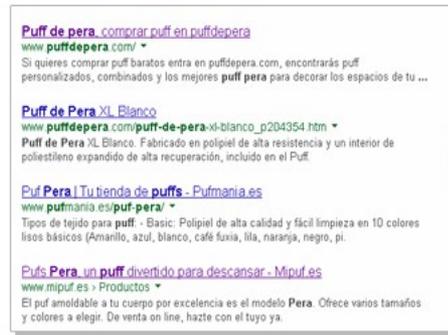
[Google.com in English](#)

© 2011 - [Privacidad](#)

Como nos conoce un cliente



1 Búsqueda



2 Resultados Google



3 Página de nuestro producto

Como nos conoce un cliente



Tantos productos como tenga tu tienda...

Cada ficha de producto, categoría o post es un recibidor (o landing page)





Antonio



Antonio busca

[Puff de Pera XL Rojo](#)
www.puffdepera.com/puff-de-pera-xl-rojo_p187437.htm ▾
Puff de pera XL Rojo. Fabricado en polipiel de alta resistencia y un interior de poliestileno expandido de alta recuperación, incluido en el **Puff**.

[Puff de Pera XL Blanco y Rojo](#)
www.puffdepera.com/puff-de-pera-xl-blanco-y-rojo_p389194.htm ▾
Puff de Pera XL combinado en Blanco y Rojo. Fabricado en polipiel de alta resistencia y un interior de poliestileno expandido de alta recuperación, incluido en ...

Resultados de Antonio



FICHA PRODUCTO



Sara



Sara busca

[Puff de Pera XL Amarillo](#)
www.puffdepera.com/puff-de-pera-xl-amarillo_p201849.htm ▾
Puff de pera XL Amarillo. Fabricado en polipiel de alta resistencia y un interior de poliestileno expandido de alta recuperación, incluido en el **Puff**.

[Puff de pera comprar puff en puffdepera](#)
www.puffdepera.com/ ▾
 Nuestros **Puffs de Pera XL** están fabricados en polipiel de alta resistencia (no porosa) con un interior ... 69,90€ **Puff de pera XL combinado en Amarillo y Rojo.**

Resultados de Sara



FICHA PRODUCTO

¿En que calles compites por ser el primero? (Criterios o palabras clave)



Y si no....



¿Por qué empezar a vender ya mismo?

¿Por qué empezar ya mismo?

- Antigüedad sitio web
- La gente ya te está buscando
- El que pega primero pega dos veces
- Más facilidad para conseguir enlaces

¿Qué fecha límite te has marcado?

P A S

A

P A S

Paso 1

Posicionarse

Si tu no eres capaz de decirme
por qué tengo que comprarte a ti...

¿Cómo esperas
que lo adivine yo?

Sobre la “diferenciación” y el “valor añadido”



¿Cuál es tu frase? ¿Tú esencia?

Paso 2

Definir el cliente potencial

Buscando el nicho de clientes

- En el que especializarte, ser el mejor
- Con suficiente demanda
- “Lo vendo” vs. “Soy el mejor y lo digo”
- ¿Quién es y quién no es tu cliente?
- ¿Por qué va a comprarte a ti y no a otro que hace lo mismo?

¿Cuál es el criterio de tu especialidad?



¡NUEVAS OFERTAS DE PRIMAVERA! DTO de hasta el 50%

Quedan: 1d. 4h. 47m. 49s.

ATENCIÓN AL CLIENTE 966262833

GASTOS DE ENVÍO GRATIS

  MI CUENTA 

 Puff De Pera

OFERTAS PUFF DE PERA PUFF RELLENO PARA PUFF PUFF CAMA COJÍN MUEBLES CON PALETS

INDESIGN WE TRUST
EL EQUIPO DE REFORMAS DE
Pesadilla en la cocina

CONFÍA EN  Puff De Pera



EQUIPO DE REFORMAS DE
PESADILLA EN LA COCINA



VENTA DE PUFFS PERA Y OTROS TIPOS DE PUFFS, SOMOS FABRICANTES

NUESTROS PUFF MAS VENDIDOS

 PRODUCTOS EN STOCK
Recíbelos en 24h. [VER PRODUCTOS](#)





NOVEDADES



Carrito: Sin artículos

CONTACTA CON NOSOTROS
 WhatsApp 681 675 700

Buscar

BUSCAR

MARCAS

ALCATEL
onetouch.



ASUS

bq

CUBOT

DOOGEE

Elephone

Google

Hisense

htc

HUAWEI

KAZAM

lenovo



LG

MEIZU

MOTOROLA

Nintendo

NOKIA

ONEPLUS



POCO
by HUAWEI

El mayor portal de
CRISTALES TEMPLADOS
¡Más de 800 modelos!

Cristales para
MÓVILES

Cristales para
TABLETS

PRODUCTOS EN PROMOCIÓN

Puertas con marcado CE.

**EXPERTOS
EN PUERTAS
AUTOMÁTICAS**

**PUERTAS
ENROLLABLES**

[VER PRODUCTOS](#)



**PUERTAS
CORREDERAS**

[VER PRODUCTOS](#)



Paso 3

Confirma que hay mercado

Confirmando que hay mercado

- Elegir el criterio
- Consultar búsquedas... ¡Es posible!
- Ver evolución y tendencias
- Contrastar competencia
- Mínimo de 10.000 búsquedas



Ojo, es muy importante elegir bien

Herramientas

- Herramienta para palabras clave
- Estimador de tráfico
- Herramienta de ubicación
- Herramienta de orientación contextual

★ Destacadas (0) [Mostrar](#)

Incluir términos ?

Excluir términos ?

Tipos de concordancia ?

- Amplia
- [Exacta]
- "Frase"

Ayuda

¿Qué procedimiento debo seguir para obtener ideas para palabras clave adicionales utilizando categorías o términos relacionados?

¿Cuáles son las nuevas funciones que ofrece la Herramienta para palabras clave actualizada?

Buscar palabras clave
Se basan en una de estas opciones o en ambas:

Palabra o frase (una por línea) Sitio web

Solo mostrar ideas directamente relacionadas con mis términos de búsqueda ?

Opciones y filtros avanzados Ubicaciones: Todo Idiomas: español x

[+ Añadir palabras clave](#) [Descargar ▾](#) [Estimar tráfico de búsqueda](#) [Ver en formato de texto ▾](#) [Más como estos ▾](#)

Ideas para palabras clave (245)

Palabra clave	Competencia	Búsquedas globales mensuales ?
<input type="checkbox"/> ★ ropa de marca	<div style="width: 25%;"></div>	301.000
<input type="checkbox"/> ★ ropa de marca barata	<div style="width: 25%;"></div>	27.100
<input type="checkbox"/> ★ ropa de marca y barata	<div style="width: 25%;"></div>	27.100
<input type="checkbox"/> ★ ropa de marca varata	<div style="width: 25%;"></div>	27.100
<input type="checkbox"/> ★ ropa de marca de mujer	<div style="width: 25%;"></div>	12.100
<input type="checkbox"/> ★ ropa de marca mujer	<div style="width: 25%;"></div>	12.100
<input type="checkbox"/> ★ compra de ropa de marca	<div style="width: 25%;"></div>	12.100
<input type="checkbox"/> ★ compro ropa de marca	<div style="width: 25%;"></div>	9.900
<input type="checkbox"/> ★ ropa de marca on line	<div style="width: 25%;"></div>	9.900
<input type="checkbox"/> ★ comprar ropa de marca	<div style="width: 25%;"></div>	9.900
<input type="checkbox"/> ★ ropa de marca online	<div style="width: 25%;"></div>	9.900



ropa de marca ES

SEARCH

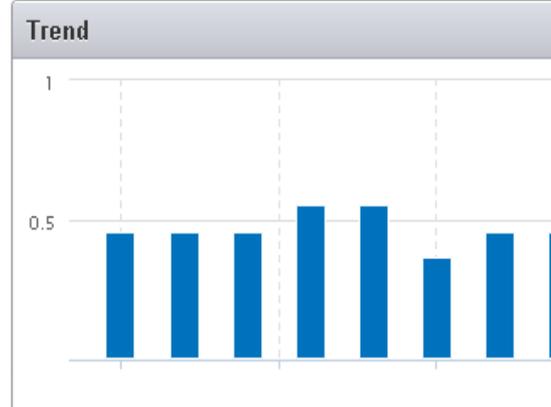
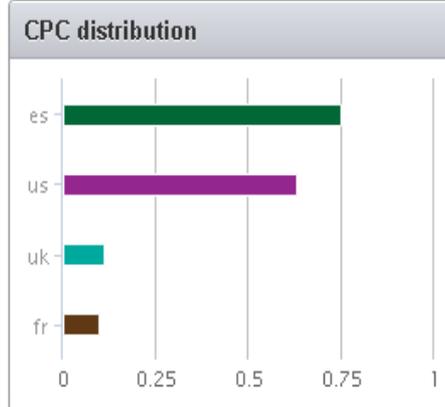
- Overview
- Organic Research
 - Positions
 - Position changes new
 - Competitors
 - Positions TOP 200
 - URL
 - Potential ads/traffic buyers
- Advertising Research
- Backlinks
- Keyword Research
 - Overview
 - Full search
 - Related
 - Ads history new
- Tools

[ropa de marca](#) - SEMrush overview for keyword (for google.es database) ?

g b
US UK CA RU DE FR ES IT BR AU

Keyword summary

Keyword	ropa de marca
CPC	\$0.75
Com.	0.96
Exact volume	8,100
Number of results	77,500,000



Phrase match report 791

Keyword	Volume	CPC	SERP source
ropa de marca	8,100	0.75	
ropa de marca barata	6,600	0.69	
marcas de ropa	5,400	0.61	
ropa de marca online	1,300	0.68	

Related keywords report

Keyword	Volume
ropa online	27,100
ropa	12,100
tiendas de ropa online	8,100
ropa barata	6,600



muñecas fofuchas (keyword) ES BUSCAR

- Informe principal
- Orgánico
- Publicidad
- PLA Research **NEW**
- PLA Positions
- PLA Competitors
- PLA Copies
- Display advertising **BETA**
- Vínculos de retroceso
- Palabras Clave
- Informe principal
- Concordancia de frase
- Palabras clave relacionadas
- Ads history

US GOOGLE
UK GOOGLE
DE GOOGLE
FR GOOGLE
ES GOOGLE
Other Countries
21 more...

Back to the old design of the Keyword Overview Report

muñecas fofuchas

Keyword Overview Report para google.es database

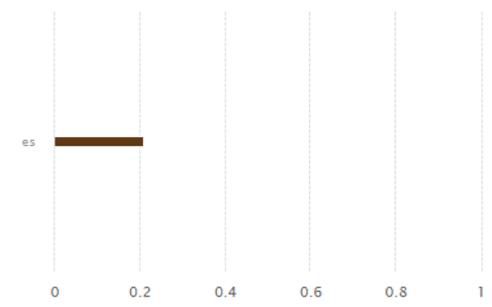
ORGANIC SEARCH

Volumen	4.4K
Cantidad de resultados	488K

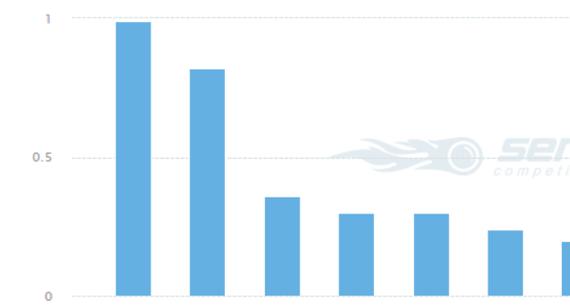
PAID SEARCH

CPC	\$0.22
Competition	0.35

CPC DISTRIBUTION



TENDENCIA



PHRASE MATCH KEYWORDS (96)

Palabra clave	Volumen	CPC	SERP source
muñecas fofuchas comunion	140	0.15	
muñecas de fofuchas	90	0.00	
manualidades muñecas fofuchas	50	0.00	
muñecos fofuchas	50	0.03	
patrones de muñecas fofuchas	50	0.00	

Exportar

View full report

RELATED KEYWORDS (749)

Palabra clave	Volumen
fofuchas	33,100
goma eva	18,100
muñecas de goma eva	6,600
muñecos de goma eva	2,900
patrones fofuchas	1,900

Exportar

RESULTADOS ORGÁNICOS DE BÚSQUEDA

- <http://www.youtube.com/watch?v=AsOF1zg-b0k>
youtube.com
- <http://www.youtube.com/watch?v=Gpl8thfAKqs>

ADS COPIES

- Fofuchas Personalizadas
- Ad** fofuchas-shop.jimdo.com/
- El mejor regalo personalizado
- Fofuchas Personalizadas

muñecas fofuchas

Keyword Related para google.es database 

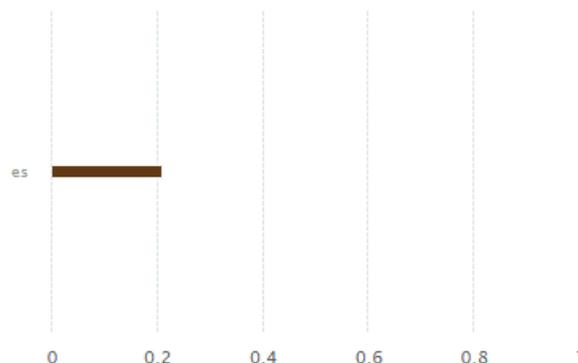
live update ORGANIC SEARCH

Volumen	4.4K
Cantidad de resultados	488K

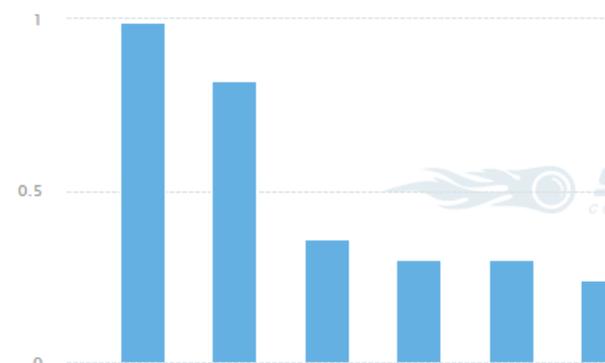
live update PAID SEARCH

CPC	\$0.22
Competition	0.35

live update CPC DISTRIBUTION



TENDENCIA



INFORME DE PALABRAS CLAVE RELACIONADAS 1 - 100 (749)

Palabra clave	Volumen	CPC	Com.	Resultados
fofuchas	33,100	0.14	0.38	1,130,000
goma eva	18,100	0.12	0.22	743,000
muñecas de goma eva	6,600	0.10	0.09	591,000
muñecos de goma eva	2,900	0.20	0.03	563,000
patrones fofuchas	1,900	0.04	0.16	361,000
fofuchas patrones	1,900	0.10	0.24	353,000
como hacer muñecas de goma eva	1,600	0.18	0.02	362,000
fofuchas de goma eva	1,300	0.12	0.15	442,000
muñecas goma eva	1,000	0.17	0.12	565,000
fofuchas precios	880	0.17	0.93	258,000

Paso 4

Eligiendo un nombre

El nombre de tu tienda

- ¿Criterio de buscadores o marca?
- Corto, original, único, fácil y que suene
- Libre para registro en la OEPM
- La extensión del dominio
- Corazón en casa, ojo en futuro
- Dejar madurar 1 semana
- Godaddy o piensasolutions.com (Y NAMECHECKR)



¡Nos acompañará cada día, que nos guste!

namecheckr

mabisy



Check domain & social username availability across multiple networks. [Need Help?](#)

Make smarter advertising decisions with meaningful analytics

calltrackingmetrics



marketing



phone calls



metrics



insights

Get Started >



Domain (.com)



Facebook



Twitter



google+



Tumblr



Reddit



Domain (.net)



Myspace



instagram



Youtube



qik



Pinterest



Dribbble



Domain (.org)



meetup



Vimeo



velo



Feedburner



Foursquare



last.fm



Domain



¡Nos encanta el ecommerce!

@mabisy @ecomfans



- INICIO
- MARCAS Y NOMBRES COMERCIALES
- INVENCIONES
- DISEÑOS INDUSTRIALES
- PROPIEDAD INDUSTRIAL
- SOBRE LA OEPM
- INFORMACIÓN TECNOLÓGICA

Estás en : Signos distintivos / Búsqueda simple

Marcas nacionales ?

Manual del solicitante PDF

Tasas y formularios

Trámites en línea

Folleto

Normativa

Guía de Examen de Prohibiciones de Registro

Más información

Nombres comerciales ?

Manual del solicitante PDF

Signos distintivos

► Consulta de Signos Distintivos Registrados o Solicitados

Búsqueda simple

Búsqueda avanzada

Búsqueda por nº de expediente

[Condiciones del servicio](#)

Marcas nacionales e internacionales con efecto en España [¿Qué es esto?](#)

Que contenga:

▶ Localizar

▶ Borrar

Otras Búsquedas



Ayudas y subvenciones

Perfil del contratante

Otras informaciones

Estadísticas

Centros Regionales de Información de PI

Empleo

Aula de Propiedad Industrial

Internacionalización-PPH

Transferencia de Tecnología

<http://es.smibot.com/como-registrar-una-marca-en-la-oepm-paso-a-paso/>

Paso 5

El modelo de negocio

Definimos nuestra visión

**Como nos gustaría
que fuera la empresa
a 10 años vista**



Definimos nuestra misión

¿Para qué existimos?

Cual es la finalidad de nuestra empresa y su razón de ser para con el cliente



Validamos las ideas iniciales

1. ¿Quién crees que es tu cliente potencial?
2. ¿Qué problema vas a solucionar al cliente con tu tienda online?
3. ¿El cliente potencial reconoce el problema que le solucionamos?
4. ¿Estará dispuesto a pagarnos por ello lo que queremos?
5. ¿Qué producto le ofrecemos?
6. ¿Cuál es el valor principal que recibe tu cliente con tu producto?
7. ¿Cómo vamos a llegar a los clientes potenciales?
8. ¿Cómo vamos a crecer?
9. ¿De dónde obtenemos el beneficio?
10. ¿Cuáles son tus principales competidores?
11. ¿Por qué te elegirán a ti frente a ellos?
12. ¿Cuál es el riesgo principal al que te enfrentas?
13. ¿Cómo lo resolverás?

O mejor que no empieces a programar...

¿Ya podemos hacer la tienda online?

¡NO, POR FAVOR!

Paso 6

Valida tu idea antes

Valida tu idea antes de empezar

- Método LEAN STARTUP
- Producto Mínimo Viable (PMV)
- Evitar el despilfarro
- “Fracasa rápido, fracasa barato”

OPCIÓN 1

Teléfono + visita

OPCIÓN 2

Landing page + Google Adwords

El objetivo

“Conseguir el mayor resultado posible con la mínima inversión”

Increase the ROI of your marketing

Build, publish and test landing pages without I.T.

BUILD A HIGH-CONVERTING LANDING PAGE NOW



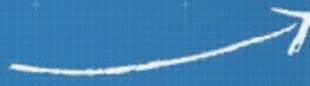
01

BUILD A PAGE



02

PUBLISH IT



03

TEST & OPTIMIZE

Estrategia test con Landing + Adwords (ej)

Doblemente S.L. Adrian's Su...
Adrian Revert
Support

Search Pages...

 Create a New Page

All Pages 5

GROUPS (3) New Group

 DOBLEMENTE 2

 NO INTERMEDI... 2

 PROMOCIONADOR 1

Landing promocionador febrero2013

 Change URL <http://w3.doblemente.com/promocionador/>

420 VISITORS

 40 CONVERSIONS

 9.52% CONVERSION RATE

Created 12 days ago, updated 3 days ago, Last Published 3 days ago.

 18/02/2013 13:00 a partir de aquí abro campaña promocionador B al 50%. Los leads de antes son de la opción A [Edit Notes](#) »

A/B Test Centre

 Reset Stats Preview Variants Add Variant

Current Champion	Weight	Visitors	Views	Conversions	Conversion Rate	
A Promocionador A <small>Updated 7 days ago</small>	50%	243	276	29	11.93%	
Challenger Page Variants						Confidence
B Promocionador B <small>Updated 7 days ago</small>	50%	177	196	11	6.21% -47%	95%
Overall:	100%	420	472	40	9.52%	

Conversion Rate Chart - Last 30 Days

 Leads & Form Integrations



Chaquetas de punto directas de fabricante

Estamos lanzando una tienda online de chaquetas de punto con precios especiales porque vienen directo desde el fabricante. Si te quieres que te avisemos cuando estén visibles las primeras chaquetas de punto introduce tu email y ¡beneficiate de un **15% de descuento adicional!**

Te enviamos el cupón descuento a tu e-mail:

¡Enviar ahora!

© 2012 Chaquetaspunto.com · Tu tienda online de chaquetas de punto directo del fabricante · info@chaquetaspunto.com

Confeciona tus prendas o las de tu hogar con un **cheque-regalo de 90€**



La más amplia oferta de tejidos para tus confecciones **directamente del fabricante**



Crea prendas exclusivas para ti y para tu hogar.

Tu pones el diseño y la confección **nosotros te damos la tela al mejor precio.**

Infórmate aquí 

Completa y envía este breve cuestionario y **participa en el sorteo de 90 €** a consumir en nuestra página.

Nombre: *

Email: *

Código postal: *

Acepto la política de privacidad

Deseo recibir información >
sobre las ofertas

 Sus datos están seguros con nosotros

Paso 7

Plan de marketing previo

Piensa como te promocionarás

- La clave es “¿PARA QUÉ?”
- Te dice que debe tener tu tienda
- Te ayuda a decidir
- Te facilita el diseño
- Se coherente, si lo haces, lo sigues
- Por escrito

Pensar “para qué”, te facilita el “cómo”



Paso 8

Preparativos previos

Qué preparar antes de empezar

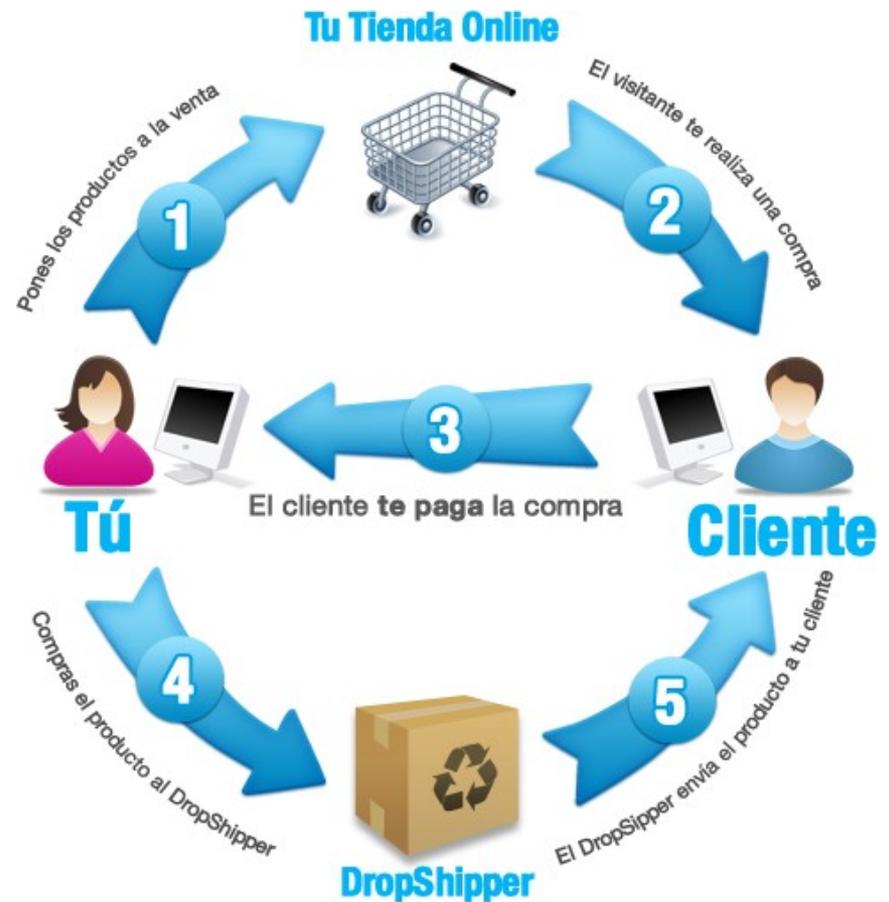
- Logotipo
- Texto de “Quienes somos”
- Catálogo de productos
- Operativa de la venta y logística
- Condiciones de compra y devolución
- Formas de cobro y de envío

Todas son fundamentales



Dropshipping

- **Ventajas**
 - Tienes producto
 - Fácil de cargar
 - No tienes stock
- **Desventajas**
 - Mismo producto todos
 - Contenido a re-hacer
 - Dependencia



<http://es.smibot.com/directorio-de-mayoristas-y-proveedores-dropshipping/>

Paso 9

Las fichas de producto

Como crear fichas de producto

- Qué conviertan visitas en ventas
- Varias fotografías
- Descripción amplia
- Opiniones y reconocimientos
- Cómo se utiliza
- Vídeos demostrativos



Piensa que son el receptor de la tienda

ENVÍO Y DEVOLUCIÓN **GRATUITOS**

DERECHO DE DEVOLUCIÓN DE **30 DÍAS**

ATENCIÓN AL CLIENTE **GRATUITA** 900 801 404

Anunciado en TV: **cuatro**

Ayuda | Mi cuenta de usuario | Favoritos | Tarjeta regalo | Newsletter | Iniciar sesión



Busca aquí: zapatos, ropa, marcas...



Ir a la cesta (0) 0,00 €



| MUJER | HOMBRE | NIÑO

Zapatos | **Ropa** | Deporte | Complementos | Premium | Hogar | Marcas | **REBAJAS** %

< Volver | **Página principal** > Todo > **Ropa** >

< Artículo anterior | Artículo siguiente >



SELECTED HOMME

Selected Homme ARO - Polo - turquesa

★★★★☆ Más Selected Homme | Más Ropa

Disponible: entrega en 5-7 días laborables

Color seleccionado

Más colores



Elige tu talla | Consulta tu talla aquí

S M L XL XXL

100% original

Servicio garantizado al 100%. No cobramos gastos de envío y la devolución es gratuita.

Me gusta Sé el primero de tus amigos al que le gusta esto.

Precio **19,95 €**
Incl. 21% IVA
 Envío **gratis**

Añadir a la cesta

- Añadir a mi lista de favoritos
- Enviar a un amigo
- Pedir mi talla

900 801 404
¿Tienes alguna duda?
¡Llámanos gratuitamente!

Envíos y devoluciones **GRATUITOS**
¡sin gasto mínimo!

Derecho de devolución de **30 días**

Y si no quedas satisfecho, te reembolsamos el **100%** de tu dinero ¡sin darnos explicaciones!

Zalando te aconseja



Características del producto

Características de la marca Selected Homme

★★★★☆ Opiniones de clientes (17)

Detalles para Selected Homme ARO - Polo - turquesa

- Diseño: normal
- Tipo de cuello: polo
- Material exterior: 95% algodón, 5% elastano
- Cuidados: no utilizar secadora, encoge un 5%, lavar a máquina a 40 ° C
- Número de artículo: SE622D00F-505

ENVÍO STANDARD GRATIS SIN GASTO MÍNIMO Y DEVOLUCIONES A MEDIDA >

REBAJAS - HASTA UN -70% MUJER > HOMBRE >

ENVÍO EXPRESS GRATIS A PARTIR DE 75 € USA EL CÓDIGO SPAINEXPRESS *

*Introduce el código SPAINEXPRESS al realizar tu pedido. Válido en pedidos superiores 75 € y envíos a España. Código no acumulable a otros descuentos.

Inicio > Mujer > Vestidos > Vestido de tubo con cuello de pico y cinturón de metal de ASOS



ZOOM + VER DESFILE >>>



Vestido de tubo con cuello de pico y cinturón de metal de ASOS

59,65 €

ENVÍO GRATIS SIN GASTO MÍNIMO >

Vestido de tubo de ASOS Collection

- En un acabado de tejido suave de cuidado fácil
- Escote de pico
- Cremallera en la espalda
- Detalle cruzado con frunces
- Placa de metal en la cintura
- Corte ajustado

ACERCA DE ASOS COLLECTION

La tendencia, la emoción y la diversidad hacen que ASOS Collection cree y traspase las normas de la moda. En busca de inspiración por todo el mundo, nuestro equipo de diseñadores de Londres se inspira en las tendencias más elegidas de la moda para ofrecerte así un armario ultramoderno temporada tras temporada.

Cobalto

Seleccionar talla

GUÍA-DE-TALLAS

AÑADIR A MI BOLSA

NUEVO - COMPRAR EL LOOK

GUARDAR PARA MÁS TARDE

INFO Y CUIDADOS ENVÍO DEVOLUCIONES

CÓMO SOY: 90% poliéster, 10% elastano

TALLA Y CORTE: Modelo: Talla UK 8/ EU 36/ USA 4 Modelo: Altura de 175 cm/5'9"

Talla UK 8/ EU 36/ USA 4 medida del lateral del cuello al dobladillo: 94 cm/37"

CÓMO CUIDARME: Lavar a máquina según las instrucciones de la etiqueta

COMPLETA EL LOOK



ASOS 13,26 €



Barry M 5,29 €



New Look 23,85 €

RECOMENDAMOS

1-4 de 16



ASOS 42,42 €



ASOS 59,65 €



22.152

Tenemos los productos que buscas


 Buscar en: Tienda Revista

 Hay 0 artículos
0,00 €

[Home](#) [Huerto](#) [Jardín](#) [Bonsái](#) [Alimentación eco](#) [Hogar eco](#) [Cosmética e Higiene eco](#) [Libros](#) [Regalos](#)
[Home](#) » [Tienda Jardín](#) » [Granja en Casa](#) » [Gallineros](#) » **Gallinero madera Amsterdam**

Gallinero madera Amsterdam

Comprar por teléfono ahora 966 371 130



Ref: 00567

 ★★★★★ 7 Opiniones | [Danos tu opinión](#)

Gallinero ecológico rectangular con nido incorporado, prefabricado de madera tratada para exterior y malla metálica galvanizada.

- ✓ Tejado inclinado a dos vertientes, con recubrimiento impermeable de color verde.
- ✓ Bandeja de limpieza interior extraíble para facilitar su limpieza.
- ✓ Rampa de acceso a zona interior de material antideslizante con puerta para impedir el acceso, que se puede accionar desde el exterior del gallinero.
- ✓ Puerta de acceso al corral de gran tamaño.
- ✓ Medidas: 2040 mm. de largo, 750 mm. de ancho y 1160 mm. de alto.
- ✓ Dispone de **dos posaderos**.
- ✓ **Capacidad para 4-5 gallinas ponedoras**
- ✓ **Instrucciones de montaje y tornillería incluidos.**

Medidas caja embalaje (2 bultos):

- ✓ Caja 1: largo 115 cm, ancho 76 cm y alto 19 cm
- ✓ Caja 2: largo 93 cm, ancho 86,5 cm y alto 10 cm

RECOMENDADO



También te puede interesar...

Antes: 219,00€

 Ahora: **194,95€** (iva incl.)

 Cantidad:

Plazos de Entrega
Disponible:
En Stock

 Envío:
24-48 h.



Paso 10

Revisión del catálogo

Revisa tu catálogo a fondo

- ¿Tienes controlado el stock y disponibilidad del proveedor por producto?
- ¿Que pasará cuando se agote el stock?
- ¿Todos los precios están claros?
- ¿Has investigado a la competencia?
- ¿Que política de descuentos y ofertas vas a aplicar?
- ¿Vas a empaquetar?
- ¿Aplicarás venta cruzada o ampliación de venta?
- ¿Cada página tiene un criterio único? ¿Sea categoría o producto?
- ¿Sabes que productos destacar en portada, por categoría y por marca?
- ¿Todos los producto están máximo a 2 clics?
- ¿Cada uno tiene 3 fotos y 10 líneas de texto?
- ¿Todas las categorías tienen mas de 5 productos?

Si todos están claros... ¡Adelante!



Paso 11

Qué tipo de tienda necesito

Elige tu tipo de tienda

- Tienda de un solo producto
- Blog o web con tienda online
- Tienda abierta para particulares (www.zalando.es)
- Tienda cerrada para particulares (Privalia.es)
- Tienda cerrada para profesionales (solostocks.com)
- Tienda mixta para particulares y profesionales
- Tienda integrada en tu web corporativa
- Tienda en Facebook

Tu modelo de negocio te lo pone fácil



Paso 12

Eligiendo la tecnología

Elige la tecnología adecuada

- **Tienda online a medida** (PHP, JSP, .NET)
- **Código abierto** (Magento, Prestashop)
- **Alquiler de tienda online** (Mabisy, Shopify)
- **Depende de tu situación**
(probar, ir en serio o sabes lo que quieres)

Piensa las ventajas e inconvenientes



Paso 13

Como generar confianza

Qué hacer para generar confianza

1. Diseño pensado en tu cliente (¿Qué espera él encontrar?)
2. Logotipo serio
3. Mensaje claro del valor añadido en portada
4. Teléfono fijo siempre visible y datos de contacto
5. Sellos de confianza y asociaciones miembro
6. Protocolo seguro y visible
7. Acorde a la RGPD y LSSI-CE
8. Iconos visibles de lo importante (Tiempo envío, coste portes, banco, mensajero...)
9. Testimonios reales
10. Fotografía de personas visibles
11. Producto completo
12. Sección “Quiénes somos” y “Por qué comprar aquí”
13. Sección “Condiciones de compra” y “Formas de pago”
14. Sección “Envíos y política de devoluciones”
15. Sección “Preguntas frecuentes”



En los detalles está la diferencia...

Analiza a los mejores y “copia”

- Por suerte puedes saber quienes son
- Busca en Internet y directorios

No reinventes la rueda, copia y mejora



¿Qué valor tengo si soy fabricante o tengo un producto diferencial?

Tu producto es único



Experiencia



Marca



Libertad en precios



¿Por qué es necesario tener una tienda online?

Porque tu competencia lo está haciendo

Porque compran más 19 millones de españoles

Porque va a seguir creciendo

Porque puedes acceder a clientes de otras zonas geograficas que ahora no llegas

Porque aumentarás tus ventas y conseguirás nuevos clientes

¡Porque no cierra! 365d 24h

Porque tendrás más visibilidad de tu negocio

Mejora la imagen corporativa y refuerza/potencia tu mensaje

Conoces a los clientes (quien es, habitos, ubicación...)

Feedback de clientes (ojo ciego, donde fallas)

Ahorro costes y gestión (automatización pedidos, menos error humano...)

Satisfacción clientes: Más opciones de compra, deciden donde y cuando comprar

No dependes de un horario fijo, tu gestionas tu tiempo

Fidelidad: 2 de cada 3 compradores repiten en la misma tienda

Mecanismos para vender más

Recuperador de carritos



Opiniones clientes



Marketplaces



Promociones







carlos@mabisy.com



SEM RUSH
COMPETITIVE INTELLIGENCE



SISTRIX
TOOLBOX



Casos de éxito

Casaytextil.com

¡NUEVA TEMPORADA PRIMAVERA! DTO de hasta el 50% | Quedan: 5d. 4h. 6m. 3s.

Buscar



CASA&TEXTIL
THE CREATIVE DECORATION ONLINE SHOP

MI CUENTA

CARRITO

DORMITORIO SALÓN COMEDOR CORTINAS COJINES INFANTIL BEBE BAÑO JARDÍN OUTLET



Fundas Nórdicas

VER COLECCIÓN



HARIAMOS REBAJAS, PERO YA SOMOS

¡LOS MÁS BARATOS!

DURANTE TODO EL AÑO

◀ ▶

ADEMÁS PREMIAMOS TU FIDELIDAD

10% DTO

A PARTIR DEL SEGUNDO PEDIDO



POLAPIEL. LA MEJOR POLAPIEL Y MAS BARATA PARA DECORAR TU CASA
PARA INTERIOR TE RECOMENDAMOS...

 [VER COLORES](#)

 [VER COLORES](#)

 [VER COLORES](#)

 [VER COLORES](#)

puffdepera.com

¡NUEVAS OFERTAS DE PRIMAVERA! DTO de hasta el 50%

Quedan: 1d. 4h. 47m. 49s.

ATENCIÓN AL CLIENTE 966262833

GASTOS DE ENVÍO GRATIS

  MI CUENTA 



OFERTAS PUFF DE PERA PUFF RELLENO PARA PUFF PUFF CAMA COJÍN MUEBLES CON PALETS

INDESIGN WE TRUST
EL EQUIPO DE REFORMAS DE
Pesadilla en la cocina

CONFÍA EN  Puff De Pera



EQUIPO DE REFORMAS DE
PESADILLA EN LA COCINA



VENTA DE PUFFS PERA Y OTROS TIPOS DE PUFFS, SOMOS FABRICANTES

NUESTROS PUFF MAS VENDIDOS

 PRODUCTOS EN STOCK
Recíbelos en 24h. [VER PRODUCTOS](#)



Casaytextil.com

¡NUEVA TEMPORADA PRIMAVERA! DTO de hasta el 50% | Quedan: 5d. 4h. 6m. 3s.

Buscar



CASA&TEXTIL
THE CREATIVE DECORATION ONLINE SHOP

MI CUENTA

CARRITO

DORMITORIO SALÓN COMEDOR CORTINAS COJINES INFANTIL BEBE BAÑO JARDÍN OUTLET



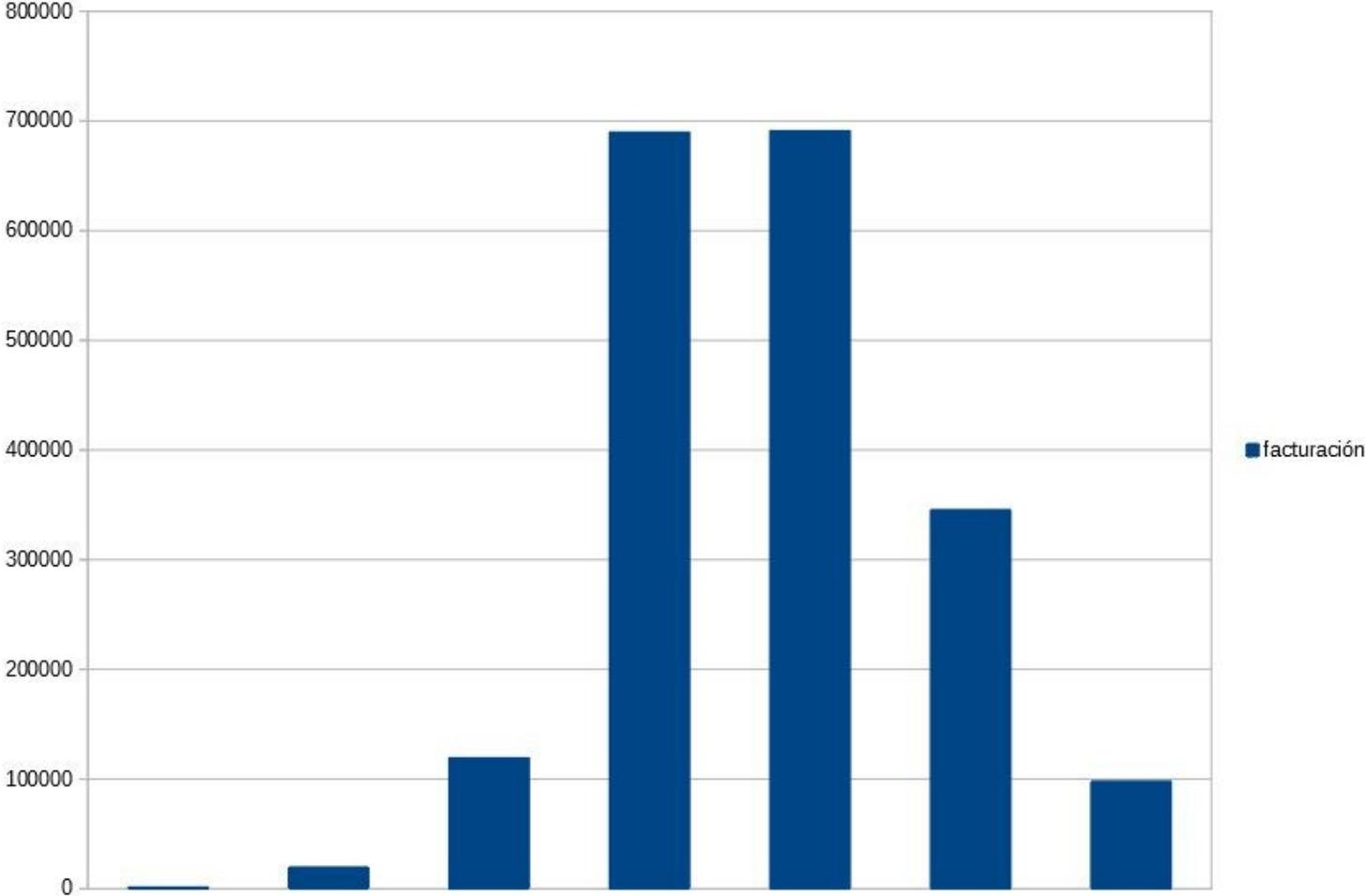
Fundas Nórdicas

VER COLECCIÓN



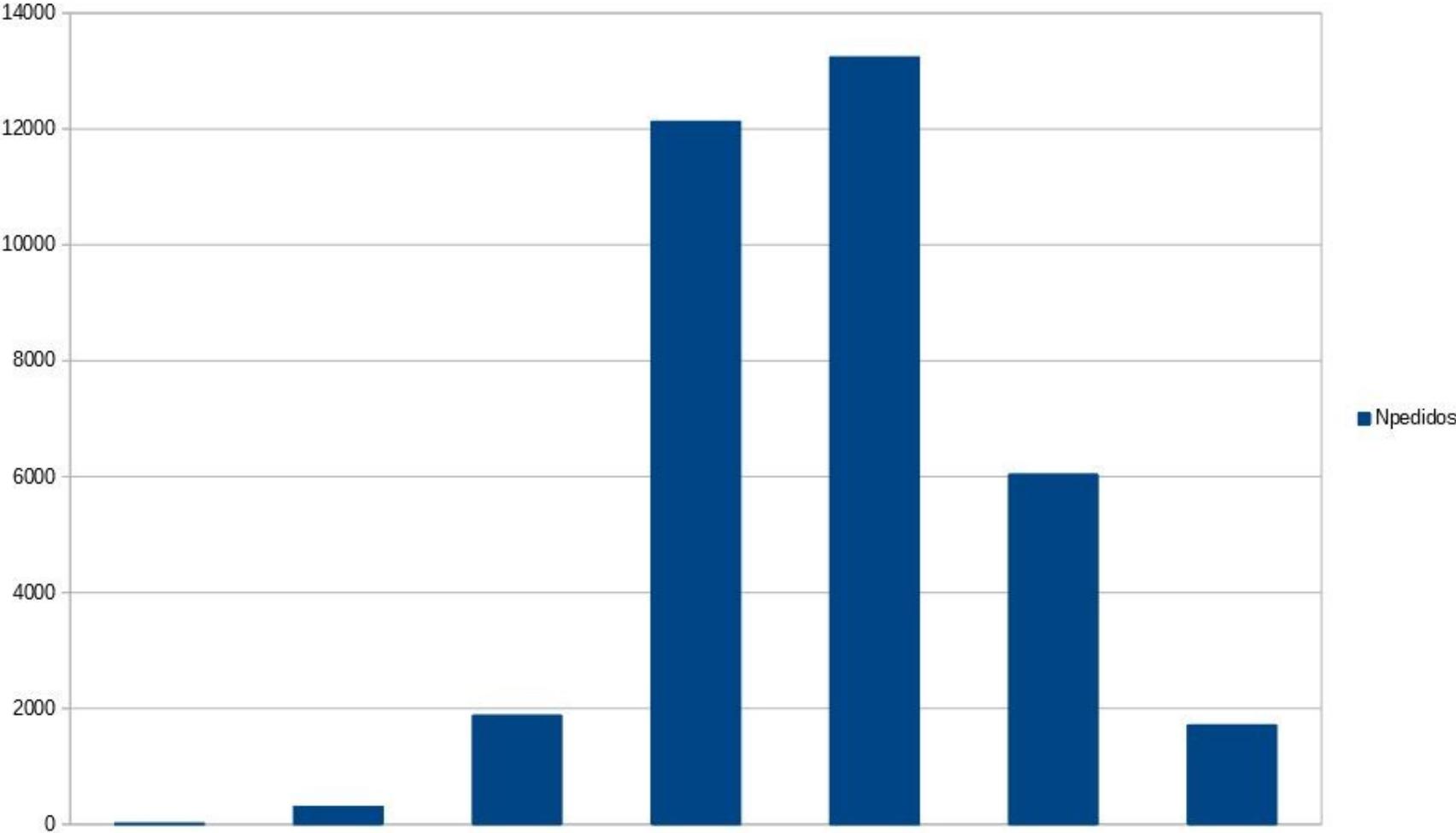
Casaytextil.com

facturación



Casaytextil.com

Pedidos



HARIAMOS REBAJAS, PERO YA SOMOS

¡LOS MÁS BARATOS!

DURANTE TODO EL AÑO

◀ ▶

ADEMÁS PREMIAMOS TU FIDELIDAD

10% DTO

A PARTIR DEL SEGUNDO PEDIDO



**POLAPIEL. LA MEJOR POLAPIEL Y MAS BARATA PARA DECORAR TU CASA
PARA INTERIOR TE RECOMENDAMOS...**

 [VER COLORES](#)

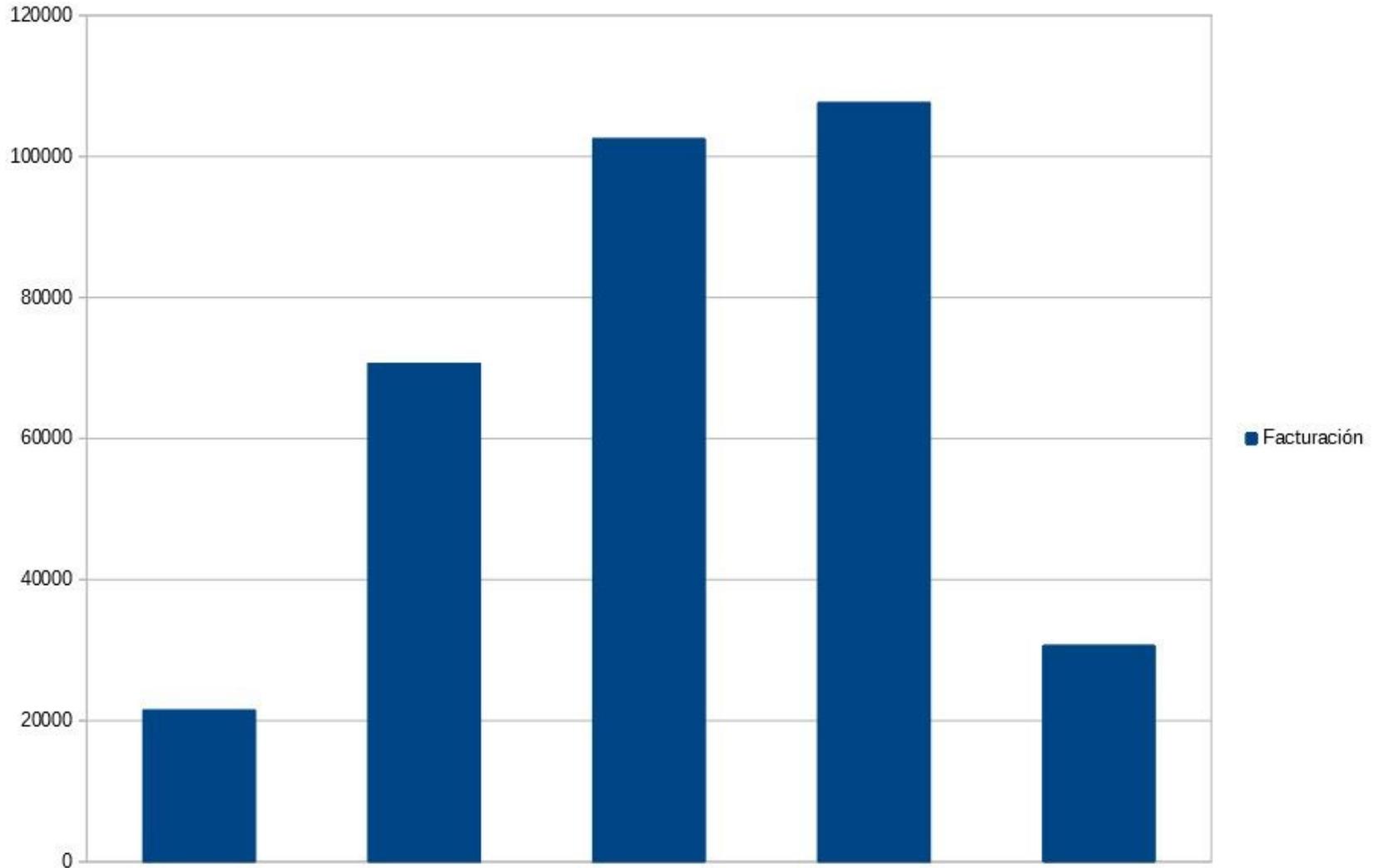
 [VER COLORES](#)

 [VER COLORES](#)

 [VER COLORES](#)

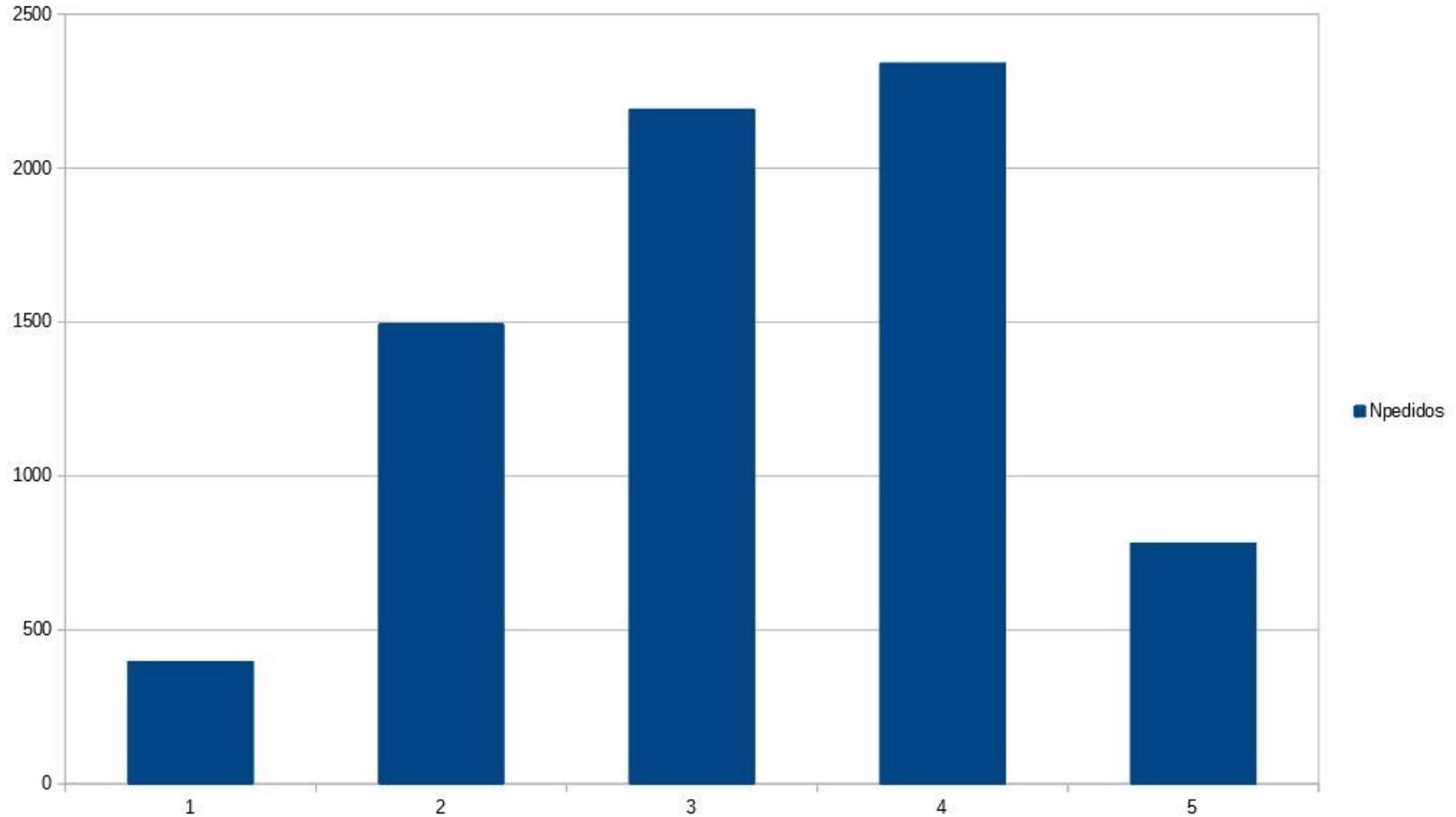
polipiel.com

Facturación (2015-2019)



polipiel.com

Pedidos (2015-2019)



puffdepera.com

¡NUEVAS OFERTAS DE PRIMAVERA! DTO de hasta el 50%

Quedan: 1d. 4h. 47m. 49s.

ATENCIÓN AL CLIENTE 966262833

GASTOS DE ENVÍO GRATIS



MI CUENTA



OFERTAS PUFF DE PERA PUFF RELLENO PARA PUFF PUFF CAMA COJÍN MUEBLES CON PALETS

INDESIGN WE TRUST
EL EQUIPO DE REFORMAS DE
**Pesadilla en
la cocina**

CONFÍA EN  Puff De Pera



EQUIPO DE REFORMAS DE
PESADILLA EN LA COCINA



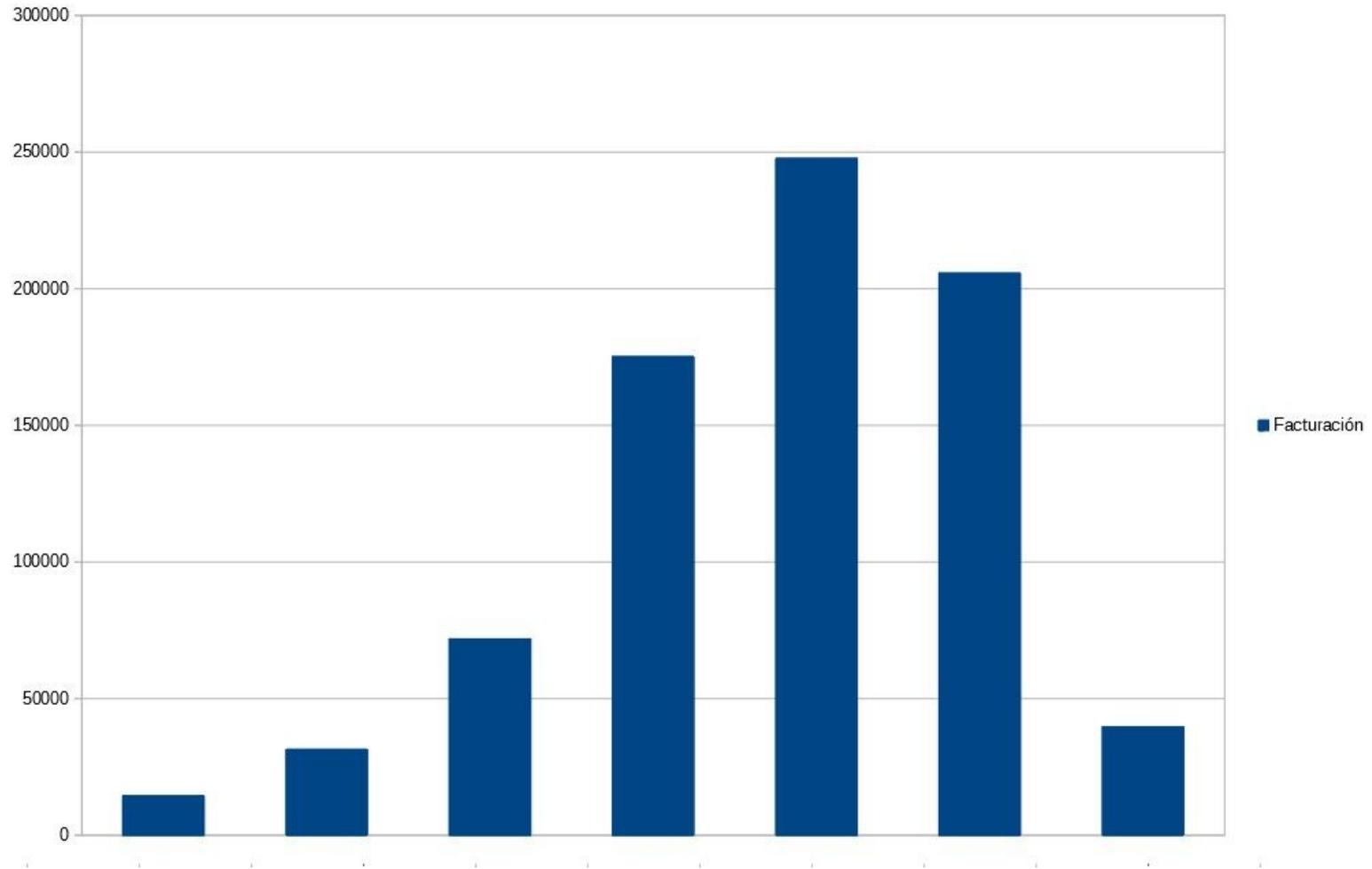
VENTA DE PUFFS PERA Y OTROS TIPOS DE PUFFS, SOMOS FABRICANTES

NUESTROS PUFF MAS VENDIDOS

PRODUCTOS EN STOCK
Recíbelos en 24h. [VER PRODUCTOS](#)

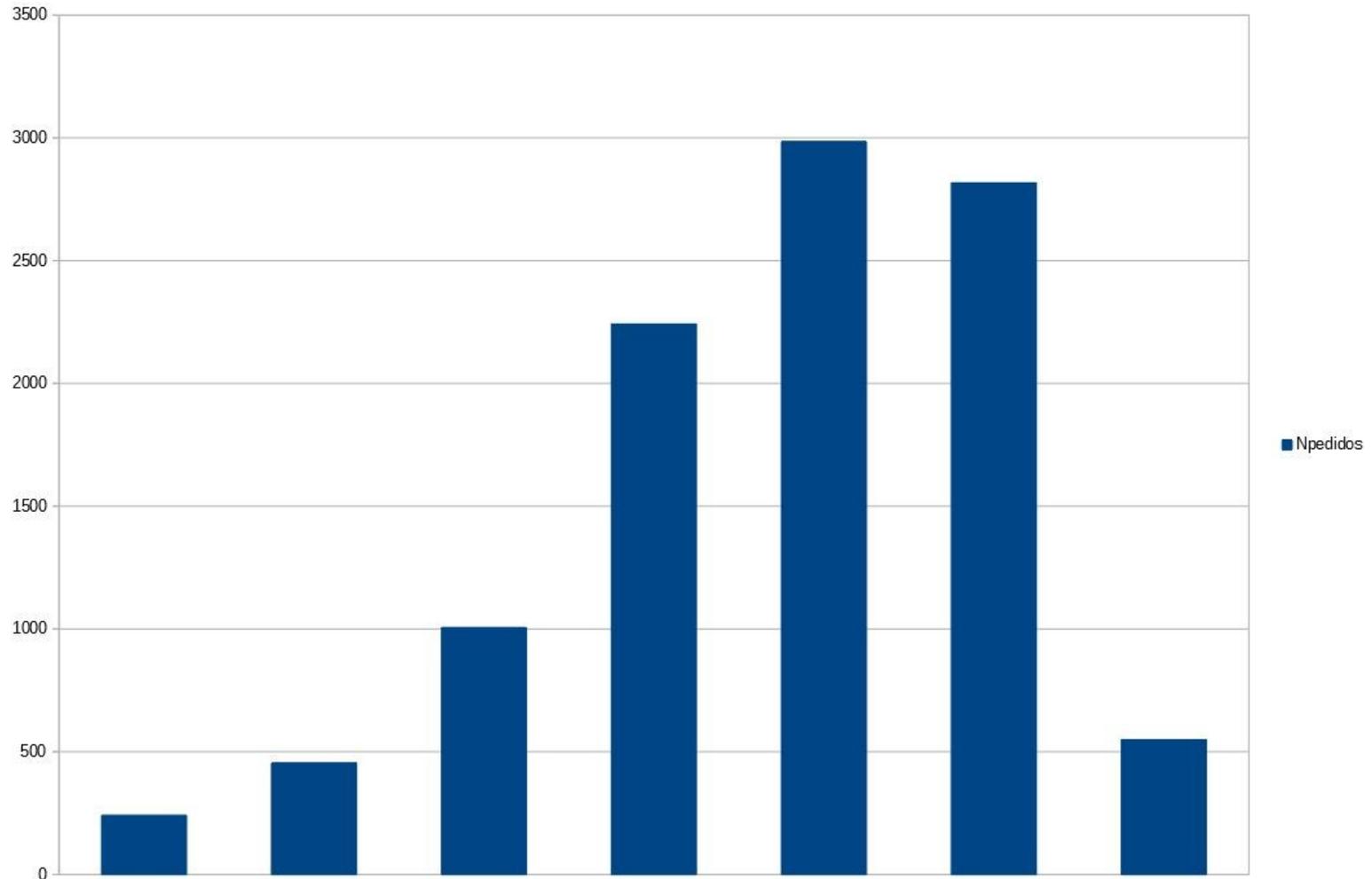
puffdepera.com

Facturación (2013-2019)



puffdepera.com

Pedidos (2013-2019)



Happers.es

¡NUEVAS OFERTAS DE PRIMAVERA! DTO de hasta el 40%

Quedan: 1d. 4h. 4m. 52s.

Happers · Irresistiblemente resistentes

RECOMENDADO POR NUESTROS CLIENTES



VER OPINIONES +34 966521120

 HAPPERS

INICIO COLECCIONES ▾ HAPPERS PROFESIONALES   



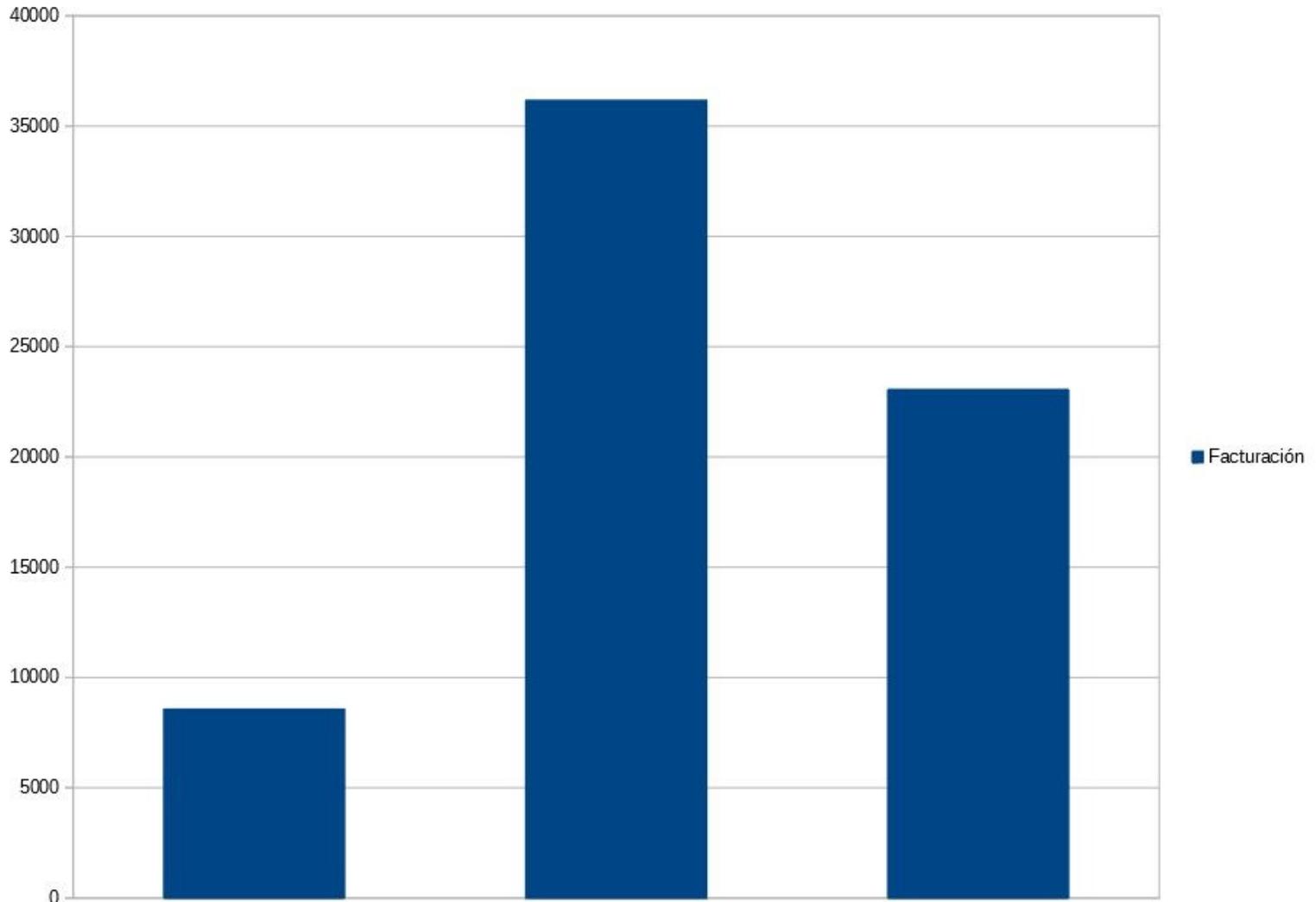
 HAPPERS

PUFFS IRRESISTIBLEMENTE RESISTENTES

 Ayuda

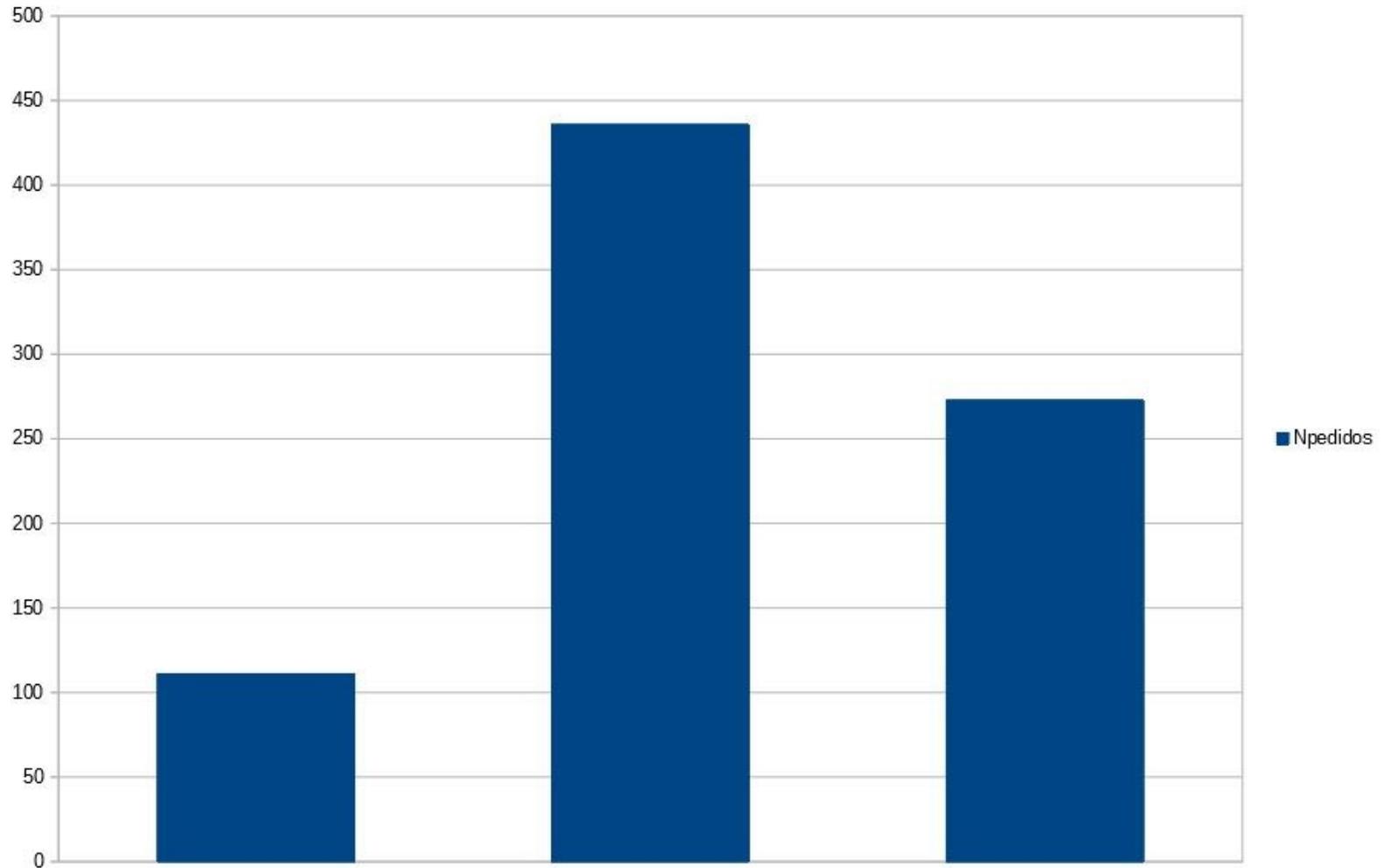
Happers.es

Facturación (2017-2019)



Happers.es

Pedidos (2017-2019)



En total entre las 4 tiendas...

+ 1.000.000 euros al año

Sin contar marketplaces

CLAVES

Una buena tienda ordenada y funcional, que inspira confianza

Buen producto, creación de buen producto y selección de buenos proveedores con buen producto

Inversión en marketing

Paciencia y mejora continua, realizando cambios para adaptarnos al cliente. Siempre mejorar la experiencia del cliente.



¡PROMOCIÓN PORTES GRATIS! | Quedan: 0d. 6h. 23m. 57s.

Inicio Cristales ▾ ¿Quieres ser Distribuidor? Opiniones Mi cuenta ▾ Contacto

Mi cuenta
(Bienvenido Carlos)



Carrito: Sin artículos

CONTACTA CON NOSOTROS
WhatsApp 681 675 700

Buscar

BUSCAR

MARCAS

ALCATEL
onetouch



ASUS

bq

CUBOT

DOOGEE

EI3

Elephone

Google

Hisense

htc

HUAWEI

KAZAM

lenovo

LG

MEIZU

MOTOROLA

Nintendo

NOKIA

ONEPLUS



POCO

SONY



Cristales para
MÓVILES



Cristales para
TABLETS



PRODUCTOS EN PROMOCIÓN



RESUMEN



Producto



Herramientas de medición

“Sobrevive el que puede **adaptarse al cambio**. No el más fuerte, no el más inteligente, sino el que mejor responde al cambio.”



Darwin

“Sin confianza no es posible
arriesgar.

Sin riesgo, estamos condenados a
hacer lo mismo de siempre”

Libro: “El principito se pone la corbata”



¿Cómo vender con éxito por Internet?

Datos, consejos, pautas y técnicas para aumentar ingresos online



Carlos Aparicio
Director comercial



www.mabisy.com



@mabisy | @carlosenlanube



comercial@mabisy.com



646 266 698