

Hernán González Buteler
Director de proyectos

Comercio electrónico ¡Dispara tus ventas!



Fases de Crecimiento

Puesta en Marcha

- Estrategia
- Publicación
- Monitorización

Crecimiento

- Incrementar y Analizar Tráfico
- Conversión Inicial
- Nuevos Clientes

Optimización

- Incrementar Valor por Cliente (CLTV)
- Mailing
- Anuncios

1. Puesta en Marcha de la Tienda Online

1. Definir Estrategia y KPIs
2. Crear Histórico de KPIs
3. Configurar Monitorización



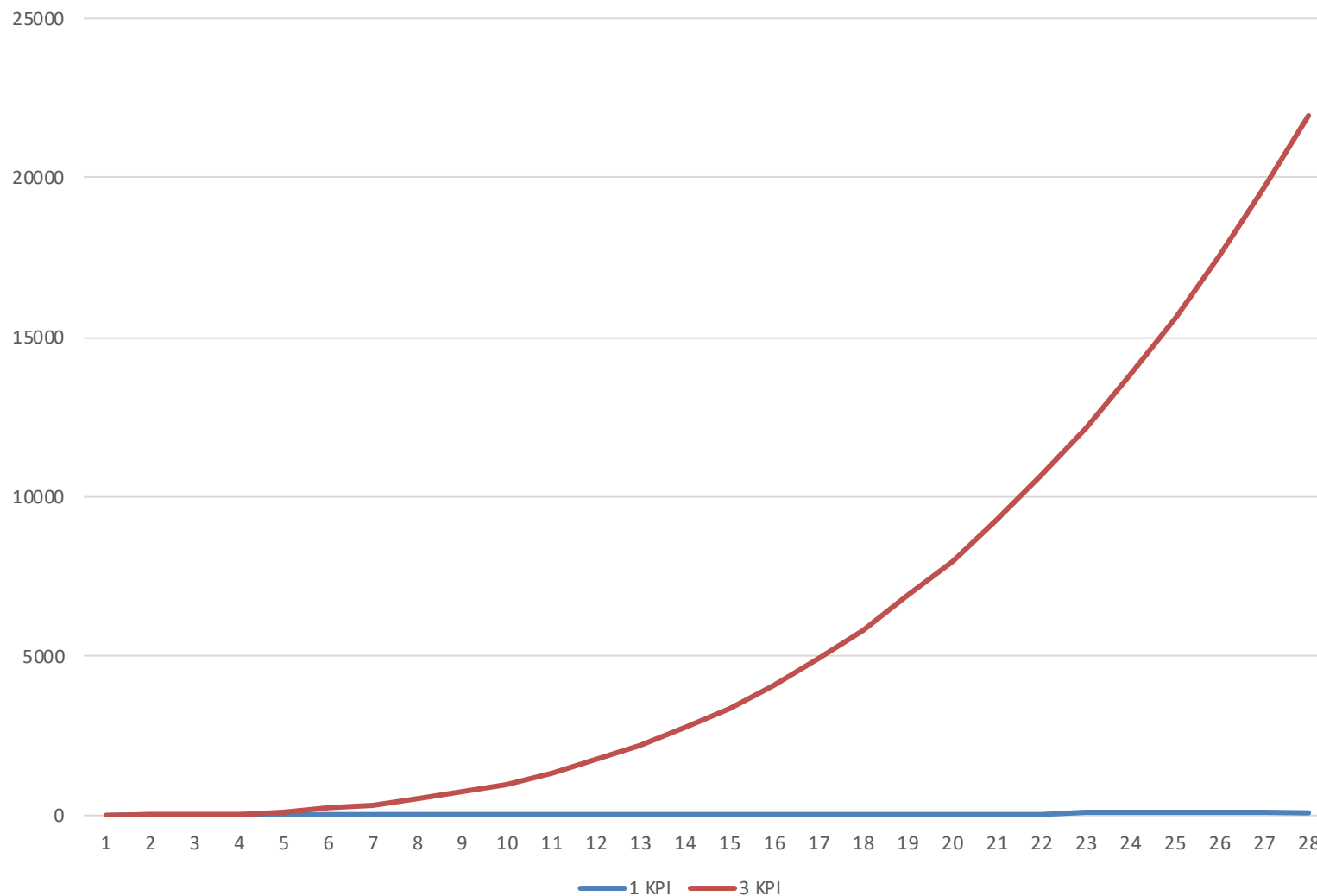


1.1. Definir Estrategia y KPIs

Facturación = CantidadDeClientes × CantidadDePedidosPorCliente × PedidoMedio

Facturación = Sesiones × TasaDeConversión × PedidoMedio

1.1.1. Mejorar de KPIS Simultánea: 1 KPI (azul) VS 3 KPIS (rojo)



1.2.1. Crear Histórico de KPIs en el Tiempo

KPI	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Facturación	900 €	1000 €	1010 €	1200 €	900 €	1220 €
Nuevos Clientes	10	20	8	9	10	16
Pedidos por Cliente	1	1,2	1,3	1,2	1	1,2
Pedido Medio	51 €	55 €	54 €	56 €	45 €	57 €
Sesiones	600	701	801	883	650	800
Conversión	1,2%	1,2%	1,3%	1,2%	1,2%	1,6%

1.2.2. Crear Histórico de KPIs por Canal y Tiempo

KPIs: Octubre 2019	Google (orgánico)	Google (de pago)	Google (referido)	Facebook	Instagram	Newsletter
Facturación	300 €	0 €	50 €	100 €	200 €	100 €
Nuevos Clientes	10	0	3	9	3	16
Pedidos por Cliente	22	0	3	1,2	4	5
Pedido Medio	51 €	55 €	54 €	56 €	45 €	57 €
Sesiones	200	0	201	283	150	100
Conversión	1,2%	0	1,3%	1,2%	1,2%	1,6%

1.2.3. Crear Histórico de KPIs por Acción/Mejora

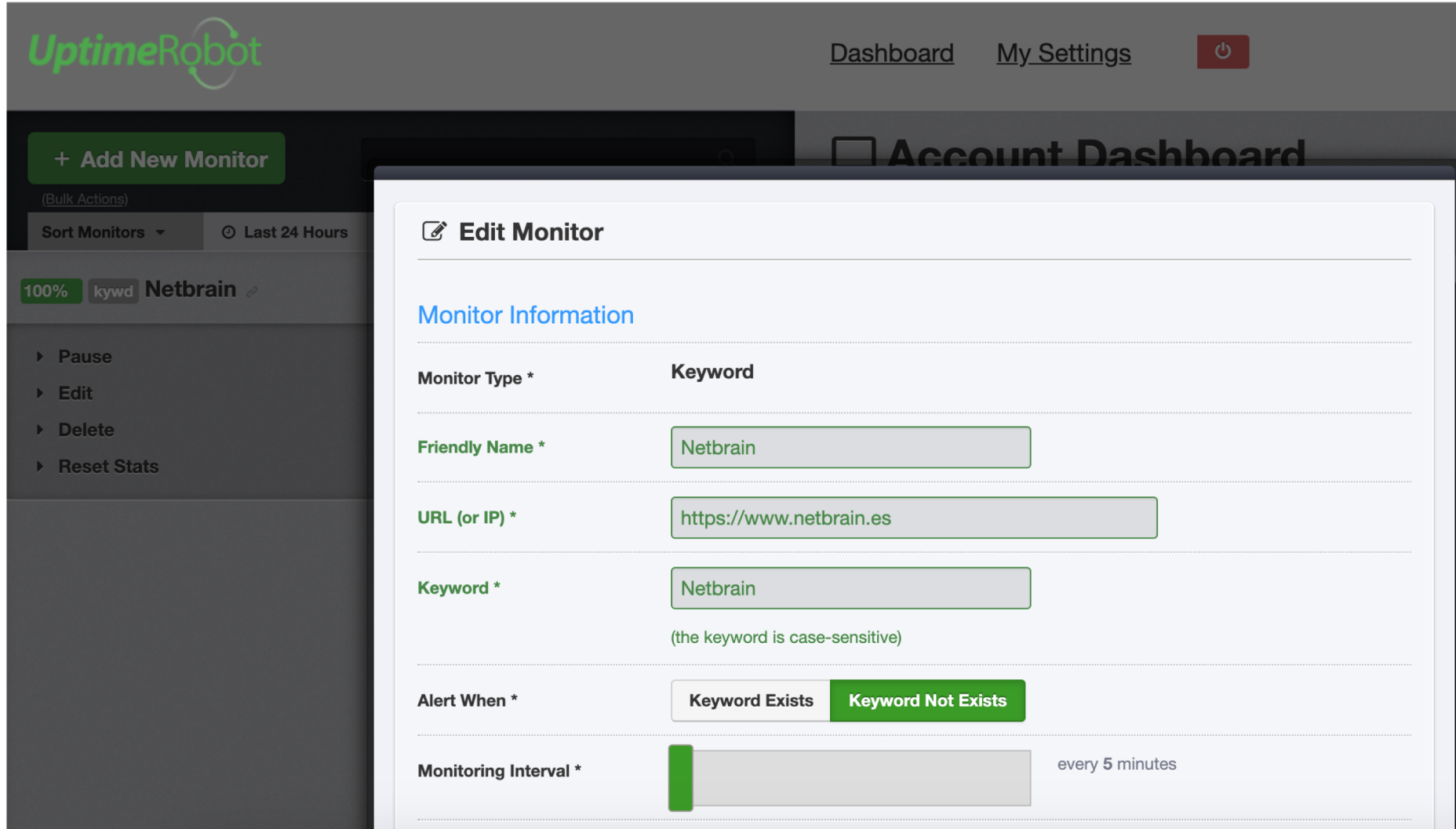
Acción	Facturación	Nuevos Clientes	Pedidos Por Cliente	Pedido Medio	Sesiones	Conversión	Inversión
Añadir nuevo método de pago "Paypal"						+10%	50 €
Campaña "2x1" en Google	1000 €	20			+20%		300 €
Newsletter abril	300 €	30			10	1,2	35 €
Email recuperar clientes	400 €		+10%				100 €

1.3. ¿Que monitorizar?

- **Tienda Online:** Detectar caídas. *Uptime Robot*
- **Indexación en Google:** *Search Console*
- **Tráfico:** Detectar caídas o picos. *Google Analytics*
- **Menciones:** *Google Alerts*



1.3.1. Crear Alerta de Caída de Web con Uptime Robot

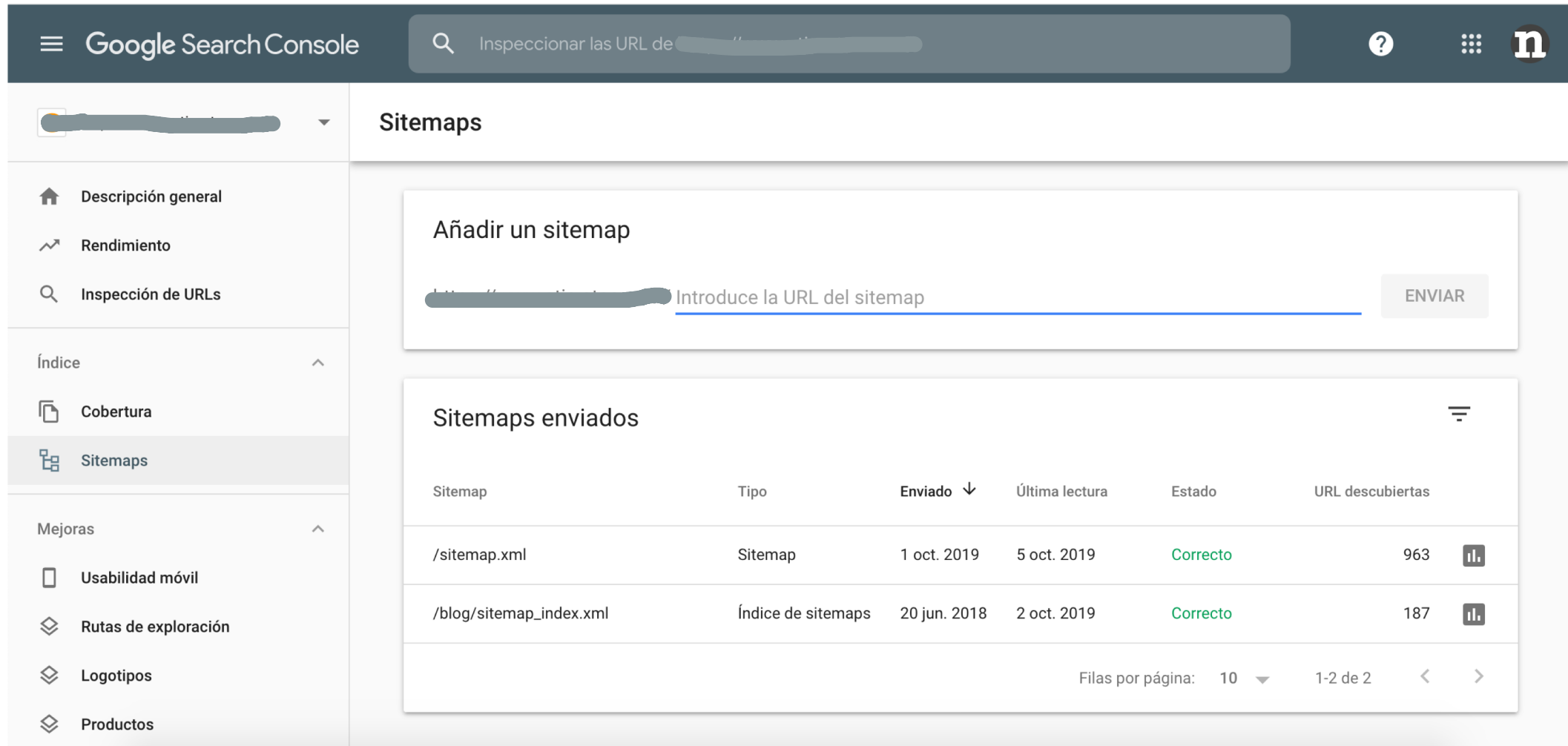


The screenshot shows the UptimeRobot dashboard with the 'Edit Monitor' modal open. The modal is titled 'Edit Monitor' and contains the following fields and options:

- Monitor Type ***: Keyword
- Friendly Name ***: Netbrain
- URL (or IP) ***: https://www.netbrain.es
- Keyword ***: Netbrain
(the keyword is case-sensitive)
- Alert When ***: Keyword Not Exists (selected)
- Monitoring Interval ***: every 5 minutes

The background shows the UptimeRobot dashboard with a sidebar containing a '+ Add New Monitor' button and a list of monitors. One monitor is visible: 'Netbrain' with a status of '100%' and type 'kywd'. The main area shows the 'Account Dashboard'.

1.3.2. Monitorización de sitemap.xml con Google Search Console

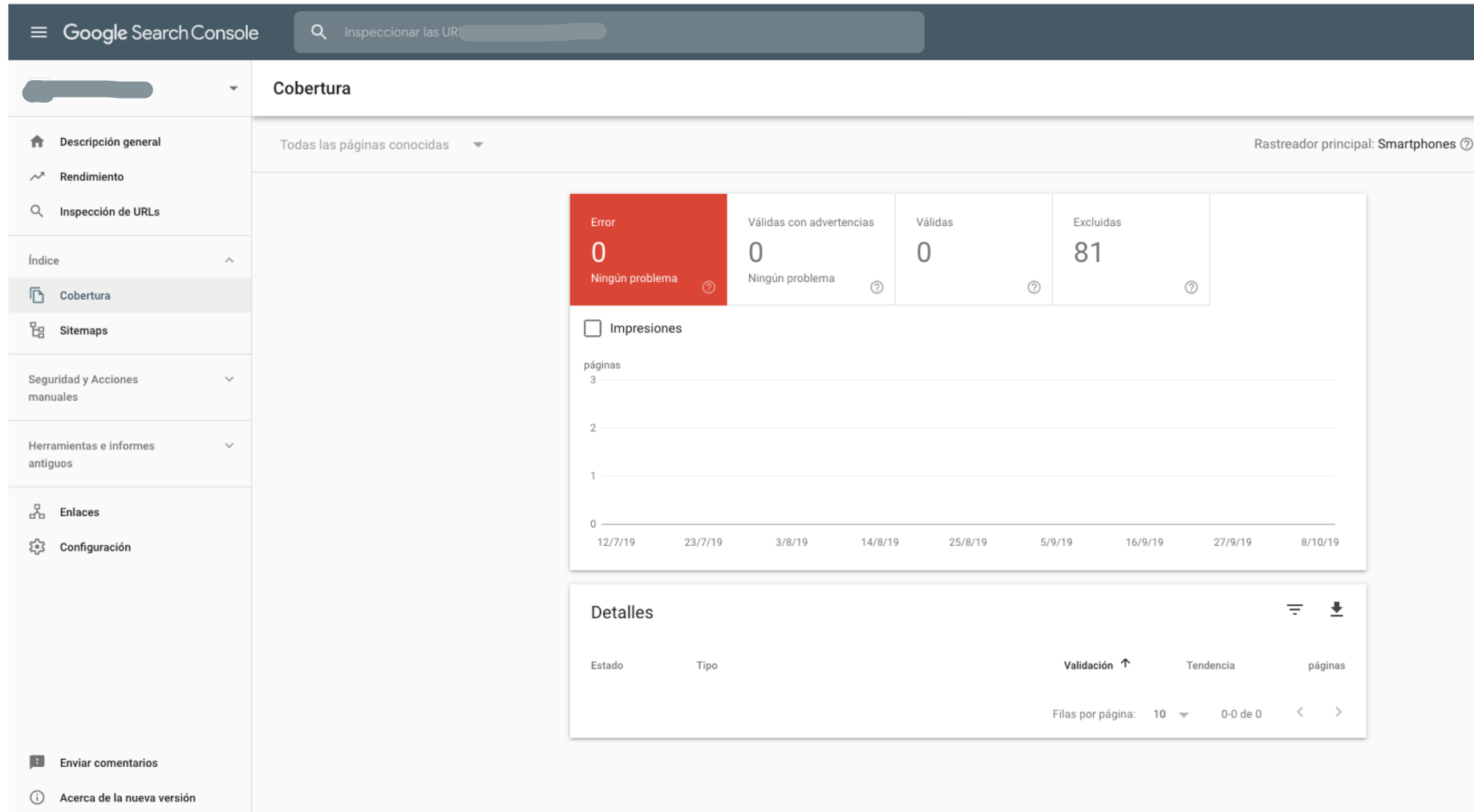


The screenshot shows the Google Search Console interface for a website. The top navigation bar includes the Google Search Console logo, a search bar with the text "Inspeccionar las URL de", and a user profile icon. The left sidebar contains a menu with options: Descripción general, Rendimiento, Inspección de URLs, Índice, Cobertura, Sitemaps (selected), and Mejoras. The main content area is titled "Sitemaps" and features a section "Añadir un sitemap" with a text input field and an "ENVIAR" button. Below this is a table titled "Sitemaps enviados" showing the status of submitted sitemaps.

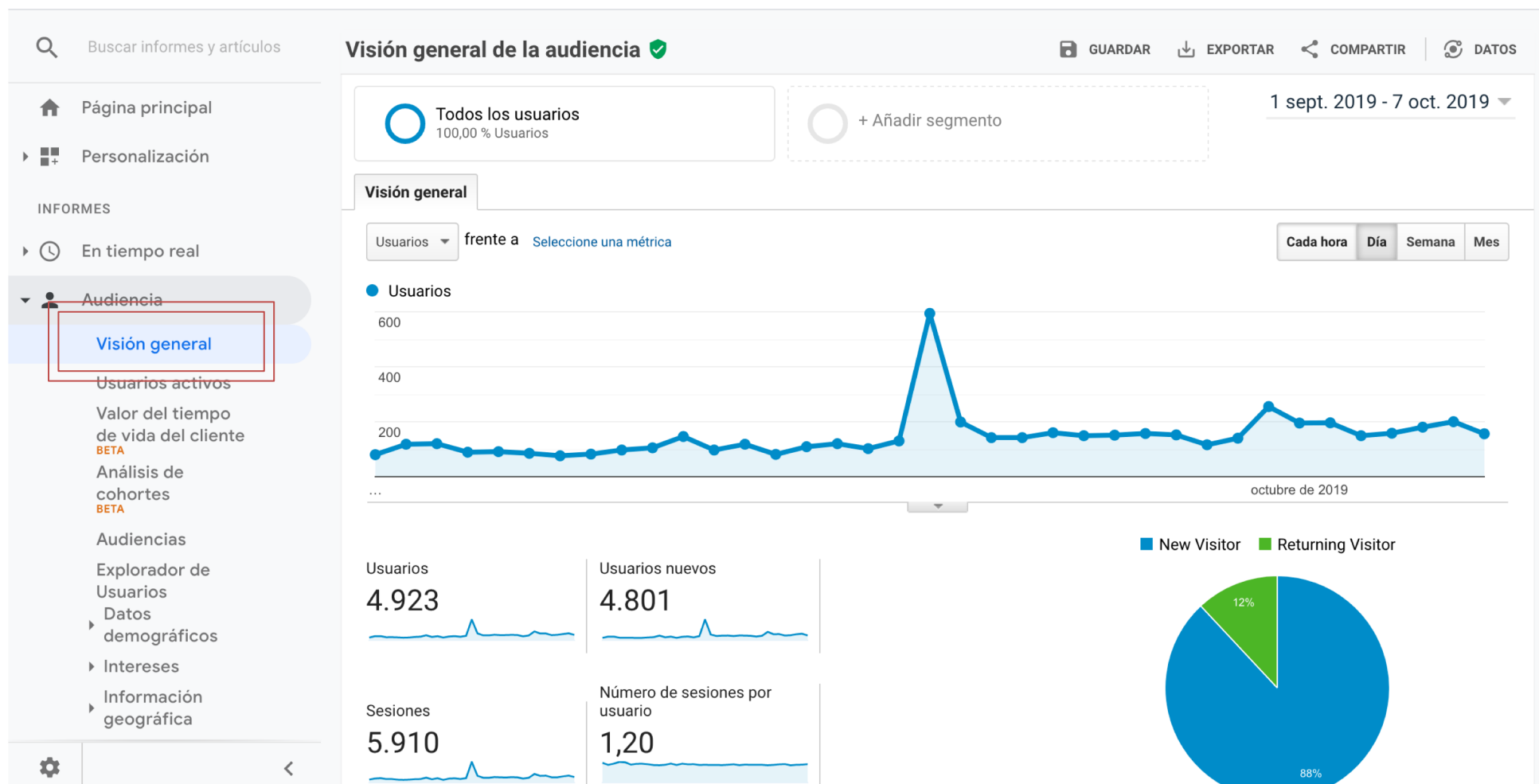
Sitemap	Tipo	Enviado ↓	Última lectura	Estado	URL descubiertas
/sitemap.xml	Sitemap	1 oct. 2019	5 oct. 2019	Correcto	963
/blog/sitemap_index.xml	Índice de sitemaps	20 jun. 2018	2 oct. 2019	Correcto	187

At the bottom right of the table, there is a pagination control: "Filas por página: 10" and "1-2 de 2".

1.3.3. Monitorización de Cobertura con Google Search Console



1.3.4. Seguimiento de Picos y Valles con Google Analytics



1.3.5. Crear Alertas de Caída de Tráfico con Google Analytics

Nombre de la alerta:

Aplicar a: **Todos los datos de sitios web y**

Periodo:

☐ Enviarme un correo electrónico cuando la alerta se active

Condiciones de alerta

Esto corresponde a

Alertarme cuando

Condición

Valor

En comparación con

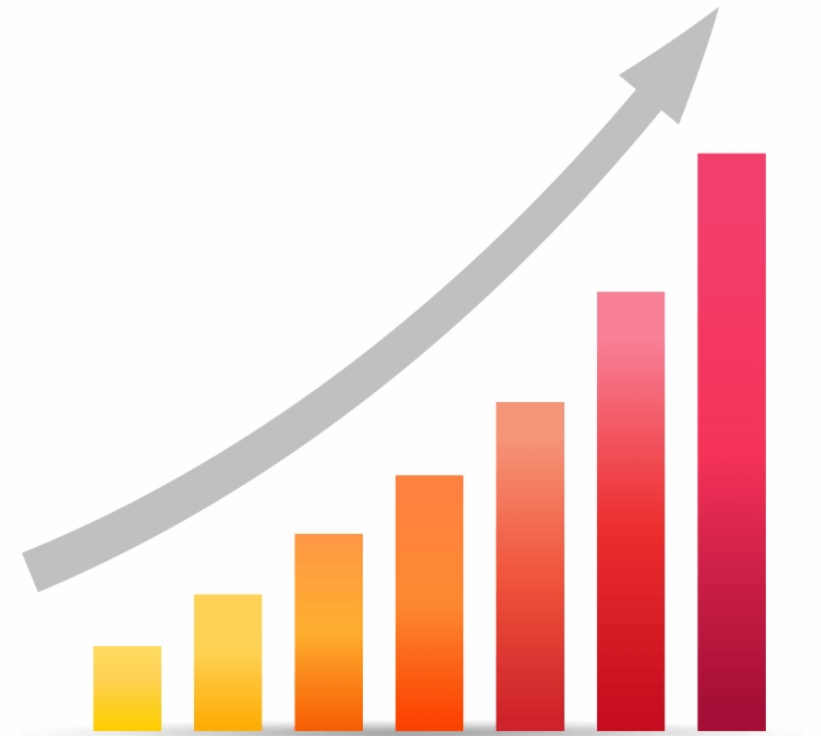
El día anterior

✓ El mismo día de la semana anterior

El mismo día del año anterior

2. Crecimiento

1. Incrementar tráfico
2. Analizar tráfico
 - Errores y UX
 - Problemas de Conversión
3. Mejora Inicial de Conversión
4. Atraer Nuevos Clientes



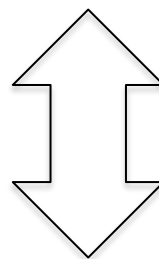
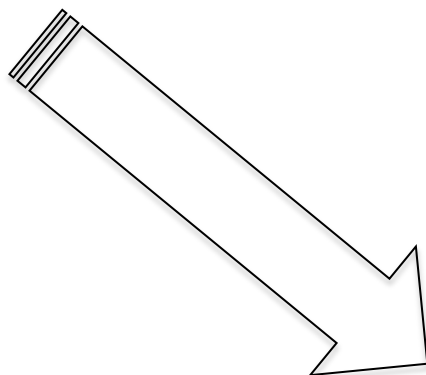
2.1. Incrementar Tráfico

Google

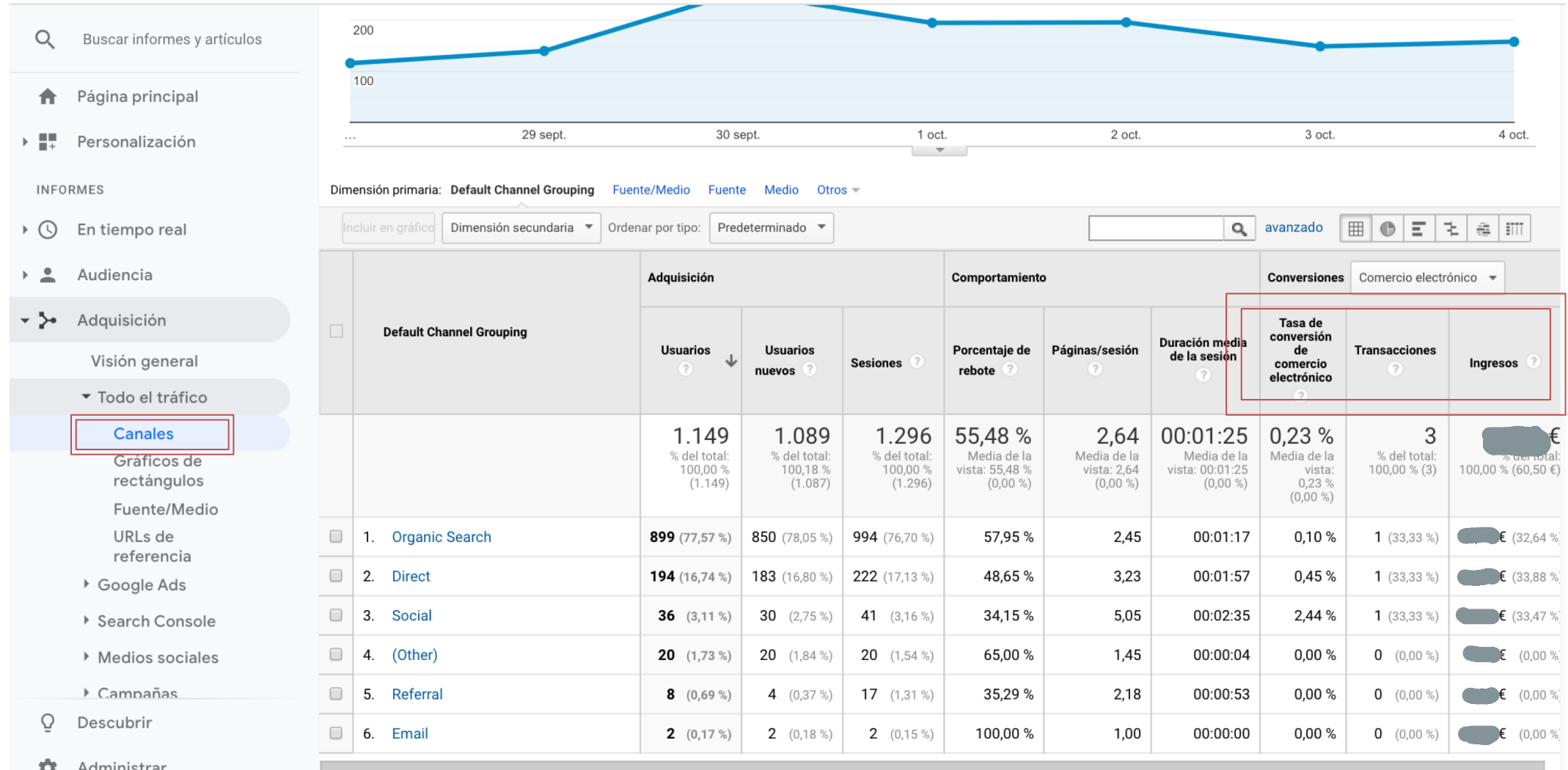


KPI:

- Seguidores
- Publicaciones



2.1.1. Analizar Importancia por Canal con Google Analytics



2.1.2. Incrementar Tráfico en Google: Acciones



- **SEO:**
 - **SEO On-Page**
 - *woorank.com y Google Snippet*
 - **Generar Contenidos - “Long Tail”**
 - **SEO Off-Page**
 - Link Building
 - *enlazator.com y monitorbacklinks.com*
- **Marketing de Contenidos**
 - *keywordtool.io, answerthepublic.com, Adwords*
 - *Publisuites.com*
- **Monitorización:**
 - Ranking de palabra clave
seranking.com
 - Cantidad de enlaces entrantes con Search Console
 - “Visitas” a las páginas, “rebotes” y “abandono” con *Google Analytics*

2.1.3. Incrementar Tráfico en Google: Campos SEO



Name*

Open In New Window ☐

CSS ID

CSS Class

Advanced

SEO Title
SEO Title should be 60 chars or less, 55 chars used.

Meta Description
Meta Description should be 156 chars or less, 155 chars used.

Keywords

Page Url: ✓

Default Page ☒

[Delete](#) [Duplicate](#) [Update](#)

Google

Web Shopping Images Books News More Search tools

About 94,300,000 results (0.26 seconds)

Living Room Chairs - Overstock.com
www.overstock.com/.../Living-Room-Chairs/.../subcat.ht... Overstock.com
Living Room Chairs: Thousands of Deals, Thousands in Savings at Overstock™ - Your Online Living Room Furniture Store! Get 5% in rewards with Club O!
Accent Chairs - Under \$150 - Recliners - Arm Chairs

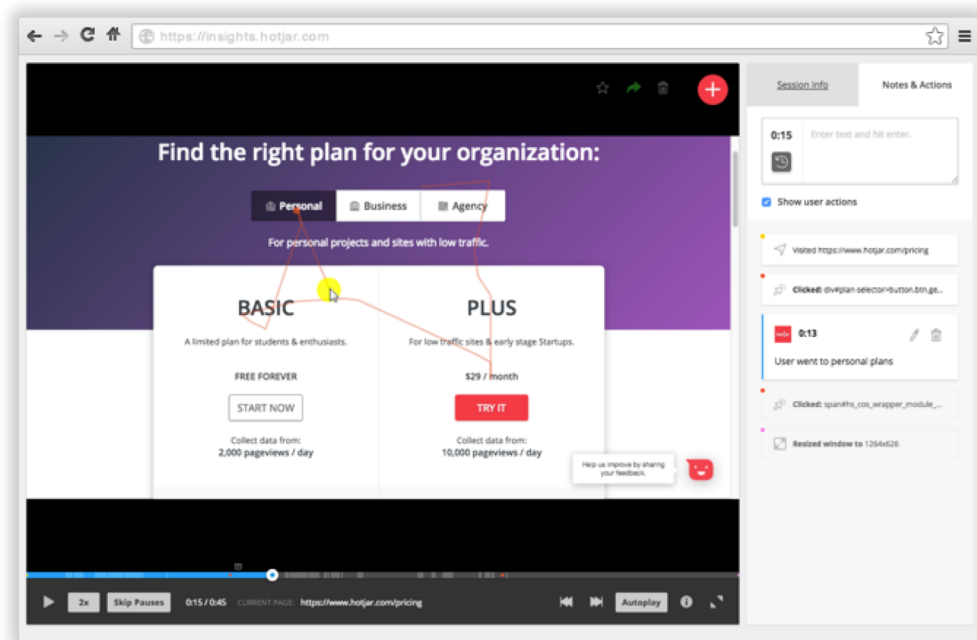
Living Room Chairs : Target
www.target.com/c/chairs-living-room.../-/N-5xtlz Target Corporation
Target has comfy and stylish seating for your living room. Choice from a variety of upholstered chairs, leather chairs and more.

2.2. Analizar Tráfico

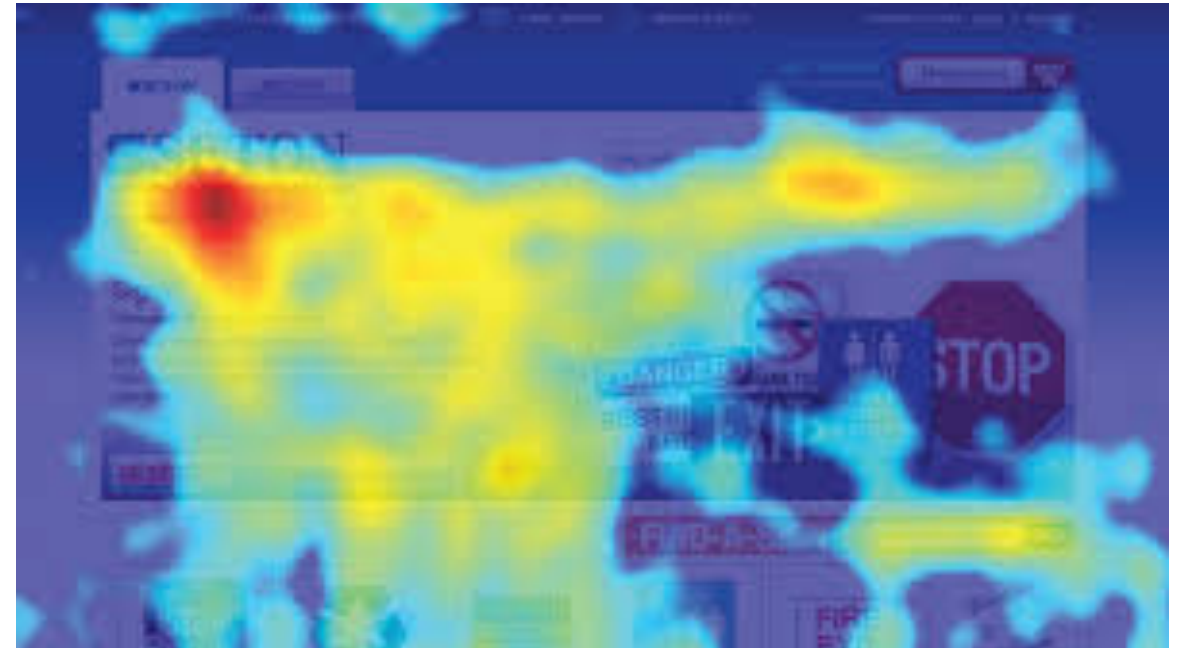
- Errores, Usabilidad (UX) y Comportamiento
- Problemas de Conversión (CRO)



2.2.1. Errores, UX, Conversión y Comportamiento con Hotjar



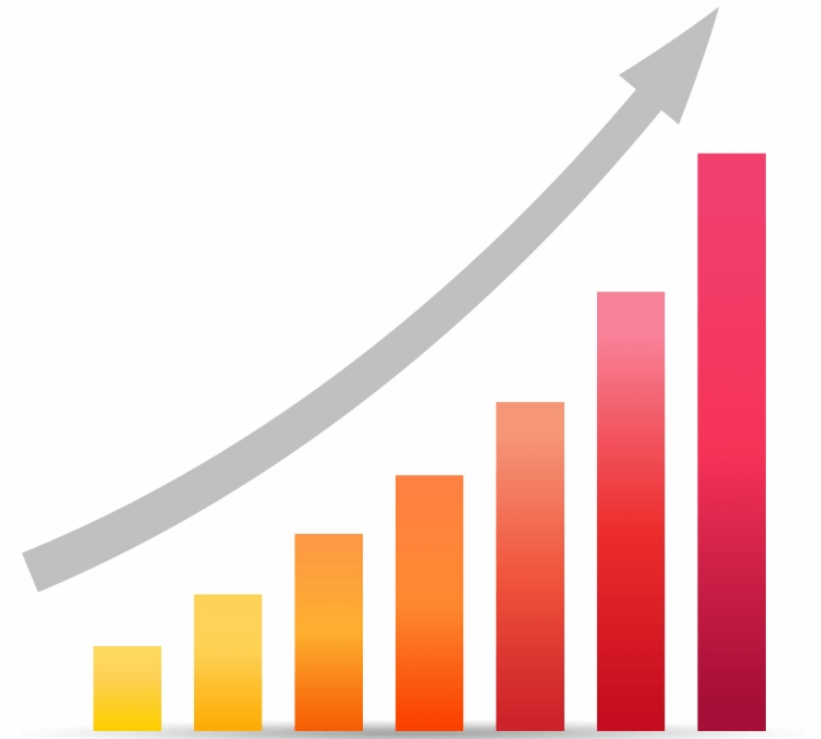
Video



Mapa de Calor

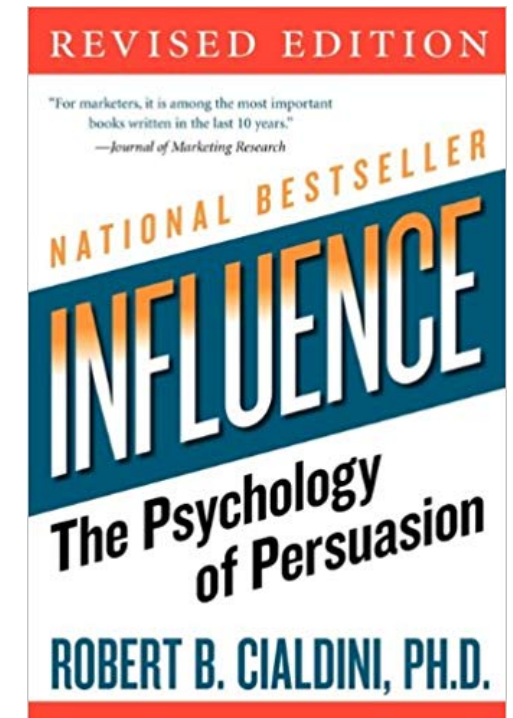
2.3. Mejora Inicial de Conversión

- **Home**
 - Destacar productos y categorías más populares
 - Mostrar beneficios de comprar en mi tienda
- **Página de producto**
 - Ficha de producto atractiva
 - Mostrar beneficios de comprar en mi tienda
 - Valoraciones - invitar a valorar (por email)
- **Checkout**
 - Permitir compra sin registrarte o con redes sociales



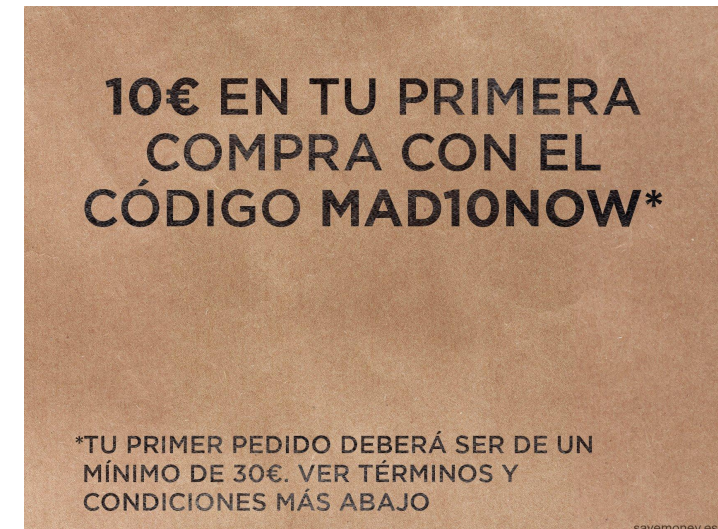
2.3.1. Conversión: Principios de Persuasión de Robert Cialdini

- **Reciprocidad** (dar algo de valor): Información de valor, buena experiencia, regalo, etc.
- **Escasez**
 - Stock / tiempo limitado.
 - Descuentos durante tiempo limitado.
- **Autoridad**: Argumento de expertos / famosos.
- **Compromiso y coherencia**: Aviso de stock.
- **Prueba social**: Valoraciones
- **Simpatía**: Diseño y estilo de la web, comunicación, fotos, etc.
- **Otros**: Neuro-marketing y PNL



2.4. Atraer a Nuevos Clientes

- **Campañas de Anuncios**
 - **Cupones** de descuento (compartir)
 - Solo para **primera compra**
 - Promover **escases** (Solo hasta el 20 de octubre)
- **Invita a un amigo** y consigue 10 € de descuento



2.4.1. Campaign URL Builder

Enter the website URL and campaign information

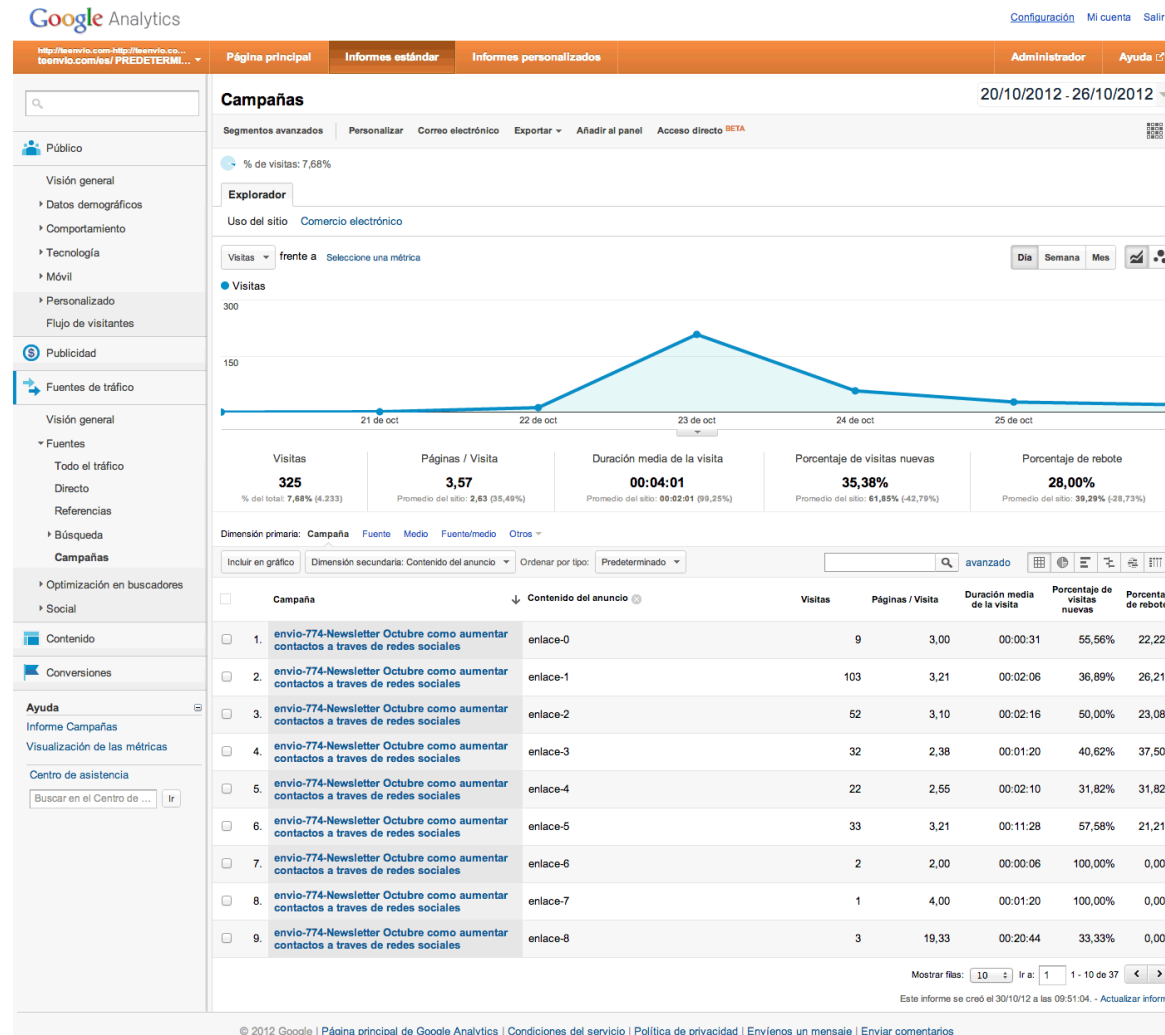
Fill out the required fields (marked with *) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. *Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.*

	<input type="text" value="Campaign URL Builder"/>
* Website URL	<small>The full website URL (e.g. <code>https://www.example.com</code>)</small>
* Campaign Source	<input type="text" value="facebook"/> <small>The referrer: (e.g. <code>google</code> , <code>newsletter</code>)</small>
* Campaign Medium	<input type="text" value="anuncio"/> <small>Marketing medium: (e.g. <code>cpc</code> , <code>banner</code> , <code>email</code>)</small>
* Campaign Name	<input type="text" value="nuevosclientes1019"/> <small>Product, promo code, or slogan (e.g. <code>spring_sale</code>)</small>
Campaign Term	<input type="text"/> <small>Identify the paid keywords</small>
Campaign Content	<input type="text"/> <small>Use to differentiate ads</small>

Share the generated campaign URL

Use this URL in any promotional channels you want to be associated with this custom campaign

2.4.2. Ver Tráfico por Campaña en Google Analytics

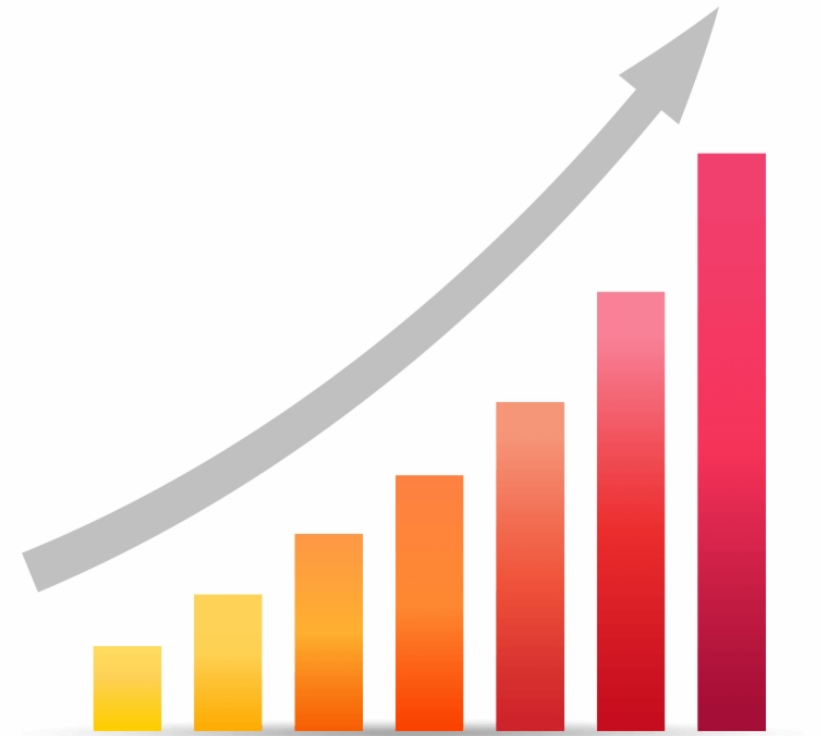


2.4.3. Registrar Acciones y KPIs

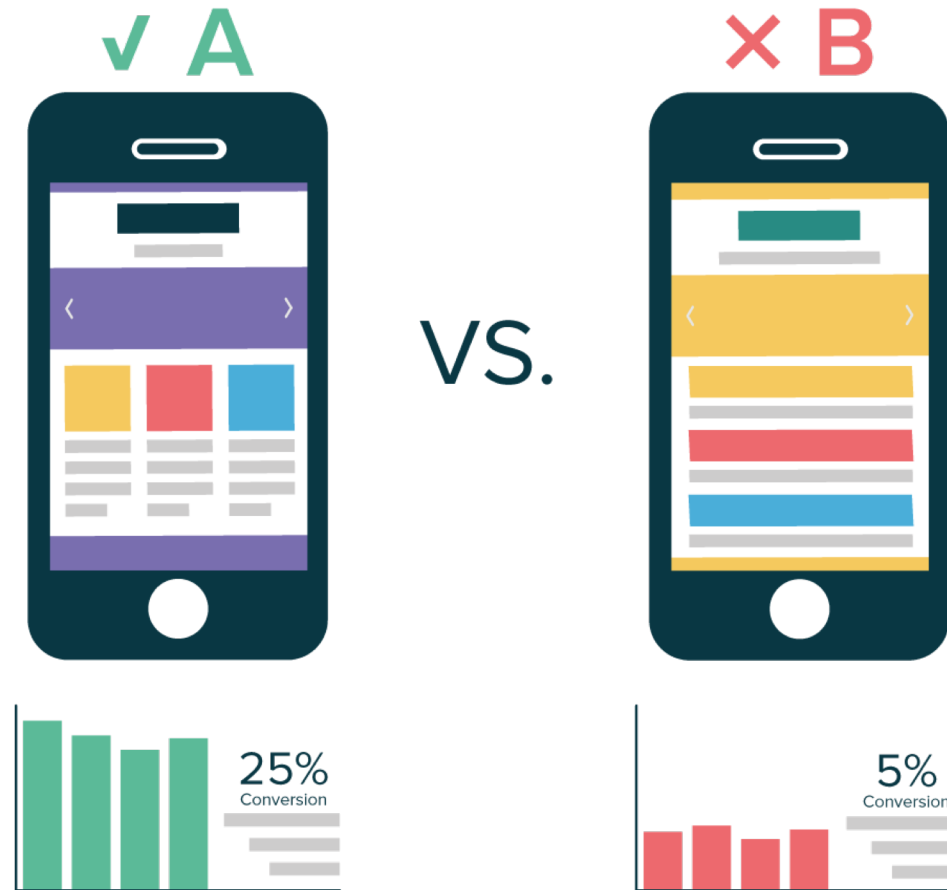
Acción	Facturación	Nuevos Clientes	Pedidos Por Cliente	Pedido Medio	Sesiones	Conversión	Inversión
Anuncio con código de descuento SHOP2019 en Facebook	200	10				15%	50 €
Invita a un amigo AGOSTO		20					100 €
Anuncio Instagram Loss Leader	300 €	15				20%	100 €

3. Optimización

1. **A/B Testing**
2. **Mailing**
3. **Crear Campañas de Pago (Nuevos Clientes)**
4. **Incrementar Valor por Cliente (CLTV)**



3.1. A/B Testing



3.2. Mailing



- **Campañas para incrementar CLTV:**
 - Newsletter con descuentos de temporada
 - Ofreciendo nuevos productos (escasez)
 - Felicitación de cumpleaños con cupón de descuento
 - Recuperar carritos abandonados
 - Recuperar clientes que hace tiempo que no compran, ofreciéndoles un descuento.
- **Inbound Marketing**
 - Lead Magnet
 - Envío de emails enseñando al usuario problemática y nuestra solución.

3.2.1. Campañas de Mailing - Histórico (nuevos KPIs)

Acción	Enviados	Apertura (título)	Clics (contenido)	Rebotes (listas)	Facturación
Newsletter abril					
Newsletter mayo	1000 €	20			+20%
Newsletter día de la madre	300 €	30		1,2	1
Newsletter navidad			+10%		

3.3. Crear Campañas de Pago: Solo Nuevos Clientes



The screenshot shows the EL PAÍS website. On the left, there are vertical banners for travel deals: "VIAJAS, LUEGO EXISTES..." and "VIAJA MÁS LEJOS CON 20.000 PUNTOS DE BIENVENIDA". The main content area features a news article titled "La nueva jefa del FMI alerta de que la escalada proteccionista puede lastrar a una generación" by LUIS DONCEL. To the right of the article is a display advertisement for "socofy Handmade cozy shoes Genuine Leather" showing a pair of brown leather boots. The ad includes a play button icon and the text "DESCUBRE CÓMO >".

Display

The screenshot shows Google search results for the query "zapatos". The search bar at the top shows "zapatos" and the Google logo. Below the search bar, there are tabs for "Todo", "Imágenes", "Maps", "Shopping", "Noticias", "Más", "Configuración", and "Herramientas". The results show approximately 343,000,000 results in 0.79 seconds. The "Shopping" tab is selected, displaying a grid of shoe products from various brands like Martinelli, Polo Ralph Lauren, Converse, and Merkal. Each product listing includes the brand name, product name, price, and a link to the retailer's website. The word "Search" is written in large red letters across the middle of the results.

Shopping

3.3.1. Uso Eficiente del Presupuesto: Remarketing



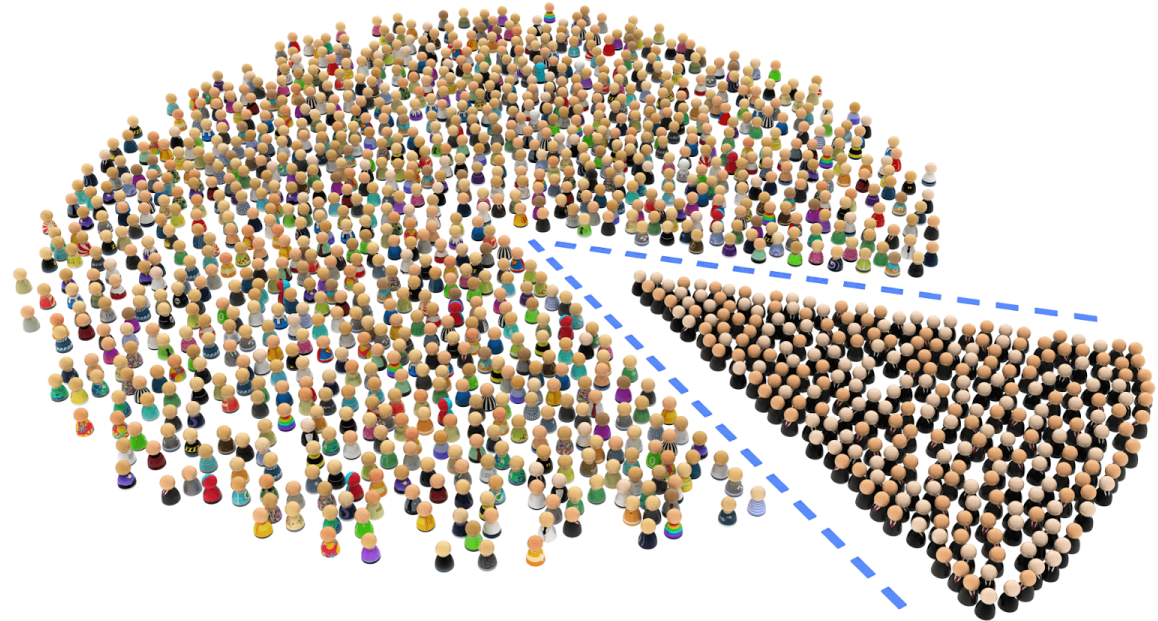
- **Mejorar mis anuncios de primera compra**
 - Incluir a aquellos que han visitado mi blog y han estado leyendo varios artículos.
 - Excluir a clientes actuales
- **Reactivar a Clientes** que hace tiempo que no compran
- **Anuncios a Lead Magnet**

3.3.3. Campañas: Anuncios - ¿Segmentar Ventas y Conversión?



3.3.2. Campañas: Segmentación

- **Geográfica**
 - País
 - Ciudad
 - Idioma
- **Demográfica**
 - Edad
 - Género
 - Salario
 - Educación
 - Estado civil
- **Comportamiento**
 - Intereses
 - **Remarketing:** Visitó la web o contenido en concreto
 - **Remarketing:** Compró productos



3.4. Incrementar Valor por Cliente (CLTV)

1. Repetición de compra
2. Aumento del Valor Medio del Pedido
3. Mejoras de Conversión



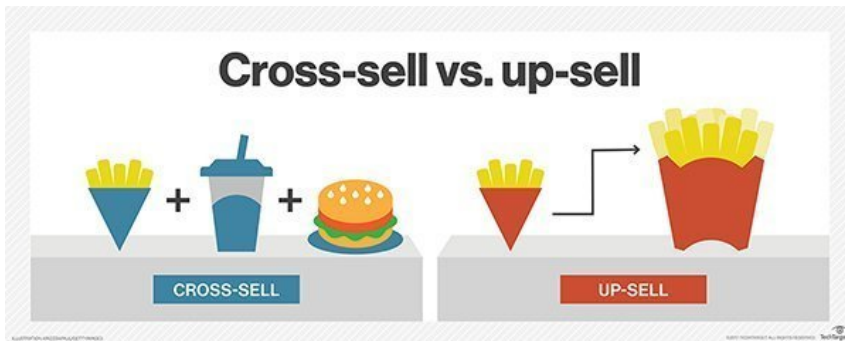
3.4.1. Repetición de Compra

- **Mejorar experiencia del cliente (Comunicación).**
- **Newsletter**
- **Suscripción**
- **Ride along: Meter un folleto en tu pedido (prueba nuestros productos)**
- **Programa de fidelización por puntos**
- **Trip wires (A saldo)**



3.4.2. Aumento del Valor Medio del Pedido

- Pedidos gratis a partir de cierto valor (superior al pedido medio)
 - “Te faltan 35 € para tener gastos de envío gratis”
- Bundles (Packs)
- Order bumps (un simple check)
- Cross-sell (antes y después)
- Up-sell Funnel (justo después)



3.4.2.1. Cross-sell

Si quieres, complementa tu pedido

¡Nuestras pizzas están buenísimas! si además las acompañas con alguna de nuestras sugerencias la experiencia será inolvidable. Mira lo que tenemos para completar tu pedido y no te cortes.

[Volver a la carta](#)

Te sugerimos



Cheese & Bacon Fries 3€

Patatas con bacon crispy y salsa cheddar.

Aplicar



Combo 3'95€

Alitas + Patatas.

Aplicar



2x1 Bebidas

Refrescos de 50 cl.

Aplicar

Tu pedido a domicilio

Tienda:

LOGROÑO 2

Pecado Carnal

19,95 €



Mediana | Original

▼ Ver Ingredientes

Extravaganzza

19,95 €



Mediana | Original

▼ Ver Ingredientes

Precio con promoción

18,50 €



▼ Ver Detalles

B&J's Chocolate Fudge Brownie

7,30 €



Grande

Precio con promoción

4,25 €



3.4.2.2. Up-sell Funnel

Tu pedido ha sido enviado a nuestro almacén y se procesará en breve.

¡Pero espera, todavía no hemos finalizado!

Si bien el producto X te ayudará a conseguir Y. Pero te gustaría un Z que te ayuda a conseguirlo más rápido?

Presentar el producto Z y explicar porqué es más rápido.

Comprar en 1-clic

Fases de Crecimiento

Puesta en Marcha

- Estrategia
- Publicación
- Monitorización

Crecimiento

- Incrementar y Analizar Tráfico
- Conversión Inicial
- Nuevos Clientes

Optimización

- Incrementar Valor por Cliente (CLTV)
- Mailing
- Anuncios

Descarga la presentación en este enlace



<http://bit.ly/netbrain1019>