

net.
brain.es[®]
Creating Solutions

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



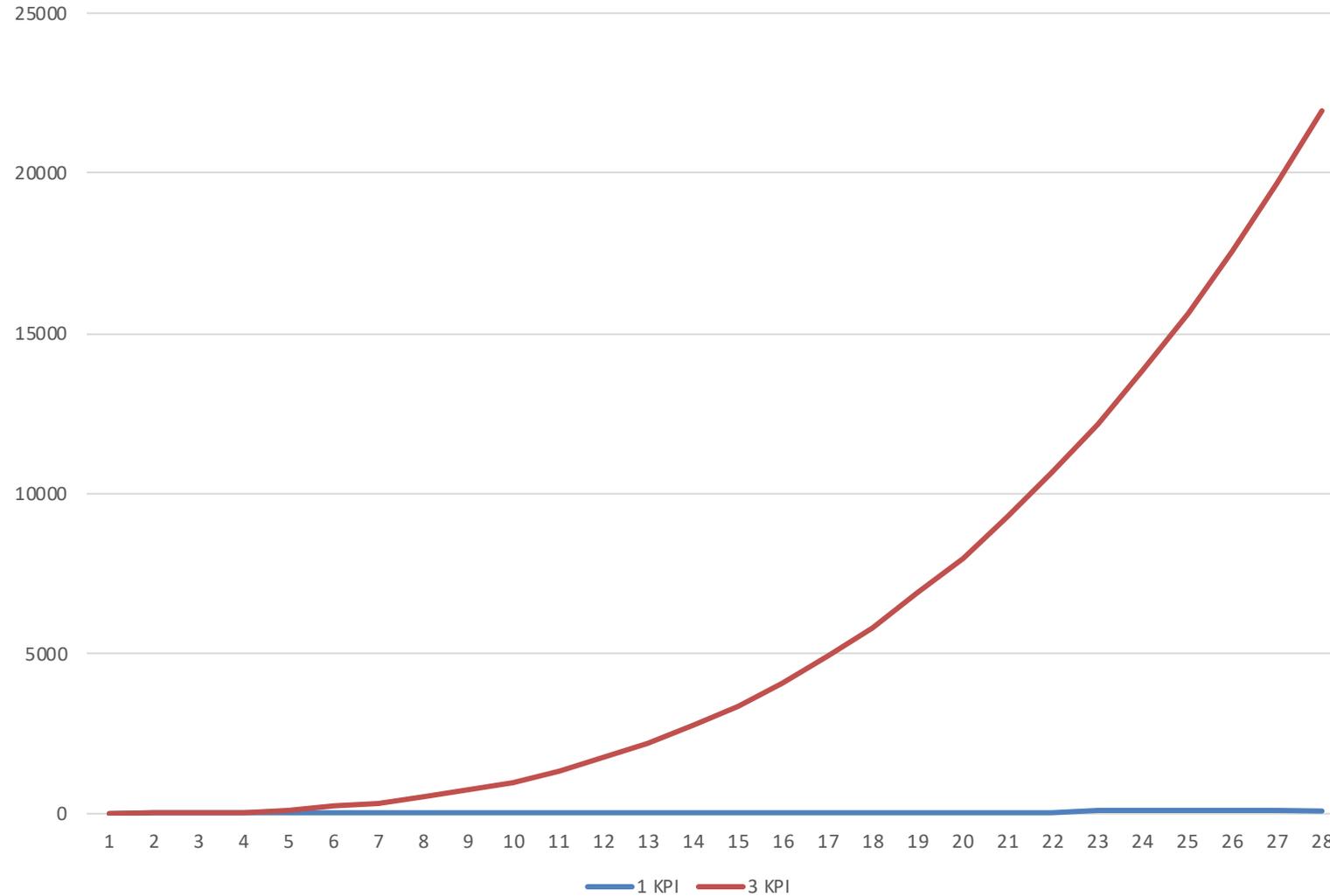


1.1. Definir Estrategia y KPIs

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*

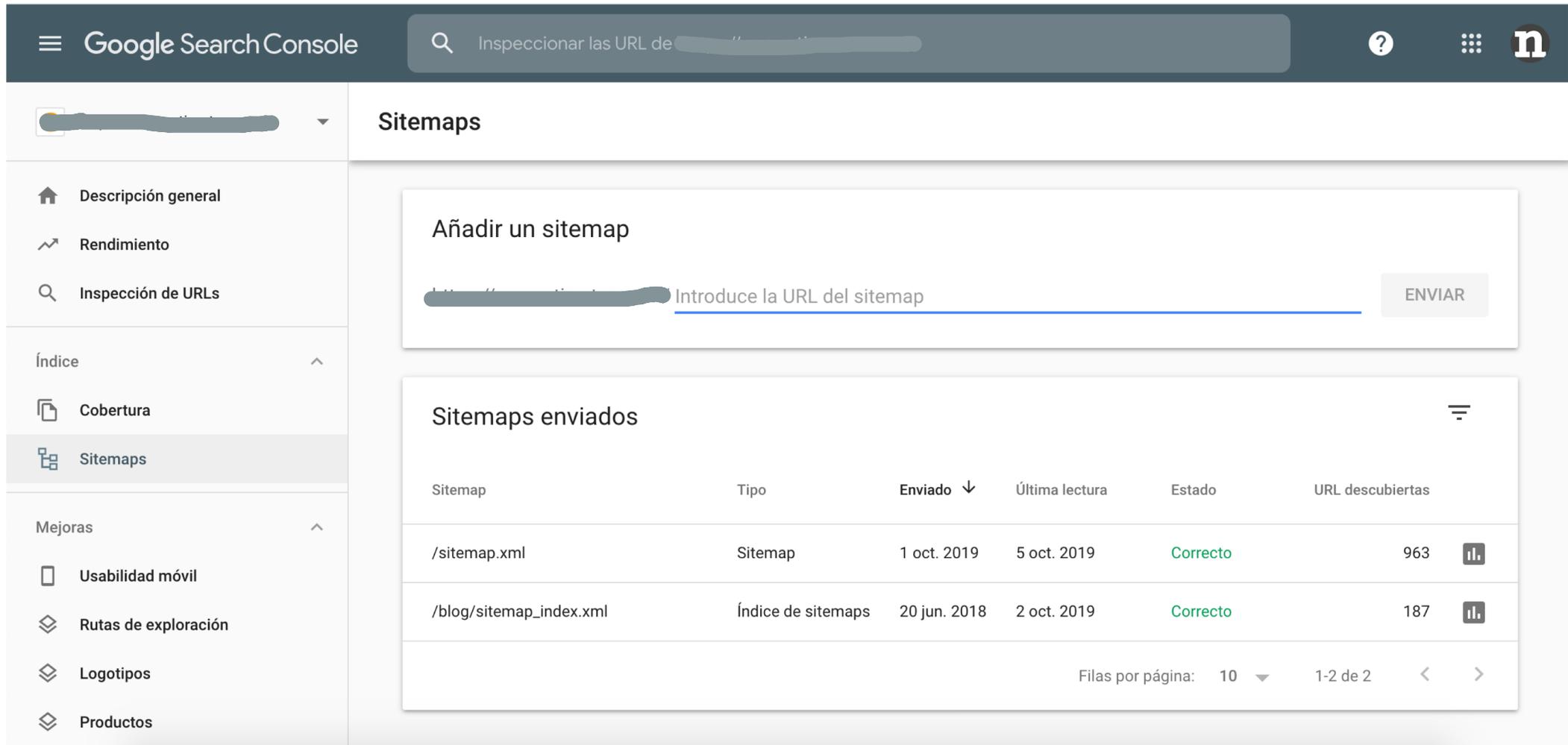


1.3.1. Crear Alerta de Caída de Web con Uptime Robot

The screenshot shows the Uptime Robot interface. At the top, there's a navigation bar with 'Dashboard', 'My Settings', and a power icon. Below that, a sidebar on the left contains a '+ Add New Monitor' button and a list of actions: 'Pause', 'Edit', 'Delete', and 'Reset Stats'. The main content area displays a modal window titled 'Edit Monitor'. Inside this modal, the 'Monitor Information' section is visible. It includes the following fields and options:

- Monitor Type ***: (Field is empty)
- Keyword**: (Field is empty)
- Friendly Name ***: Input field containing 'Netbrain'
- URL (or IP) ***: Input field containing 'https://www.netbrain.es'
- Keyword ***: Input field containing 'Netbrain'. Below this field, a note states '(the keyword is case-sensitive)'
- Alert When ***: Two radio buttons are present. 'Keyword Not Exists' is selected, while 'Keyword Exists' is unselected.
- Monitoring Interval ***: A slider control is shown, currently set to 'every 5 minutes'.

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 navigation options: Descripción general, Rendimiento, Inspección de URLs, Índice (expanded), Cobertura, Sitemaps (selected), and Mejoras (expanded). The main content area is titled "Sitemaps" and features a form to "Añadir un sitemap" with a text input field and an "ENVIAR" button. Below this is a table titled "Sitemaps enviados" with columns for Sitemap, Tipo, Enviado, Última lectura, Estado, and URL descubiertas. The table lists two sitemaps: /sitemap.xml and /blog/sitemap_index.xml, both with a status of "Correcto".

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

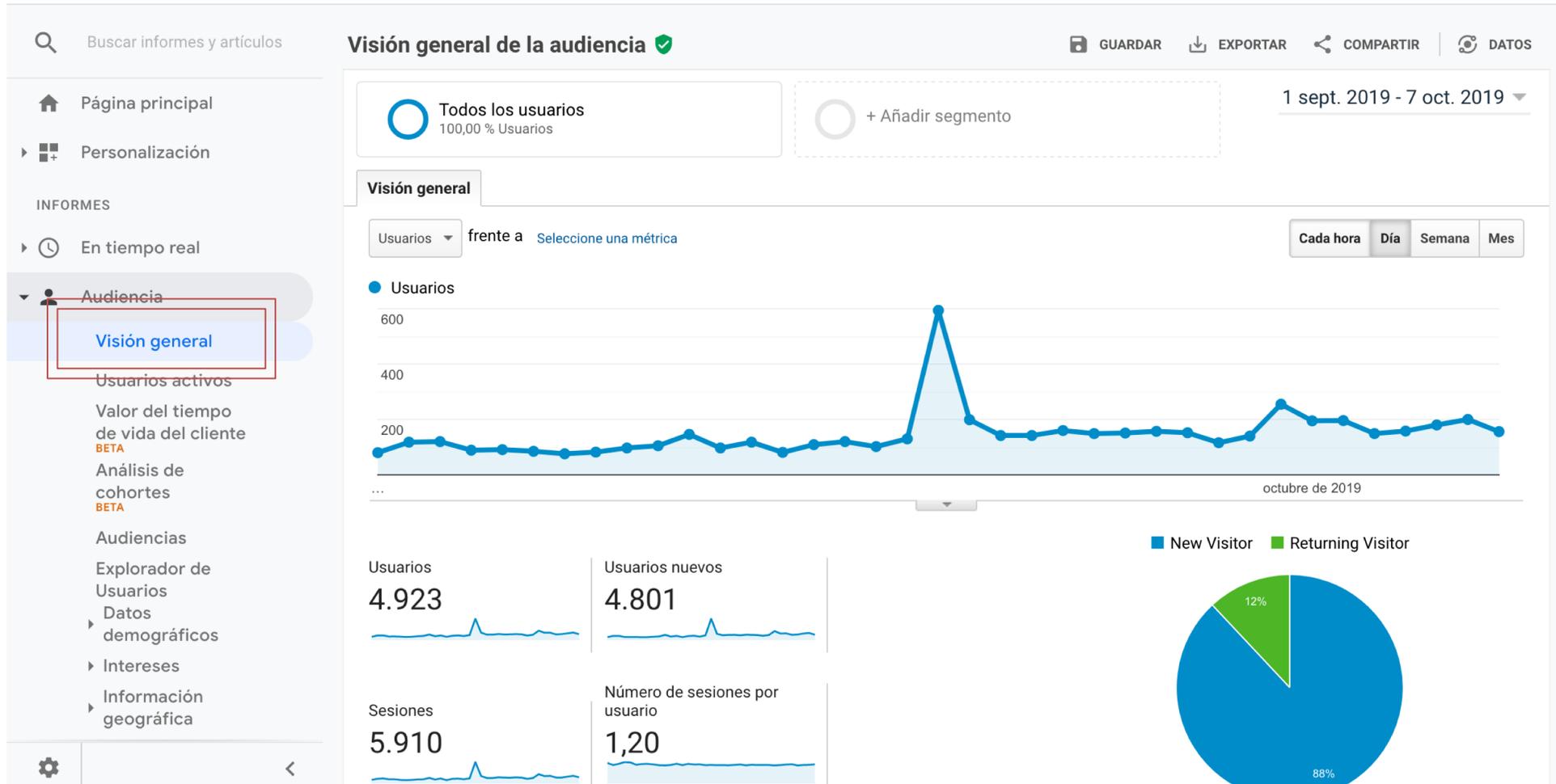
1.3.3. Monitorización de Cobertura con Google Search Console

The screenshot shows the Google Search Console interface for the 'Cobertura' (Coverage) report. The left sidebar contains navigation options: Descripción general, Rendimiento, Inspección de URLs, Índice, Cobertura (selected), Sitemaps, Seguridad y Acciones manuales, Herramientas e informes antiguos, Enlaces, Configuración, Enviar comentarios, and Acerca de la nueva versión. The main content area displays the following data:

Categoría	Cantidad	Estado
Error	0	Ningún problema
Válidas con advertencias	0	Ningún problema
Válidas	0	
Excluidas	81	

Below the summary, there is a section for 'Impresiones' (Impressions) with a line chart showing zero impressions across the time period from 12/7/19 to 8/10/19. The 'Detalles' section is currently empty, showing a table with columns for Estado, Tipo, Validación, Tendencia, and páginas. The interface also includes a search bar at the top and a 'Rastreador principal: Smartphones' indicator.

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
<input type="text" value="Sesiones"/>	<input type="text" value="Se reduce en más de"/>	<input type="text" value="25%"/>	<input type="text" value="El mismo día de la semana anterior"/>

- 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



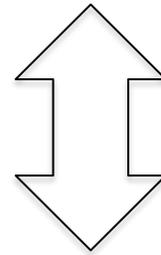
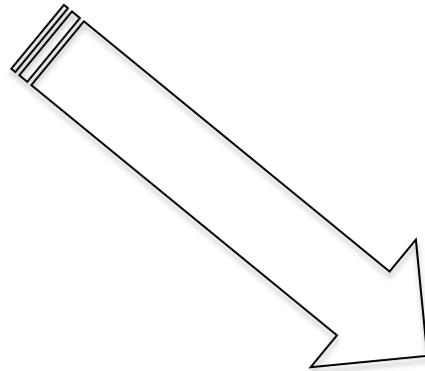
2.1. Incrementar Tráfico

Google

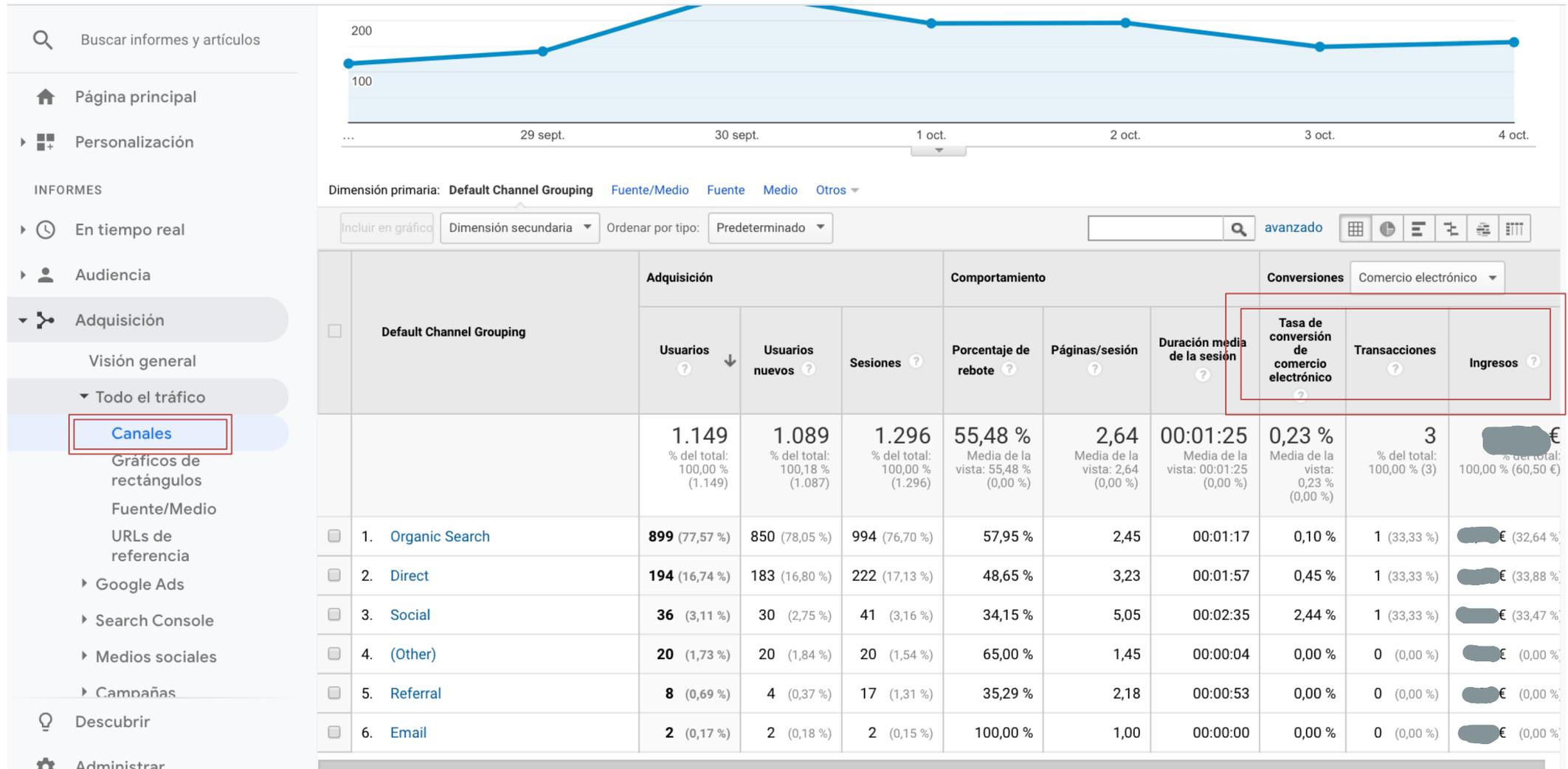


KPI:

- 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

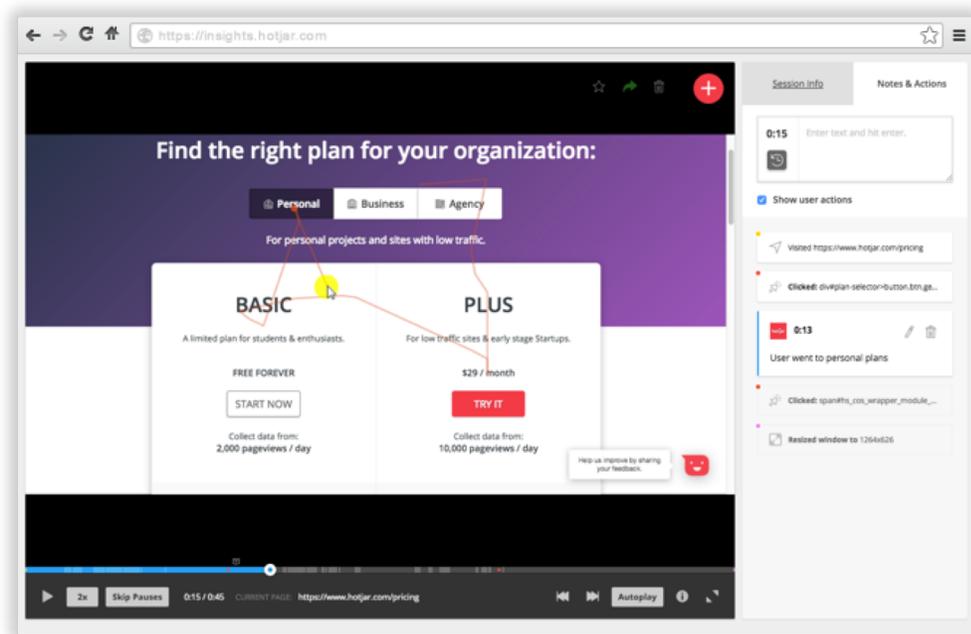
Living Room Chairs : Target
[www.target.com/c/chairs-living-room.../N-5xtlz](#) Target Corporation
Target has comfy and stylish seating for your **living room**. Choice from a variety of upholstered **chairs**, leather **chairs** and more.

2.2. Analizar Tráfico

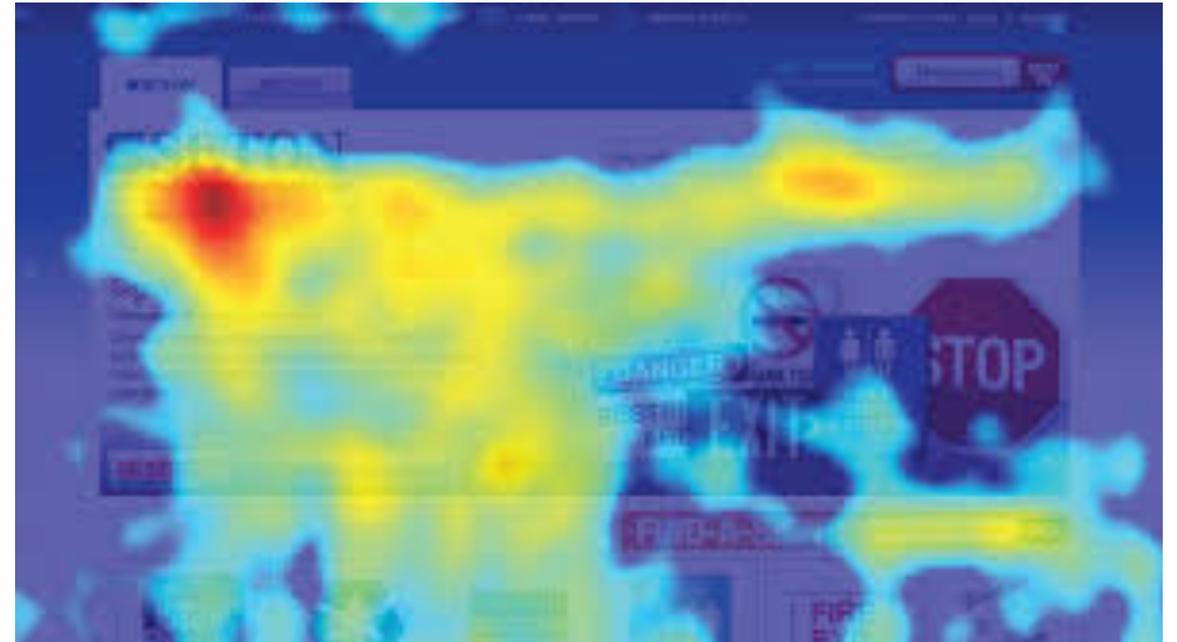
- Errores, Usabilidad (UX) y Comportamiento
- Problemas de Conversión (CRO)



2.2.1. Errores, UX, Conversión y Comportamiento con Hotjar



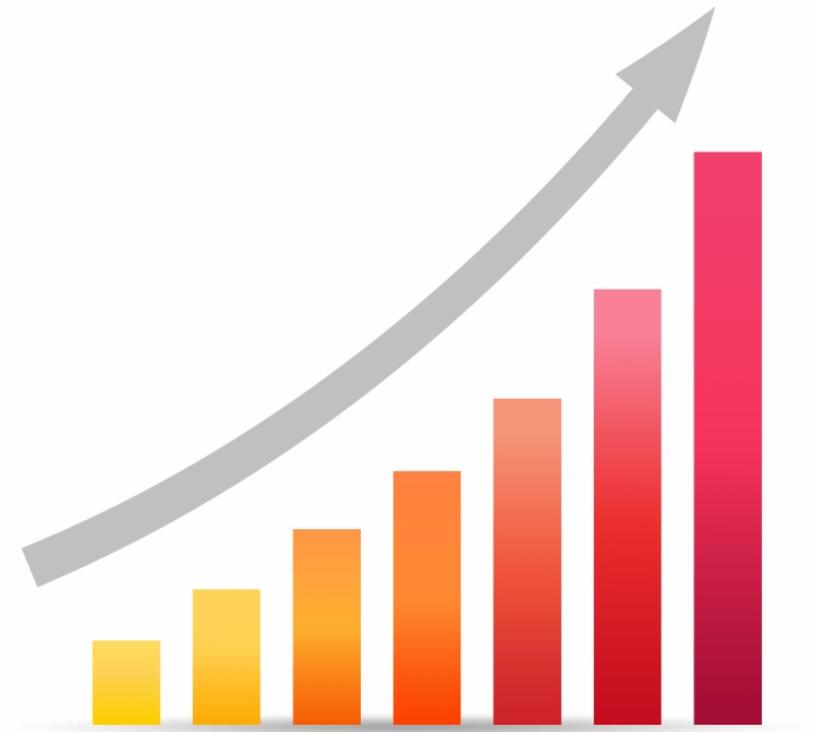
Video



Mapa de Calor

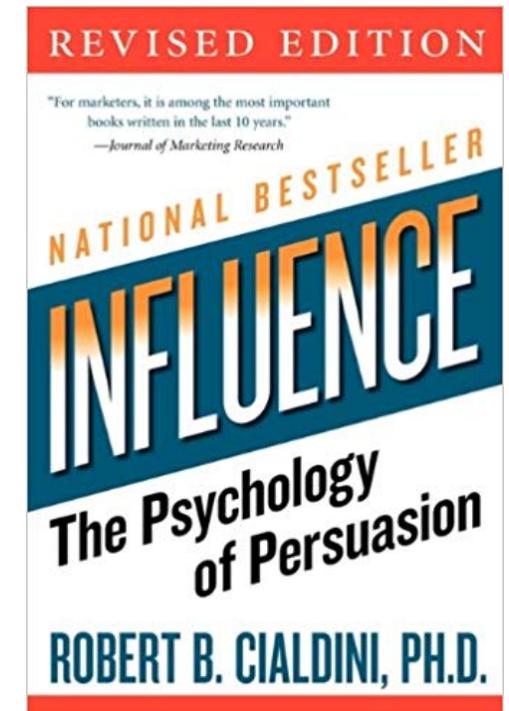
2.3. Mejora Inicial de Conversión

- **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



DOWNLOAD THE ZANDO.CO.ZA APP NOW & GET

30% OFF

YOUR FIRST PURCHASE VIA THE APP

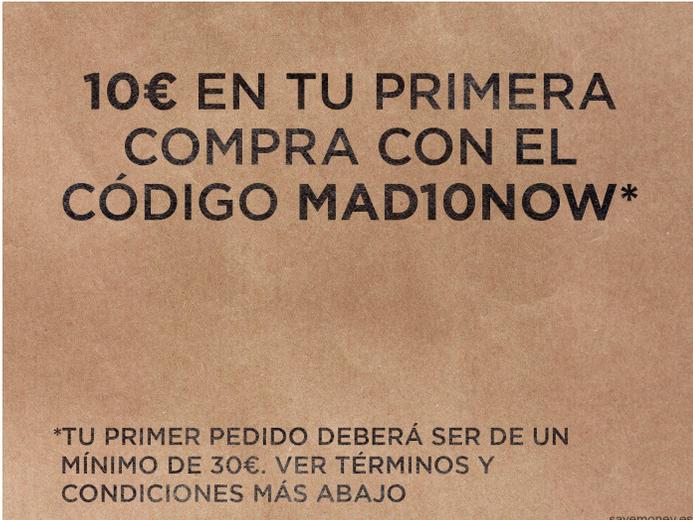
CODE: APP30

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

Ts & Cs Apply

The banner features a smartphone on the left displaying the Zando app interface with categories like 'SHOP WOMEN', 'SHOP MEN', 'SHOP KIDS', and 'SHOP HOME'. The background is a light green with a floral pattern on the left side.



10€ EN TU PRIMERA COMPRA CON EL CÓDIGO MAD10NOW*

*TU PRIMER PEDIDO DEBERÁ SER DE UN MÍNIMO DE 30€. VER TÉRMINOS Y CONDICIONES MÁS ABAJO

savemoney.es

The banner has a brown, textured background.

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.*

Campaign URL Builder

* Website URL The full website URL (e.g. `https://www.example.com`)

* Campaign Source The referrer: (e.g. `google`, `newsletter`)

* Campaign Medium Marketing medium: (e.g. `cpc`, `banner`, `email`)

* Campaign Name Product, promo code, or slogan (e.g. `spring_sale`)

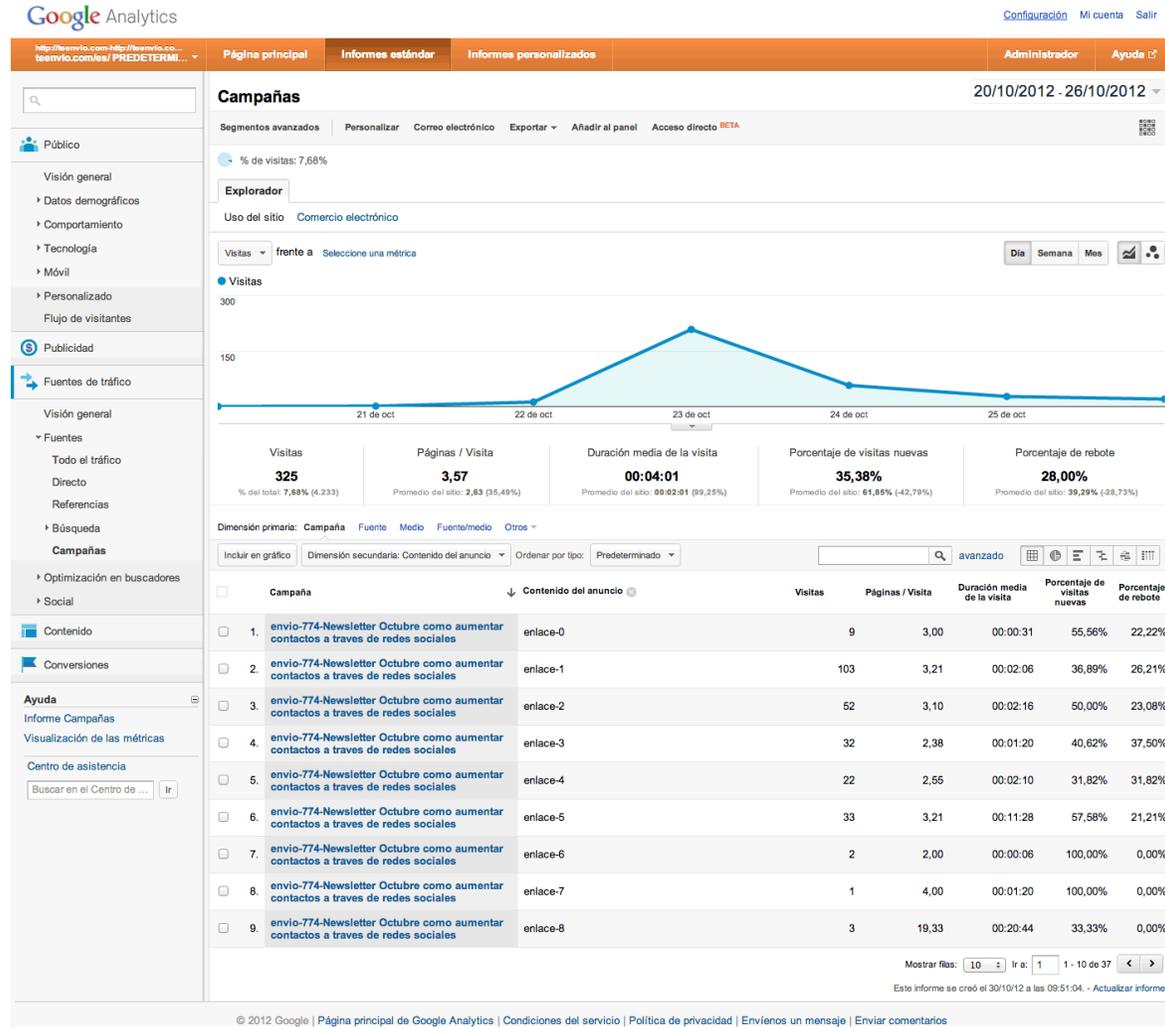
Campaign Term Identify the paid keywords

Campaign Content Use to differentiate ads

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

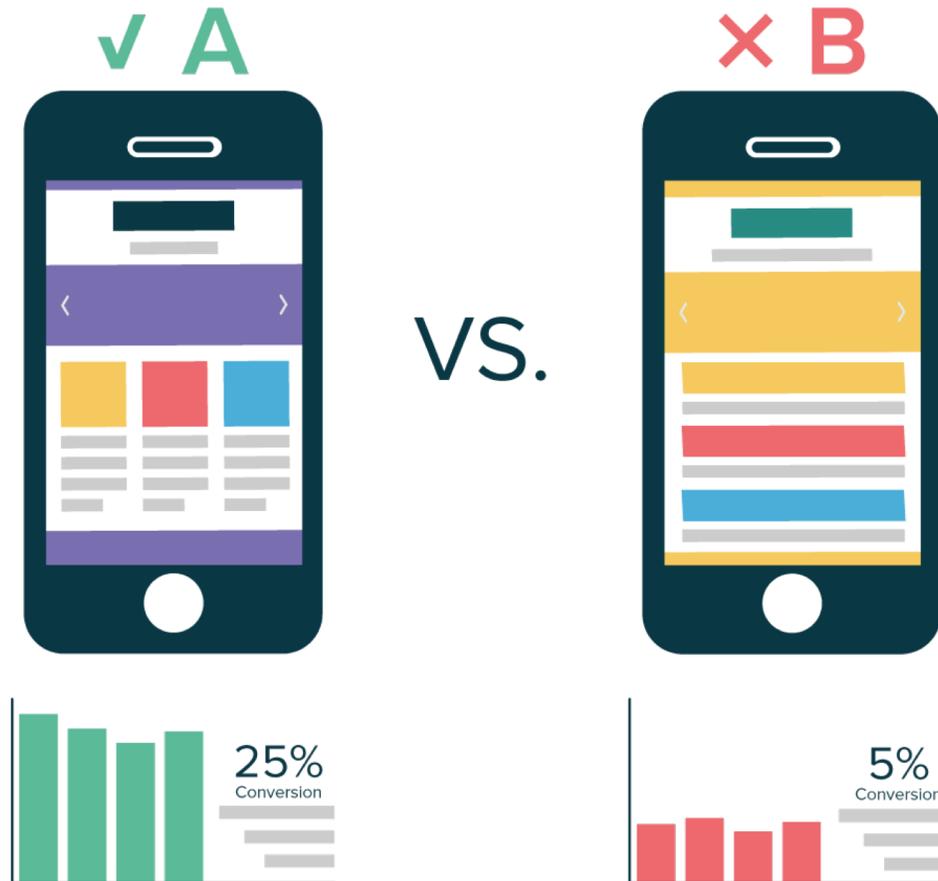
Acción	Facturación	Nuevos Clientes	Pedidos Por Cliente	Pedido Medio	Sesiones	Conversión	Inversión
Anuncio con código de descuento SHOP2019 en Facebook	200	10				15%	50 €
Invita a un amigo AGOSTO		20					100 €
Anuncio Instagram Loss Leader	300 €	15				20%	100 €

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



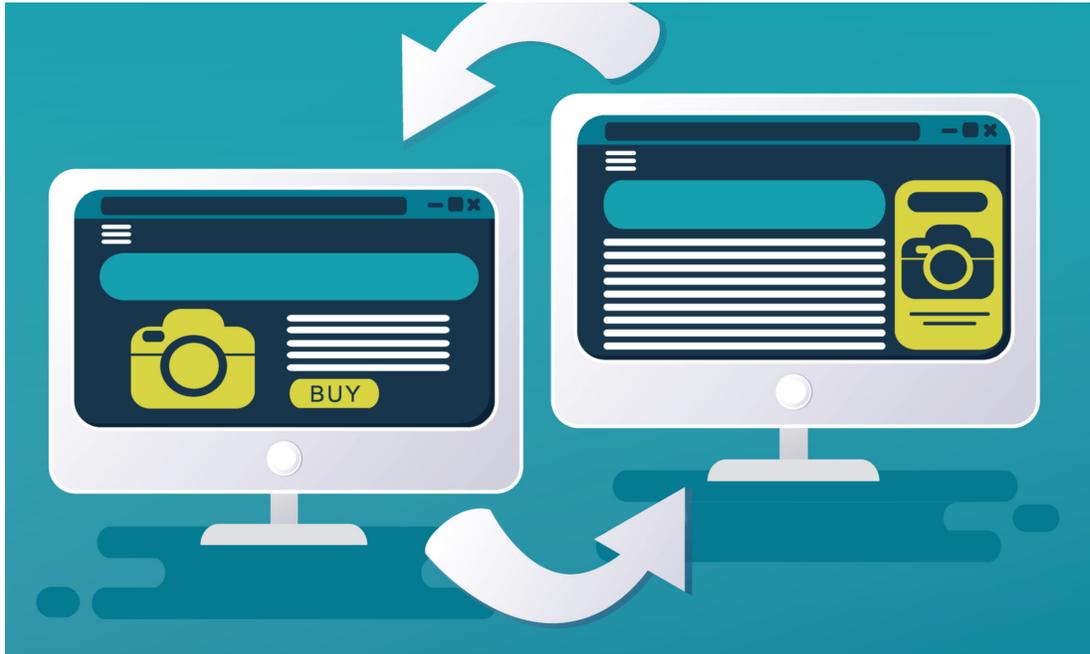
The screenshot shows a news website layout. On the left, there are vertical banners for travel promotions: "VIAJA MÁS LEJOS CON 20.000 PUNTOS DE BIENVENIDA" and "DESCUBRE CÓMO >". The main content area features a news article titled "La nueva jefa del FMI alerta de que la escalada proteccionista puede 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 purple and brown patterned boots. The ad includes a play button icon and a close button.

Display

The screenshot shows a Google search for "zapatos". The search results include several shopping ads. The first ad is for "Zapatos | Pide online | deichmann.com" with a "Search" button. Below it are ads for "El mejor estilo de verano" (Zapatos y Sneaker de verano de las mejores marcas), "Rita Ora for Deichmann" (La nueva Star Collection #Radiate), "Zapatos online | Encuentra tu estilo favorito | zalando.es", "Zapatos Online - zapatos.es | Nueva Colección 2019 y Rebajas", and "Zapatos de Moda en Merkal | Envío Gratis desde sólo 40€". On the right side, there is a "Comprar ahora" section with a grid of shoe products from brands like Martinelli, Polo Ralph Lauren, Converse, and Merkal.

Shopping

3.3.1. Uso Eficiente del Presupuesto: Remarketing



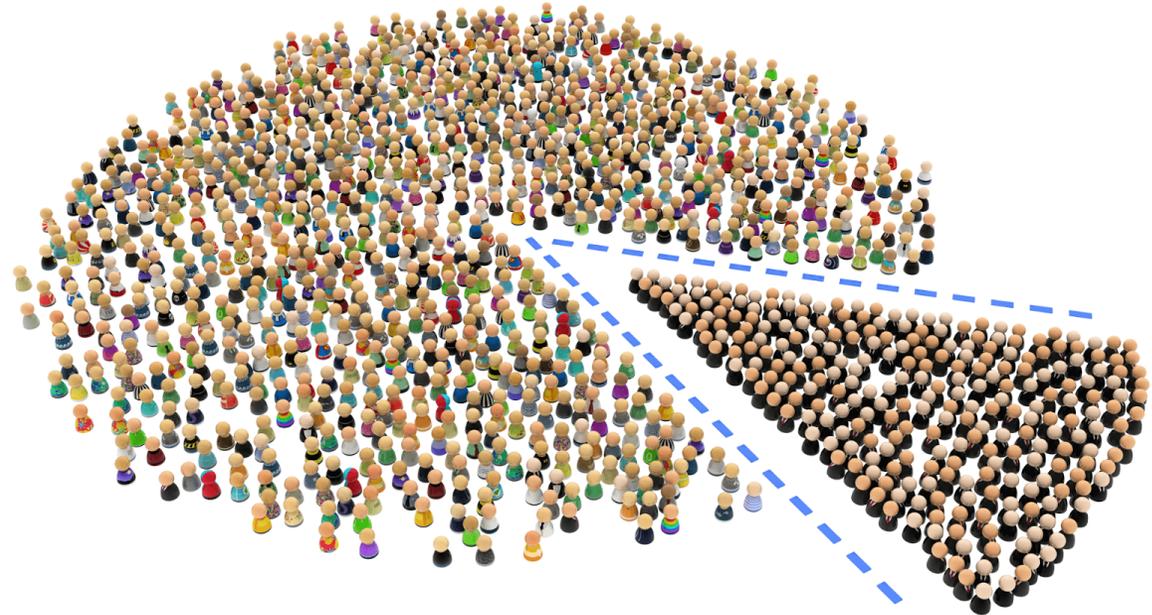
- **Mejorar mis anuncios de primera compra**
 - **Incluir a aquellos que han visitado mi blog** y han estado leyendo varios artículos.
 - **Excluir a clientes actuales**
- **Reactivar a Clientes** que hace tiempo que no compran
- **Anuncios a Lead Magnet**

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



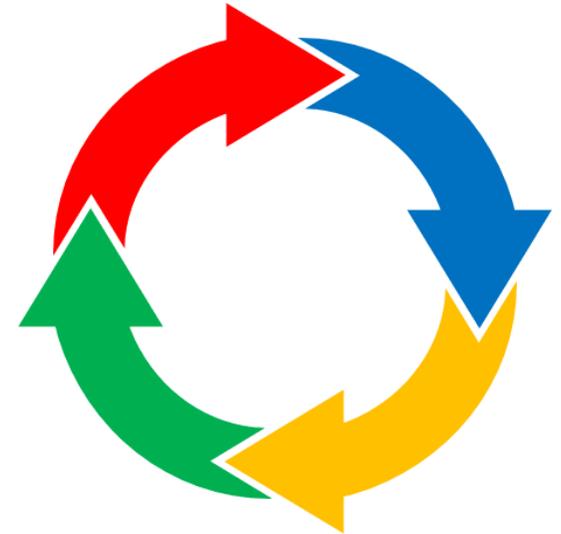
3.4. Incrementar Valor por Cliente (CLTV)

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



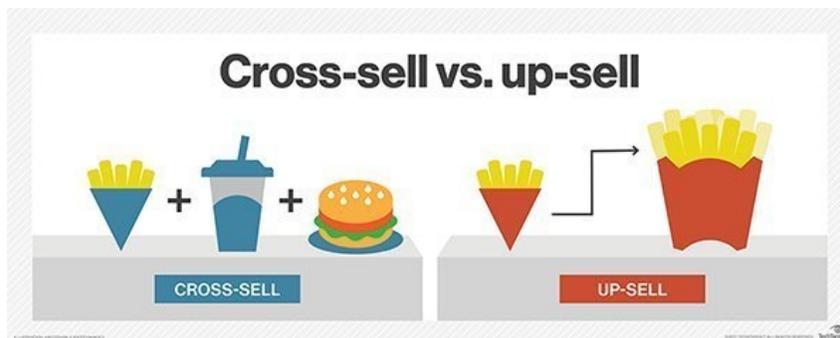
3.4.1. Repetición de Compra

- **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>