

¿Qué hacer si mi tienda online no vende?

12 estrategias para comenzar hoy.

Digitalegia



¿Qué hacer si mi tienda online no vende?

12 estrategias para comenzar hoy

Para las empresas el e-Commerce o comercio electrónico representa una oportunidad de crecer a nivel nacional y en muchos casos a nivel internacional.

Crear una tienda online está al alcance de cualquiera.

Es común pensar que al haberle dedicado tiempo y esfuerzo a tener organizados tus productos con todas las especificaciones, ofrecer precios competentes y tener un producto que se vende muy bien en otras tiendas, la tienda online venderá sola y llegarán clientes a comprar tus productos.

Me gustaría afirmar que es así, pero la realidad es que no.

Crear una tienda online está al alcance de cualquiera, pero vender requiere de esfuerzo, inversión y constancia, mucho de todo esto.

Según datos globales del comercio electrónico 7 de cada 10 tiendas online cierran antes de un año porque se sienten desilusionadas.



Al tener una tienda en físico, siendo pequeña y en una esquina de la calle mas desolada de la ciudad, en algún momento alguien pasará por ahí o se lo comentará a un amigo.

En internet funciona diferente, tu tienda online es como un granito de arena en el desierto.

Si no estás haciendo cosas para que la gente visite tu tienda, podrían pasar meses sin que recibas una sola compra.

En esta guía te presentamos los problemas más comunes del comercio electrónico y cómo solucionarlos.

¿Are you ready?



Problema: "No recibo visitas a mi tienda"

Si aún no te conocen, ¿cómo te van encontrar?, ¿porqué van a comprar en tu tienda?



Es importante aportar valor, una tienda sin un blog, no va a ningún lado.

Es la herramienta principal para ganar visibilidad y generar visitas a tu e-commerce.

1. Tener un blog es una estrategia para atraer a las personas, aporta información útil/educativa sobre el uso o aplicación de tu producto.

Ejemplo: Tienes una tienda online de herramientas para carpintería.

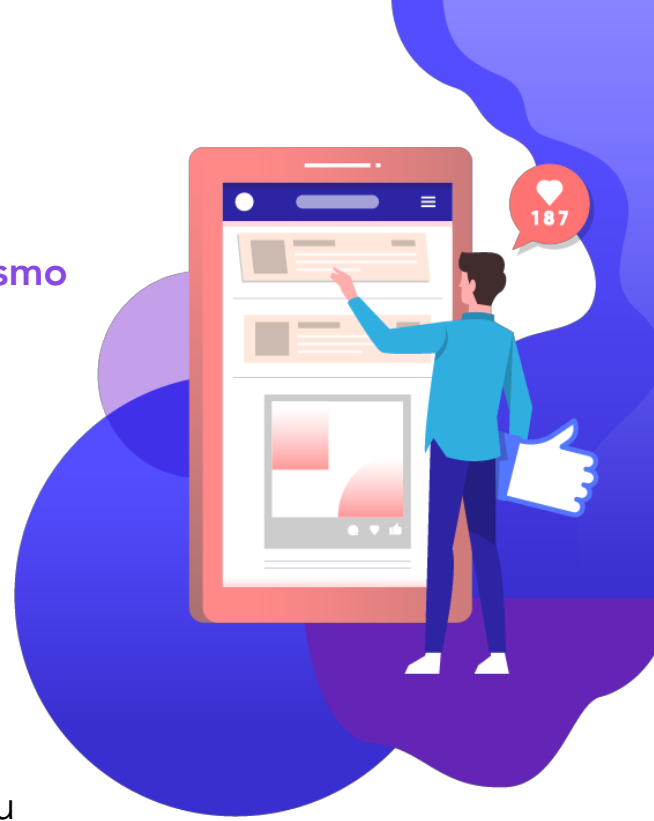
La manera perfecta de hacer esto sería haciendo un video tutorial sobre: Cómo construir un ropero utilizando las herramientas que tienes en venta en tu tienda.

Lo compartes a tus redes sociales y de esta manera aportas algo de valor al mismo tiempo que promocionas tus productos, tus clientes lo agradecerán.

2. Hacer networking con empresas del mismo sector.

Conseguir hacer relaciones de networking con otras empresas del mismo sector que ya tienen clientes, aportándoles un beneficio claro, te permite ser visible para publico que no te conoce.

La referencia hacia tu tienda por parte de esa empresa te ayudará a generar visitas a tu sitio y confianza.



Problema: Presupuesto para el marketing digital.

Desde el principio es importante considerar presupuesto para el marketing.

En Internet te ahorras el recibo de la luz, el del agua y la renta, pero es **indispensable designar un presupuesto mensual para una estrategia de marketing digital.**

Pero, si tienes poco presupuesto y tienes el tiempo de pasar por la curva de aprendizaje para lograrlo, debes comenzar a trabajar en una estrategia tú mismo.



3. Toma tips y consejos de expertos en marketing digital.

Si tienes los conocimientos básicos sumérgete en el mundo del internet y exprime todo lo que puedas aprender de estrategias de marketing para eCommerce.

Aplicarlo a tu tienda en línea será un proceso que requiere mucho esfuerzo, pero si lo haces bien es sumamente gratificante.

4. Paga por tu marketing digital, pero cuidando tu dinero.

Si haz encontrado una agencia de marketing digital para tu tienda online, conoce con exactitud el retorno de inversión al paso del tercer trimestre (para que tengas puntos de comparación entre meses).

Esto te permitirá tener un presupuesto mucho más concreto para las acciones que te funcionen correctamente.

Problema: “Consigo vender un par de productos al mes y ya”

5. Inserta un pop-up ofreciéndoles algo a cambio de su e-mail.

Desde la primera vez que entren a tu sitio web agrega un pop-up donde ofrezcas a tus visitantes un pequeño descuento a cambio de su dirección de email.

Posiblemente esa persona sólo estaba echando un vistazo a tu tienda, como cuando entras a una tienda “sólo a ver”, de esta manera podrás mantener una relación por medio del email y crear una base de datos de tus clientes.

6. Usa un CRM (Customer Relationship Management).

Es un software que te ayuda a hacer un seguimiento de los clientes, queda guardando todo su historial de navegación en la tienda, permite etiquetar a quienes te han comprado un producto, saber donde dieron click, etc.

Cuando usas un CRM el límite es el cielo.



Ejemplo: Digamos que tienes una tienda de artículos deportivos, categorizada por deporte. Una persona te compro un top para practicar yoga.

En tu CRM se queda el registro de sus compras, con este historial puedes hacer ventas cruzadas (**cross-selling**); es decir, sugerirle unos leggins que le hagan juego al top o una chamarra deportiva.

También puedes segmentar a tus clientes para enviarles un correo y notificarles, según sus compras anteriores, cuando tengas nuevos productos en la tienda.

Un CRM te permite crecer. Sin el, tu marketing siempre estaría **centrado a venderle a alguien desde cero**, y con un CRM puedes venderle de nuevo a personas que ya son tu clientes.

Okay.. Ya recibí asesoría para montar bien mi tienda, inserte el pop-up para tener una base de datos y aplique algunas estrategias de marketing digital que aprendí, pero aun así .. **¡Mi tienda no vende!**

7. Trabaja en el branding/tu marca.

En muchos casos, sólo tienes productos, pero no has trabajado lo suficiente en tu marca, la esencia de tu empresa.

Tu marca no despierta una emoción, no has creado una comunidad con los usuarios, una relación.

Un buen branding puede ayudarte a destacar entre tu competencia.

8. Realiza promociones en fechas especiales.

Toda marca debería contar con un calendario de acciones en marketing que tuviera en cuenta las diferentes fechas especiales para la venta de su producto.

Ejemplo: Ofrecer un descuento y sumarte a la campaña del Buen Fin o el Black Friday, temporadas del año en las que se concentra un mayor número de ventas.

Es buena idea contar con estrategias de marketing digital para eCommerce que aprovechen estos momentos y trabajen promociones especiales.



Problema: "El costo de envío es más caro que el producto."

En ocasiones la gente no te compra porque el envío termina saliendo mas caro que el mismo producto.

Muchas tiendas en línea ofrecen envío gratis cuando el cliente supera cierta cantidad en su carrito de compras.

9. Costea el producto con envío incluido.

Una técnica efectiva (según el valor del producto) es absorber este costo.

Haz un cálculo de lo que te cuesta el envío y aumenta el precio del producto para absorber el del envío.

Existen empresas como mienvio.mx enfocadas a disminuir tus costos de envío.

Y una última, muy efectiva ..



10. Voltea a ver a tu competencia.

No tiene sentido **no saber** qué está haciendo tu competencia. Sobre todo por 2 razones: te ayuda a entender dónde están poniendo más esfuerzos.

Y si les funcionan, ¿por qué no copiar parte de la estrategia?.

Identificarás aquello que no es tan adecuado.

De esta manera, podrás hacer énfasis en sus debilidades para captar el el tráfico que requieres y **¡vender más!**

En Digitalegia **te ayudamos a enfocar tus esfuerzos en atraer clientes y vender más.**

Si aún no comienzas y estás leyendo esto para tomar nota y aprender, nosotros **te ayudamos a montar tu tienda online.**

Agenda una asesoría sin costo para conocerte, en la que **evaluaremos tu tienda en línea para ver cómo te podemos ayudar.**

¿Qué hacer si mi tienda online no vende?

12 estrategias para comenzar hoy.

Digitalegia





POR EL AMOR AL MARKETING

TENEMOS LAS MEJORES HERRAMIENTAS PARA
AUTOMATIZAR EL MARKETING DE TU TIENDA EN LINEA:



ATRAER PROSPECTOS DE CLIENTES CUALIFICADOS

Optimiza contenido nuevo y actual para atraer tráfico a tu tienda e incrementar el programa de conciencia con publicaciones en tu blog, micro sitios, redes sociales y tu sitio web.



PERSONALIZAR EMAILS E INTERACCIONES EN LÍNEA

Engancha a prospectos de clientes con contenido único para su etapa del ciclo de compra.



AGILIZA EL CICLO DE COMPRA

Crea múltiples puntos de conversión para adaptar campañas y acortar el tiempo entre la primera interacción de tu cliente prospecto y tu tienda.



ENVÍA MEJOR INFORMACIÓN A TU EQUIPO DE VENTAS

Automatiza el proceso de transferencia de información relevante acerca de los clientes prospecto entre marketing y ventas para que sea entregada a tiempo.

[Solicita una Demostración](#)

[Solicita una Asesoría Gratis](#)