

Cómo mejorar la conversión de tu web o tienda online



Financiado por:



Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades

Fernando de los Ríos



Licenciado en Periodismo y MBA especializado en marketing y reputación corporativa.

Co-fundador de Klimway, consultoría estratégica en proyectos de transformación digital.

Ayudo a que las empresas comuniquen mejor, conecten con su público y vendan más.

in linkedin.com/in/fernandodelosrios



Qué vamos a ver

1. Tipos de conversión en un negocio digital.

2. Cómo mejorar la conversión de tu web.

3. Prácticas que deberías evitar.



Tipos de conversión en un negocio digital



¿Qué es una conversión?

Las conversiones son las acciones que queremos que realice un usuario al visitar nuestro sitio.



¿Qué es una conversión?

Para establecerlas debemos tener muy claros los objetivos de nuestra web, ya que la construiremos en sintonía.

- € Suscribirse a una newsletter.
- € Clicar en un anuncio.

€ Rellenar un formulario.

€ Reservar una cita.

€ Descargar un contenido.

€ Realizar una llamada.

€ Hacer clic en un enlace.

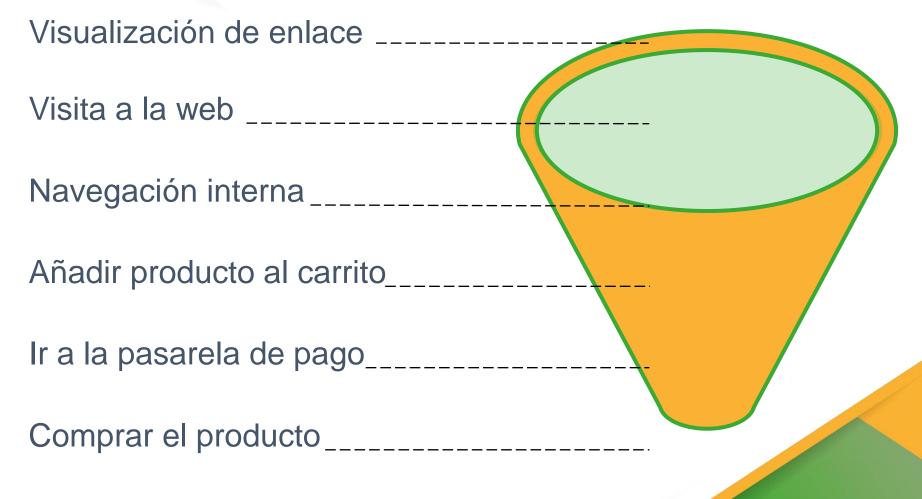
€ Comprar un producto.

€ Visualizar un vídeo.

€ Enviar un email.

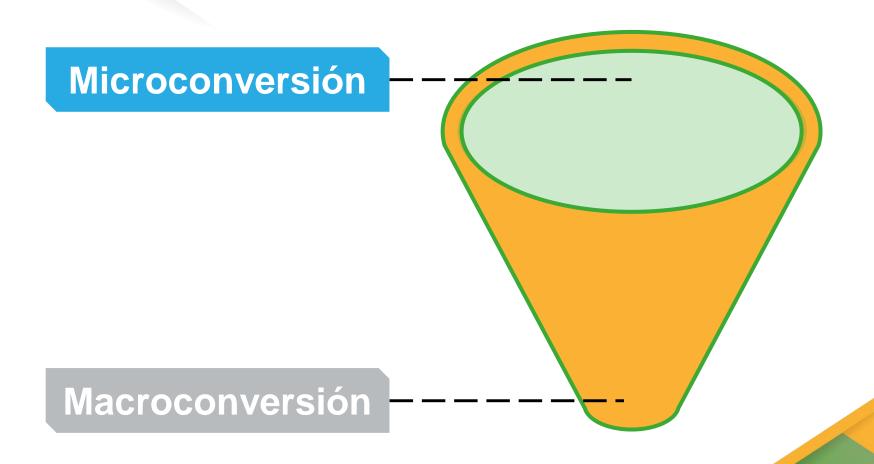


El embudo de conversión





El embudo de conversión





Tasa de conversión (%)

Tasa general

(Conversiones / Visitas totales) x 100

Tasa optimizada

(Conversiones / Visitas únicas) x 100



Datos interesantes





PONDERADA

Tasa de "añadir al carrito"



5,81% MEDIA ACOTADA

4,64% **MEDIANA**

% Add to cart 2021

0,08% MÍNIMO

% Add to cart 2021

23,99%

MÁXIMO

% Add to cart 2021

Nota: La media que presentamos, es la media acotada o recortada.

El motivo se debe a la presencia de valores utópicos (outliers) que distorsionan el cálculo de las conversiones. Para su cálculo, se descartan los valores más bajos y los valores más altos; y se calcula el puntaje promedio

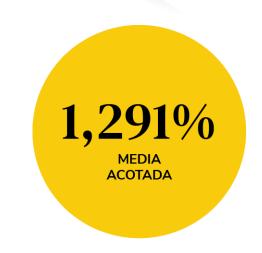


Tasa de "añadir al carrito"

Sector	Media de AddToCart			
Alimentación	6,74%			
Deporte	6,30%			
Educación	1,62%			
Equipos informáticos y electrónica	3,39%			
Ferreteria y Jardineria	11,33%			
Food Delivery	15,99%			
Hogar y decoración	3,16%			
Joyería y complementos	5,69%			
Moda	8,37%			
Ocio y tiempo libre	6,29%			
Otros	2,80%			
Parafarmacia	10,01%			
Proveedor de servicios	9,54%			
Salud y belleza	5,59%			
Seguros	4,46%			
Viajes	6,41%			
Media acotada AddToCart	5.81%			

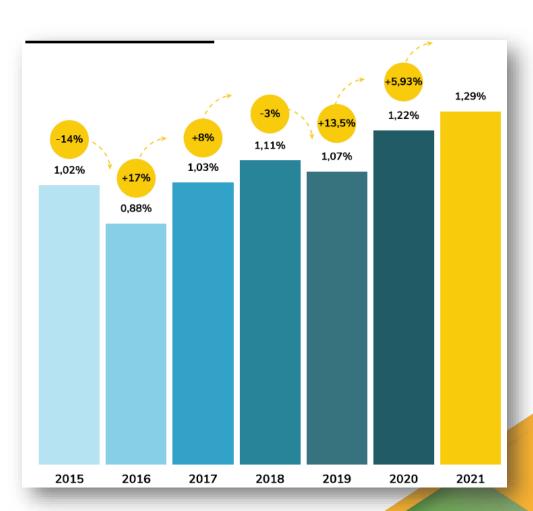


Tasa de conversión media



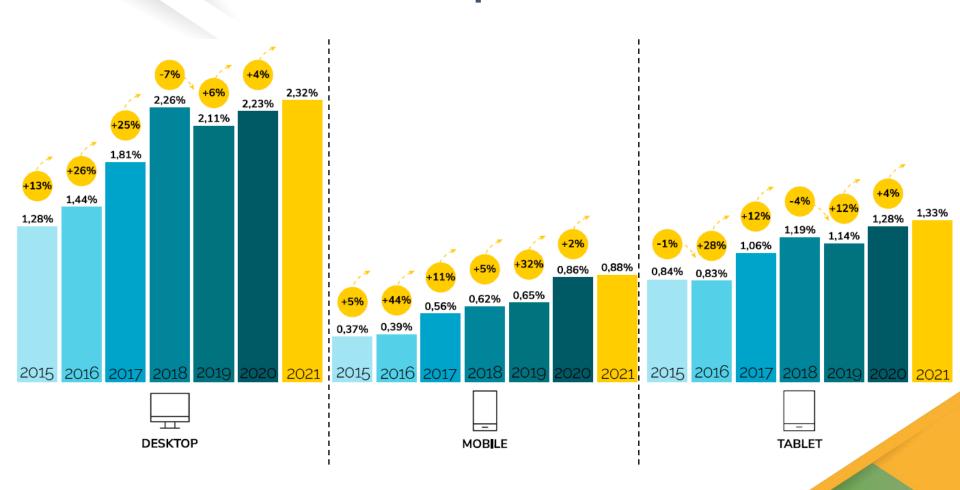








Por dispositivo





Por canales

	Conversión media por canales							
	Orgánico	Referral	Paid Search	Social	Direct	Email	Display	
Media Acotada	1,21%	5,41%	1,22%	1,21%	1,65%	2,81%	0,44%	
Mediana	0,92%	2,04%	0,76%	0,24%	1,07%	1,54%	0,04%	
Mínimo	0.01%	0%	0.001%	0,001%	0,01%	0,001%	0,001%	
Máximo	10,38%	49,46%	9,32%	42,21%	13,35%	24,62%	11,11%	



Por sector/dispositivo

Sector	% Conversión Global	% Conversión Desktop	% Conversión Mobile	% Conversión Tablet
Alimentación	• 1,87%	• 4,08%	• 1,18%	• 2,55%
Deporte	• 1,83%	• 3,09%	• 1,30%	• 1,66%
Educación	• 0,88%	• 1,25%	• 0,50%	• 0,66%
quipos informáticos y electrónica	• 0,78%	• 1,39%	• 0,40%	• 0,26%
Ferretería y jardinería	• 3,81%	• 5,89%	• 3,12%	• 2,95%
Food delivery	• 10,04%	• 22,07%	• 7,99%	• 14,97%
Hogar y decoración	• 0,50%	• 1,15%	• 0,33%	• 0,48%
Joyería y complementos	• 0,46%	• 0,71%	• 0,38%	• 0,19%
Moda	• 1,17%	• 2,63%	0,97%	• 1,13%
Ocio y tiempo libre	• 1,57%	• 2,35%	• 1,27%	• 1,35%
ONG	• 0,66%	• 0,92%	• 0,39%	• 1,14%
Otros	• 1,14%	• 1,88%	• 0,75%	• 0,93%
Parafarmacia	• 2,19%	• 3,93%	• 1,38%	• 3,42%
Proveedor de servicios	• 2,01%	• 2,66%	• 0,72%	• 2,19%
Regalos y fiestas	• 0,85%	• 1,09%	• 0,67%	• 0,08%
Salud y belleza	• 1,16%	• 2,32%	• 0,77%	• 0,96%
Seguros	• 0,36%	• 0,72%	• 0,25%	• 0,37%
Viajes	• 1,17%	• 1,77%	• 0,88%	• 1,09%
% Conversión Acotada	1,291%	2,321%	0,879%	1,335%



Por día





Comunidad

- Crear cuenta de usuario.
- Suscribirse a una newsletter.
- Compartir una publicación.
- Comentar un artículo.
- Responder a un comentario.

Ventas

- Solicitar un descuento.
- Introducir un cupón.
- Realizar una reserva.
- Añadir productos al carro.
- Comprar un producto.



Visibilidad

- Abrir un email.
- Visitar la web.
- Visitar X secciones.
- Ver X tiempo un vídeo.
- Hacer clic en un anuncio.



Fidelización

- Crear lista de favoritos.
- Añadir productos a la lista.
- Crear cuenta de usuario.
- Comprar una tarjeta regalo.
- Suscribirse a una newsletter.

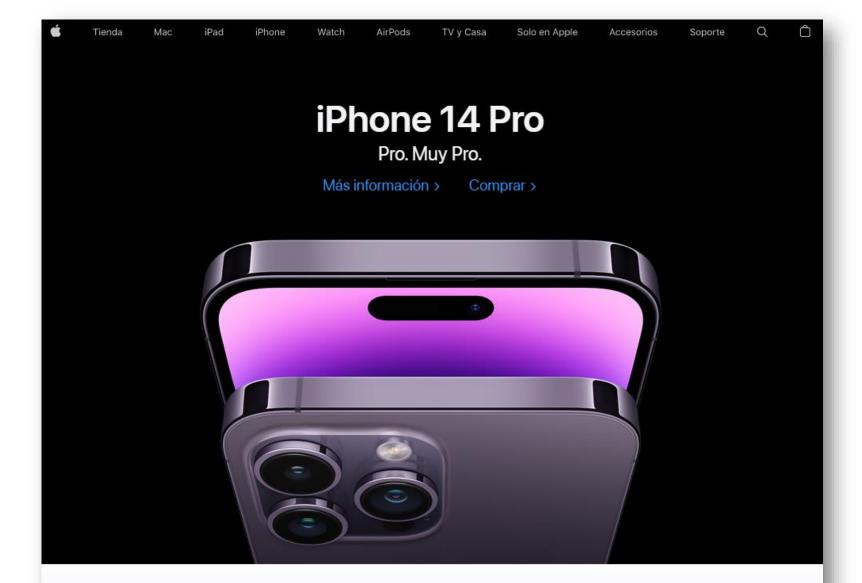


Cómo mejorar la conversión de tu web



Generar buena experiencia

Diseña una experiencia de usuario sin fisuras, lo que implica que la navegación sea rápida, intuitiva y sin errores.



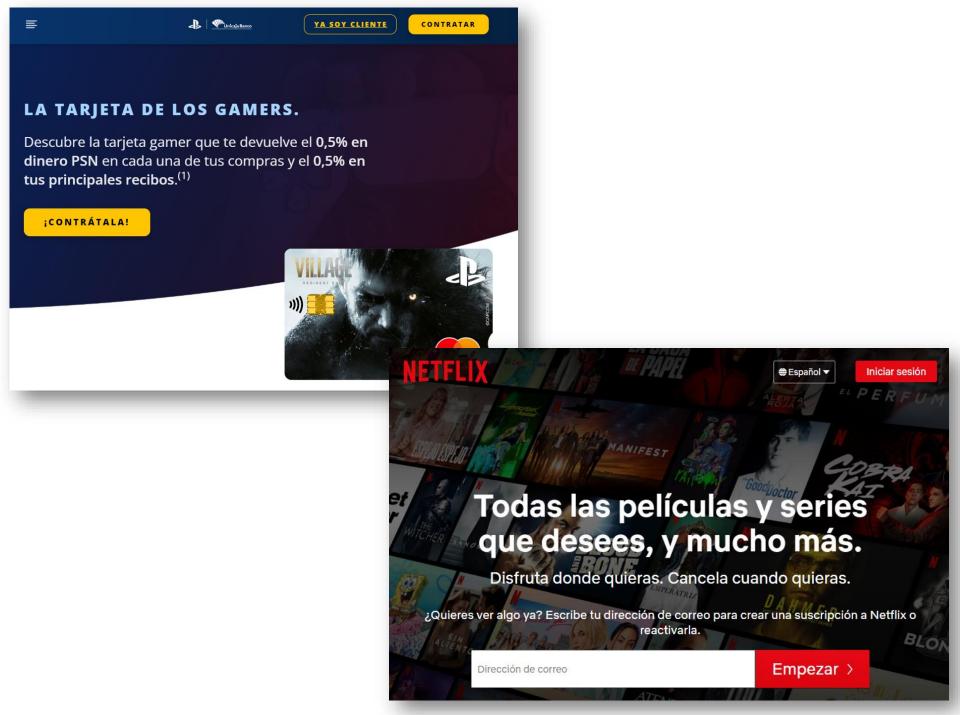
iPhone 14

Grande y grandullón.



Eliminar distracciones

Crea páginas de aterrizaje visuales donde se eliminen las distracciones y el foco esté sólo en la conversión.





Crear contenidos top

Acompaña tus productos de imágenes/vídeos de calidad profesional, que mantengan una homogeneidad acorde a la marca.







Inicio Cajas De Cartón / Cajas Repostería

iDescubre nuestra colección de cajas para respostería! Contamos con una amplia seleccion de cajas que se adaptan a todas las creaciones pasteleras: cajas para cupcakes, cajas para macarons, cajas para donuts, cajas para cake pops, cajas para tartas y pasteles, etc. Ideales para negocios de pastelería, tiendas de repostería o para particulares aficionados. Todas ellas están disponibles con plastificado para alimentación, para proteger la caja.



BUSCADOR POR MEDIDAS

ancho o fondo

cm.

alto

Los resultados tienen un baremo de +/- 2cm.



0,57 € SM

4.9 x 15 x 8 cm Barquilla para alimentación



SML

9.5 x 14.8 x 14.8 cm

Caja para pasteles clásica



0,57€ M L XL

16 x 23.7 x 23.7 cm

Caja pasteles y tartas con tapa

2,38 €

Cajas para pasteles, tartas y repostería

Disponemos de un gran surtido de cajas para pasteles, cajas para tartas, cajas para tartas americanas, cajas para repostería, cajas para pastas etc. La principal ventaja es que son unas cajas para pastelería baratas y de una gran calidad. En esta sección vas a encontrar tu caja para pastel perfecta y al mejor precio.

El packaging para pastelería ha transformado en los últimos tiempos la forma de presentar los productos. Los clientes se fijan mucho en el packaging pastelería, por eso os ofrecemos una gran oferta de cajas para vuestras tartas, pasteles, pastas...



Cajas Roscón de Reyes (21)



Cajas Turrón 2022 (29)



Cajas Panettone (2)



Cajas para Panellets (24)



Cajas Rectangulares para Pasteles



Caja Kraft con asa (9)



Reforzar la confianza

Utiliza módulos de preguntas/respuestas y de opiniones reales de clientes para reforzar la confianza en tu marca.

Estamos respaldados por miles de clientes satisfechos

Las valoraciones que recibimos son reales y están verificadas. Son un pequeño gesto de gran valor, porque nos ayudan a seguir mejorando y a ofrecerte un servicio de mayor calidad.







Encuentra respuesta a las duda



¿En qué podemos ayudarte?



Aún no he hecho mi pedido



Contactar con Atención al Cliente

¿Se admiten devoluciones? ¿Cómo se tramitan?

¿Puedo modificar o cancelar mi pedido?

¿Cómo me envian el pedido?

Bono regalo CLUB PH



Artículos destacados

¿Qué es el Club PH?

¿Cuáles son los gastos de envío?

¿Puedo escoger empresa de transporte?

He recibido un producto dañado, ¿qué hago?

¿Cómo solicito factura de empresa?

Te devolvemos el 4% de todas tus compras

Foro: Recibe y ofrece ayuda

Comparte información y recursos con otros clientes de Planeta Huerto

Proguntar on ol foro.



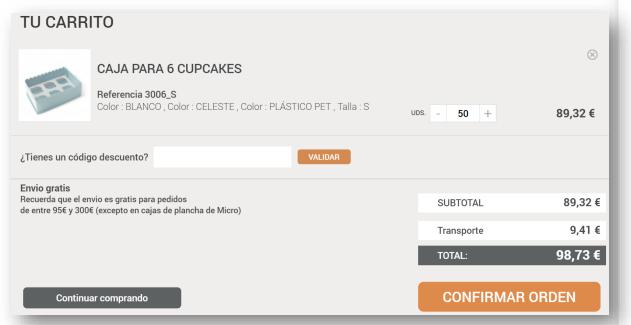
Minimizar formularios

Reduce los formularios a lo mínimo imprescindible, evitando pedir datos innecesarios o sensibles que puedan generar rechazo.



Ayudar en la navegación

Incluye la información contextual que sea necesaria a lo largo de todo el proceso de conversión para evitar que el usuario se pierda.







Destacar lo importante

Destaca claramente las llamadas a la acción para facilitar que el usuario las vea bien y no pasen desapercibidas.

Hacer pruebas

Modifica las llamadas a la acción y los botones haciendo pruebas con varios textos/colores, y midiendo cuáles funcionan mejor.

Más info:

- https://recursos.tiendanube.com/ebooks/call-to-action-ejemplos.
- https://marketing4ecommerce.net/test-ab-claves-herramientas.



Crear necesidad

Utiliza expresiones que generen sensación de urgencia y/o de última oportunidad para impulsar la acción del usuario.

<u>Habitación Familiar (2 adultos y 2 niños)</u>

Solo queda 1 habitación en nuestra web

1 cama doble extragrande = y 2 sofás cama

17 m² ♂ Bañera ※ Aire acondicionado 👺 Baño privado

☐ TV de pantalla plana 🖺 Cafetera 🏴 Minibar 🛜 WiFi gratis

Más





Facilitar el contacto

Sitúa siempre en primera línea de visibilidad la información de contacto a través de la cual fomentes internamente la conversión.

No emborronar

No abuses de los típicos sellos de calidad/confianza pero muestra claramente aquellos que aporten valor diferenciador frente a competidores.



Optimizar continuamente

Optimiza al máximo las páginas que conviertan más, y analiza qué no está funcionando en las que no generan la conversión esperada.



Prácticas que deberías evitar



Trampas de diseño



Fuente: https://uxdesign.cc/10-evil-types-of-dark-ux-patterns-f5a408c43c62



Cebos engañosos



Fuente: https://uxdesign.cc/10-evil-types-of-dark-ux-patterns-f5a408c43c62



Anuncios camuflados



Fuente: https://uxdesign.cc/10-evil-types-of-dark-ux-patterns-f5a408c43c62



Falsas distracciones



Fuente: https://uxdesign.cc/10-evil-types-of-dark-ux-patterns-f5a408c43c62



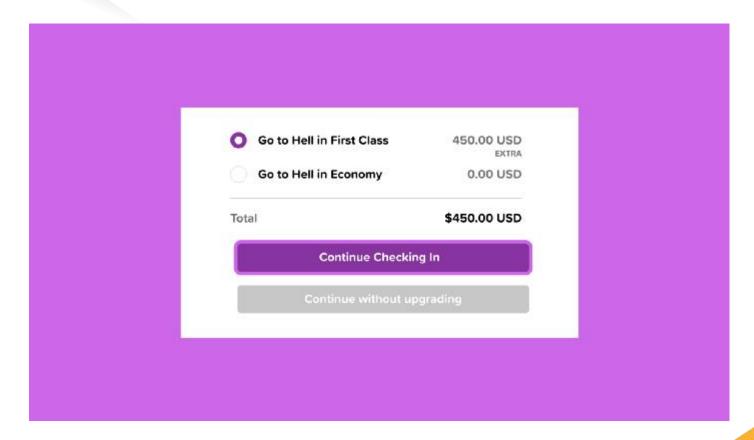
Costes ocultos



Fuente: https://uxdesign.cc/10-evil-types-of-dark-ux-patterns-f5a408c43c62



Intentos de "colarla"



Fuente: https://uxdesign.cc/10-evil-types-of-dark-ux-patterns-f5a408c43c62

Otros errores comunes

- Abusar del clickbait.
- Web lenta o con errores.
- Adivinar en vez de analizar.
- No conocer a tu público objetivo.
- Contenidos incompletos o sin calidad.

Información y Consultas en masempresas.cea.es











@CEA.es

/CEA.es









Coraboran:















