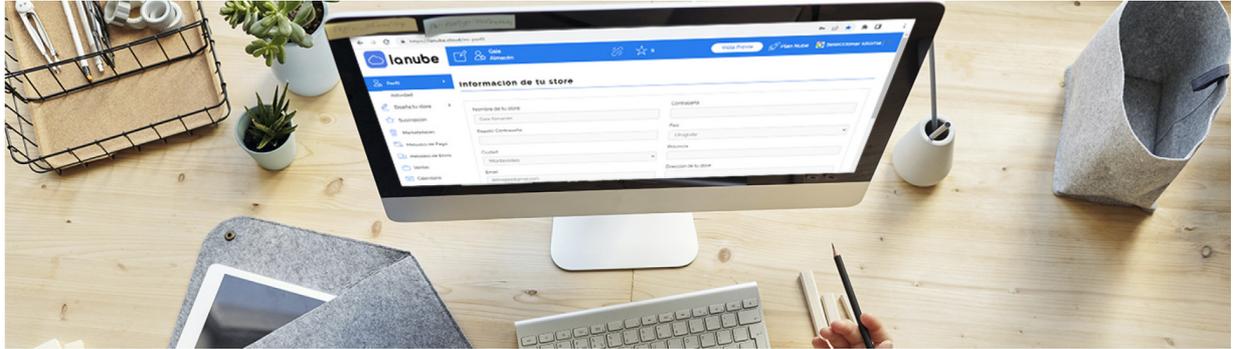


30/03/2022



Puede que pongas toda la energía y sigas todos los pasos en pos del crecimiento de tu marca pero aún así notes que se encuentra estancada o que no funciona como te gustaría.

No desesperes si las ventas no están sucediendo o el tráfico en tu eCommerce no es lo que esperabas pese a estar trabajando duro, ya que siempre hay acciones complementarias que puedes realizar para revertir cualquier situación.

En este artículo vamos a explayarnos sobre cuáles podrían ser los motivos de que tu negocio no genere las conversiones esperadas.

Identificar los pequeños errores o fallas, hará que puedas generar los cambios correctos y ver con mayor claridad el rumbo de tu marca.

1. Diseño web

Existen algunas fallas en cuanto al diseño web y que pueden causar una mala experiencia de compra para el cliente.

La Nube te ofrece múltiples herramientas de edición, tanto gráficas como de marketing digital, altamente competitivas y profesionales. Y lo mejor; es que están simplificadas y optimizadas para que te sean muy fáciles de usar.

Si eres miembro de nuestra comunidad ¡aprovéchalas!

Ahora veremos algunas fallas que puedes tener en tu tienda online y con solo dos clics puede mejorarlas:

- **Errores Tipográficos:** Si existen problemas de tipeo, repeticiones de palabras o errores ortográficos, tu página dará la sensación de poco profesional y el usuario desconfiará al querer realizar una compra.
- **Lee todo atentamente y varias veces antes de hacerlo público.**
- **Fotografías de mala calidad:** Problemas en la carga de imágenes, ya sea por su peso, que se ven cortadas o pixeladas, puede ser que estés generando un impacto visual negativo y esto no solo entorpecerá la navegación sino también influirá en la compra. Chequea que todo se vea correctamente.
- **Enlaces dañados:** Mantén los enlaces actualizados y en condiciones. Si el usuario da clic en algún enlace y este no funciona, se llevará una mala experiencia y abandonará tu página.
- **Paleta de colores:** Elegir la combinación adecuada de colores es muy importante para que tu

perfil se vea profesional y será clave para comunicar una imagen corporativa adecuada.

- Trabaja sobre ello: La Nube cuenta con paletas creadas y pre diseñadas por profesionales para que elijas la identidad visual que mejor se adapte a tu marca.
- Navegación intuitiva: Configura tu menú lo más claro posible. Una buena navegación hará que el usuario te elija. Recuerda dejar especificado los términos y devoluciones, tu información de contacto, la información de la empresa y el “quienes somos”.
- En La nube el proceso de carga de producto, sus atributos e información extra, se encuentran totalmente organizados, son muy intuitivos y fáciles de aplicar. Con solo pocos clics todo se verá en orden.
- Calidad de los banners: Ten en cuenta que las imágenes principales no se vean pixeladas. Es con lo primero que se encontrará el usuario al ingresar a tu tienda online. La calidad y el buen gusto son claves para mostrarse visualmente en el mundo digital. Si cuentas con imágenes competitivas en La Nube puedes acceder al banco de imágenes y escoger algunas representativas.

1. Estrategias

Existen algunas fallas más profundas que el diseño web y que están vinculadas directamente con las estrategias de marketing digital que elijas aplicar para tu marca:

- Fortalezas: Todas los beneficios y ventajas que tu tienda ofrezca, comunícalas y ponlas bien visibles. Por ejemplo: ¿tienes envío gratuito, ofreces descuentos o promociones? ¿Tienes alguna novedad?
¡Haz que tus clientes se enteren! En La Nube puedes colocar descuentos a cualquier producto y resaltarlos en la home para que tus clientes lo vean.
- Ordena tus productos: ¡Hazlos accesibles! Si quieres resaltar alguno sobre otro, selecciónalos para que se vean como principales en tu página de inicio y en la sección propia de productos. Mantén al día el stock, los precios y las promociones.
- Variedad de productos: otro aspecto a tener en cuenta es contar con una amplia variedad de productos. Si el usuario entra a tu web y encuentra pocos productos disponibles en las categorías, es probable que no genere la compra. Para posicionarte frente a la competencia ten en cuenta la variedad como aspecto positivo en tu estrategia.

2. Email Marketing

El email marketing es muy importante a la hora de difundir y promocionar tu marca, así como también la de generar nuevos suscriptores y recopilar direcciones de correos. La Nube te permite recabar toda esta información para que la utilices como re marketing y logres atraer nuevamente a tu cliente hacia la Tienda Online, a fin de que vuelva a comprarte.

Haz un plan de comunicación que incluya newsletter con contenido variado y constante e instala alguna app que te permita obtener las direcciones de correo de todos los usuarios que ingresan a tu tienda.

Fomenta la inscripción de suscriptores y analiza la audiencia para segmentar el contenido que decidas redactar.

3. Investiga los datos de tus usuarios

Como siempre decimos: "Es fundamental que utilices las métricas que La Nube te ofrece". Puedes vincular Google Analytics a tu tienda y realizar diversos análisis para conocer en profundidad el perfil de tu cliente y establecer las estrategias en torno a ello. Algunos de los datos importantes que puedes ver y registrar son:

- Lugar: en esta sección puedes ver de qué lugar del mundo los usuarios ingresan a tu tienda. De esta forma podrás establecer campañas dirigidas específicamente a un determinado sitio con sus respectivos intereses, idioma y moneda.
- Dispositivo: en esta sección puedes analizar desde qué dispositivo los usuarios ingresan. Dependiendo los datos que obtengas optimizarás tu estrategia en torno a ello.
- Páginas por número de visitas: aquí puedes analizar el comportamiento que los usuarios tienen en tu Tienda. Desde donde ingresan y hacia dónde van, o si simplemente se quedan en determinado sector y no llegan a efectivizar la compra por problemas en alguna sección. Y hasta qué productos son los más frecuentados, entre otros.

Ahora que sabes cuáles podrían ser las fallas de tu negocio, comienza a evaluar el funcionamiento de tu marca.

Recuerda que es fundamental dedicarle tiempo a tus estrategias de marketing y analizar cada paso que decidas dar en torno a sus resultados.

Te deseamos buenos cambios y que rompas las ventas!