



ecommaster.es

FORMACIÓN EN E-COMMERCE
Y MARKETING DIGITAL

Hoy os
presentamos
la clase de...

CLAVES PARA TRABAJAR EN ECOMMERCE

Belén Díez. Auditora Ecommerce



(+34) 966 651 891
www.ecommaster.es



 **CEEI**
ELCHE

CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS



iVACE



Una manera de hacer Europa

*"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo
FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"*

PRESENTACIÓN



Fundadora y Ecommerce Manager en DMK Racing.com



Jefa de Estudios en Ecommmaster.es



Belén Diez

 bdiez@ecommmaster.es

[@be_diez](#)

 [@ecommmaster](#)



CLAVES SECTOR ECOMMERCE.

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

1. DEMANDA ONLINE. ¿CÓMO LA DESCUBRIMOS?

2. COMPETENCIA ONLINE ¿CÓMO LO HACEN?

3. TENDENCIAS:

- MODELOS DE NEGOCIO ONLINE INNOVADORES.
- OMNICALIDAD
- SHOWROOMING Y WEBROOMING (ROPO)

4. CAPTACIÓN DE TRÁFICO

5. MÉTODOS DE PAGO ONLINE

6. COMPETENCIAS DIGITALES NECESARIAS EN LA EMPRESA



ecommmaster.es

DEMANDA ONLINE

¿Qué es vender por Internet?





DEMANDA ONLINE

Proceso de una compra online



¿Qué necesito saber?



DEMANDA ONLINE

Hay que conocer la demanda y enfocarse a ella

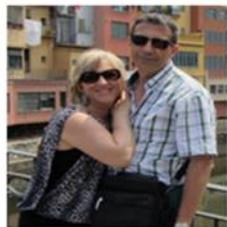




DEMANDA ONLINE

¿Cómo nos conoce el cliente?

Cada categoría, ficha de producto o post es una puerta de presentación de mi tienda online.



Chelo



Chelo Busca



Bikini-plan-Pompadour | Comprar especias y te online.
www.especia-te.com/bikini-plan-141.html - Adelgaza de forma rápida y natural con el **Bikini Plan** de **Pompadour**. Cómpralo ahora en **Especia-te.com**, tu tienda online de especias, condimentos y te.

Esta semana nuestros clientes se están acordando del ...
<https://plus.google.com/.../posts/7y9Nsm7Uyf5> -
 Especia-te.com
 8/1/2014 - Esta semana nuestros clientes se están acordando del **Bikini Plan** de **Pompadour**, y es que, después de las navidades conviene depurar de forma natural nuestro ...

Resultados de Chelo



FICHA PRODUCTO



Juan Francisco



JuanFran busca



Estuche 10 Botánicos Gin Tonic Toque Especial
www.especia-te.com/comprar-especias-para-gin-tonic-toque-especial.html - Compra estuche de especias para elaborar **Gin Tonic de Toque Especial**, con este pack gin tonic puedes preparar los mejores gin tonic con especias y ...
 Has visitado esta página 2 veces. Fecha de la última visita: 10/11/14.

Estuche 3 botánicos Gin Tonic Toque Especial - Especia-te ...
www.especia-te.com/estuche-tres-botanicos-para-gin-tonic-toque-especial - Compra un estuche con 3 botánicos para elaborar **Gin Tonic Toque Especial**. Contiene Bayas de Enebros, Cardamomo y Flor de Hibisco. Podrás obtener ...

Resultados de JuanFran



FICHA PRODUCTO



ecommaster.es

DEMANDA ONLINE

Hay que conocer la demanda y enfocarse a ella

BUSCA TU **PROPUESTA DE VALOR** EN UN MERCADO TAN
COMPETITIVO COMO INTERNET





ecommaster.es

CÓMO HACER UN ESTUDIO DE MERCADO ONLINE

DEFINIENDO ALGUNOS TÉRMINOS IMPORTANTES

EL MERCADO ONLINE

Mercado Potencial
Demanda de Mercado
Cuota de mercado

Conversiones Estimadas
Muestra de Mercado (Top 30)





MERCADO POTENCIAL

Todos los posibles consumidores de un producto determinado. Se obtienen a partir de estudios realizados anteriormente o la información disponible en determinadas fuentes de información.

“Según el último estudio de **MERCASA**, sobre La Alimentación en España, en 2012 los hogares en nuestro país han consumido un total de **98,696 millones de Euros en Especias**. Por otro lado, el mercado español de las **infusiones**, según el **Ministerio de Agricultura**, llega hasta las **7750 toneladas y los 222, 6 millones de Euros**.

Además, según el I.N.E., el total de personas que han comprado por Internet en los últimos 12 meses han sido 9,420,707, de las cuales **1,102,223 han comprado productos de alimentación.**”



DEMANDA DE MERCADO

Son los consumidores de un producto determinado. Una de las ventajas del mundo online es que existen herramientas que nos permiten saber el número de búsquedas de las keyword que definen mi negocio.

¿Cómo delimitar una demanda de mercado?

1. Piensa en las **5 keywords** que definen mi sector o producto de modo global.
2. Suma las **búsquedas mensuales** de esas keyword más buscadas de tu sector.
3. **Multiplica por 12** y ya tienes la demanda de mercado anual aproximada.



DEMANDA ONLINE

Estudio de mercado online y análisis de la competencia

ANALISIS DE PALABRAS CLAVE

Palabra clave	Competencia	Búsquedas globales	Búsquedas locales	CPC aproximado (€)
zapatos novias	0,76	90500	49500	0,34
zapatos venta	0,9	110000	49500	0,39
zapato mujer	0,77	110000	40500	0,35
zapato de mujer	0,77	110000	40500	0,38
comprar zapatos	0,87	110000	40500	0,41
botas de mujer	0,88	110000	40500	0,32
botas mujer	0,88	110000	40500	0,35
tiendas de zapatos	0,77	90500	40500	0,38
tienda de zapatos	0,76	74000	40500	0,39

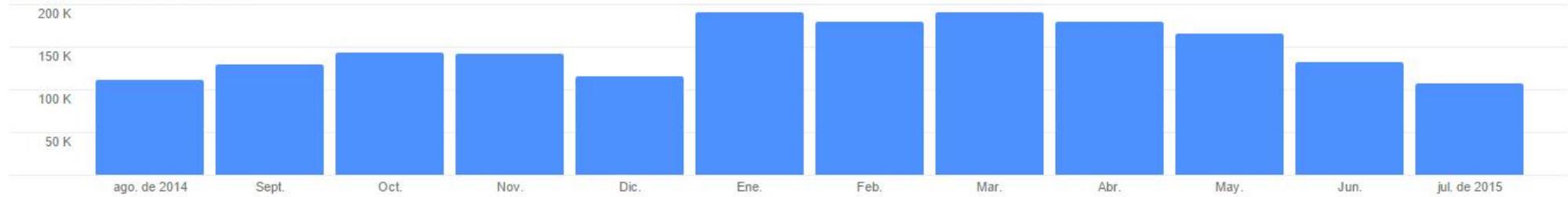


CÓMO HACER UN ESTUDIO DE MERCADO ONLINE

DEMANDA DE MERCADO

Tendencia del volumen de búsqueda

Promedio de búsquedas mensuales



Ideas para el grupo de anuncios

Ideas para palabras clave

Columnas



Descargar

Añadir las todas (793)

Términos de búsqueda	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	Puja sugerida	Porcentaje de impresiones del anuncio	Añadir al plan
te verde	18.100	Baja	0,05 €	-	»
te rojo	9.900	Baja	0,16 €	-	»
te negro	4.400	Baja	0,23 €	-	»
te blanco	4.400	Baja	0,29 €	-	»



CUOTA DE MERCADO

Es la fracción, porcentaje o nº de unidades que se tendrá del total del mercado disponible o del segmento del mercado online que se quiera conseguir.

Cuota de Mercado= (Demanda de mercado X % de visitas estimadas)

Búsquedas anuales (te verde, rojo, blanco, negro)	% de visitas estimadas que quiero conseguir	Nº de visitantes a los que aspiro (Cuota de Mercado)
441.600	10%	44.160

Demanda de mercado: Planificador de Palabras clave de Google adwords.

% de visitas estimadas: estimación de la empresa sobre plan de marketing y/o presupuesto.



44160 lo utilizaremos para estimar las conversiones

CONVERSIONES ESTIMADAS

Son las ventas estimadas que pretendemos obtener en nuestra tienda online, estas conversiones dependen de diferentes factores. (diseño, tipo de productos, actitud de compra online, intención de compra, decisión de compra, finalización de la compra).

Conversiones estimadas= (Cuota de mercado (Búsquedas)X - % de rebote = N° visitantes X % conversión.

Cuota de Mercado (n° visitantes a los que aspiro)	-% rebote (competidores)	N° visitantes que entrarán en mi tienda	% Conversión estimado	N° ventas totales en mi ecommerce (anuales)
44.160	-20%	35.328	1,5%	529,92

% de Rebote: Alexa

% conversión: estimación de la empresa sobre plan de marketing y/o presupuesto.



CÁLCULO DEL TICKET MEDIO

TICKET MEDIO: Ventas totales (€)/ nº pedidos realizados

4000€/150 pedidos= ticket medio 26,66€

MARGEN MEDIO: Beneficio bruto total/nº pedidos

Con un 35% de margen; 1400€

1400/150 pedidos= 9,33€ margen medio por pedido

CÁLCULO RENTABILIDAD SENCILLO

Gastos fijos/margen medio= nº ventas mínimas

1200/9,33= 128,6 ventas para cubrir costes



ESTRUCTURA DE UN ESTUDIO DE MERCADO

- 1. Objetivos del estudio**
- 2. Conclusiones y recomendaciones**
- 3. Análisis de la oferta y del producto**
- 4. Análisis del Comercio Online**
(Promoción y distribución)
- 5. Análisis de la demanda** (precio, personal, procesos, tangibilidad)
- 6. Identificación de estrategias de Marketing**





FORMULA MAGICA

VENTAS = VISITAS x TASA DE CONVERSION x TICKET MEDIO

Ventas: 100,000 €

Conversión: 1%

Ticket Medio: 50€

Necesito tener **200,000 visitas al mes** para obtener mi previsión.

2000 pedidos mensuales/ **100 pedidos diarios**



ANÁLISIS DEL TOP 30. MUESTRA DE MERCADO

El **90% del tráfico** se recoge en los primeros **30** resultados que nos da Google = **TOP 30**

El **80% del tráfico** = **TOP 10**

Fuente: NPD

1. Seleccionamos la palabra clave.
(5 keywords principales que definen mi sector)
2. Identificamos las fuentes de tráfico en Google.
3. Realizamos una clasificación según objetivos

TOP
30



ANÁLISIS DEL TOP 30. RESULTADOS

1. Segmentar por **tipo de negocio** los resultados orgánicos y de pago.
2. Segmentar por **tipología de resultado**.
3. Identificar los **competidores directos** (estudiar categorías y analizar su PVP y ofertas)
4. Los competidores se pondrán en una **tabla de competidores** y se le aplicarán los siguientes indicadores:
 - **Páginas indexadas** (site:www.misitio.com/&)
 - **Nº de links** (Alexa)
 - **% de Rebote** (Alexa)
 - **1ª categoría indexada**, (site:www.misitio.com/&)
 - **2ª categoría indexada**, (site:www.misitio.com/&)
 - **Tiempo en tienda**. (Alexa) .

¿QUIÉN SALE EN EL TOP 10 DE GOOGLE?

ANALIZA TU COMPETENCIA

COMPRAR ZAPATOS SEÑORA

Web Imágenes Vídeos Shopping Maps Más Herramientas de búsqueda

Cerca de 1,820,000 resultados (0.29 segundos)

Zapatos Colección 2015 - Compra Zapatos de Mujer aquí
Anuncio www.zalando.es/Zapatos_de_Mujer
¡Envío y Devolución Siempre Gratis!
Zapatos de Fiesta Mujer Zapatos de Novia
Zapatos de Oficina Mujer

Zapatos Mujer - sarenza.es
Anuncio www.sarenza.es/Zapatos_Mujer
Zapatos para mujer en Sarenza. Envío y devolución gratis!

Zapatos de Señora - ¿Preparados para descubrir?
Anuncio www.deichmann.com/
Nuestra nueva colección de Zapatos!
Deichmann tiene 977 seguidores en Google+.
Sneaker de mujer - Cuñas con estilo - Colección Graceland - Nueva colección
Calle Jacarilla 7, Elche - 966 10 80 97

Zapatos de mujer · Moda · El Corte Inglés
<https://www.elcorteingles.es/moda/zapatos/zapatos-de-mujer/>
Encuentra la mejor selección de zapatos mujer. Sandalias, botas y botines, zapatos de salón, zapatos fiesta, merceditas, peep toes. Compra online El Corte ...
Sandalias - Zapatos de salón - Alpargatas - Zapatos confort

Comprar zapatos para Mujer en la Tienda online de Pikolinos
www.pikolinos.com/us-es/mujer.html
Compra tus zapatos Pikolinos para Mujer en la tienda online de Pikolinos. Tus zapatos Pikolinos para Mujer con gastos de envío y devolución gratuitos.

Zapatos Mujer Online - Comprar Zapatos botas botines ...
www.merkal.com/mujer
Comprar zapatos de mujer online en Merkal. Encuentra tus zapatos, bailarinas, sandalias, botas, botines o zapatos de tacon en nuestra tienda online.

Zapatos Mujer - Comprar Zapatos Mujer Online - TINO ...
www.tinogonzalez.com/20-comprar-zapatos-mujer-online
En Tino González puedes comprar online zapatos de mujer como sandalias planas, sandalias de tacon, zapatos de tacon... Las mejores ofertas y promociones ...

MARYPAZ | Calzado Mujer | Comprar zapatos online
www.marypaz.com/
CALZADOS MARYPAZ. Compra tus zapatos MARYPAZ en nuestras Tiendas físicas y online. La manera más sencilla de comprar tus zapatos online.

Resultados de Google Shopping para Enlaces Patrocinados (1) COMP...

 Zapatos de mujer - Tacon EUR22.60 LightInTheBox	 Kawasaki 45884 EUR34.98 zacaris.com	 Zapatos de mujer - ... EUR18.04 LightInTheBox	 Nike Performance ... EUR89.95 Zalando.es 24 % menos
 Zapatillas Asics GEL-Noosa Tri EUR89.95 Deponvillage.c...	 Pikolinos Deportivo ... EUR79.00 Pikolinos®	 Pikolinos ALCUDIA ... EUR48.30 zacaris.com	 Ugg Australia Bailey Button ... EUR200.00 Sarenza.es

Anuncios

Zapatos señora
www.calzadosvicente.com/
965 20 33 39
Venta de Calzado para Invierno, Otoño y Verano para Mujer y Hombre.

Zapatos Señora -50 %
www.svaro.es/Zapatos+Señora
Ahora gran Oferta Pedir en esta hora misma y ahorre en su compra.

Zapatos Señora en ASOS
www.asos.com/es_Zapatos-Señoras
Compra ya Los Zapatos más Cool.
¡Encuentra Los Looks Más Buscados!

Zapatilla Mujer en Amazon
www.amazon.es/zapatilla+mujer
Más de 50.000 productos con envío gratis desde 10€

HERRAMIENTAS PARA ANALIZAR LA COMPETENCIA ONLINE

KEYWORD PLANNER DE
GOOGLE ADWORDS

SEMRUSH

ALEXA

TRENDS



ESTRATEGIA ECOMMERCE





live update MEJORES PALABRAS CLAVE ORGÁNICAS (1,515) ⓘ

Palabra Clave	Pos	Volumen	CPC	Tráfico
pikolinos	1 (1)	33,100	0.17	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
zapatos pikolinos	1 (1)	2,400	0.17	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
pikolinos mujer	1 (1)	1,900	0.17	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
pikolinos zapatos	1 (1)	1,600	0.14	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
pikolinos outlet	1 (1)	1,600	0.31	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>

Exportar

Ver informe completo

live update PRINCIPALES COMPETIDORES ORGÁNICOS (1,566) ⓘ

Competidor	Com. Nivel	Com. Palabras clave	Palabras clave del Buscador
hispanitas.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	270	1.1k
justfab.es	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	230	1.1k
tinoqonzalez.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	300	2.0k
clarks.es	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	434	3.7k
megacalzado.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	304	2.1k

Exportar

Ver informe completo

ESTRATEGIA ECOMMERCE



ÚLTIMA SEMANA 143 ARTÍCULOS Ordenar: Novedades PÁGINA: 1 2 3 4 5 6 VER TODO TEMPORADA

- POR PRODUCTO MUJER BOLSOS
- POR ESTILISMO animal-print basicos cuñas masculinos punta-fina suede working-girls
- POR COLOR azules blancos cuero cuero-burdeos dorados estaño-shark grises jeans kaki marrones metalizados negro



● ORGANIC ● PAID 1M 6M 1Y 2Y All Time





live update MEJORES PALABRAS CLAVE ORGÁNICAS (1,081) ⓘ

Palabra Clave	Pos	Volumen	CPC	Tráfico
hispanitas	1 (1)	27,100	0.22	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
hispanitas outlet	1 (1)	1,900	0.18	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
zapatos hispanitas	1 (1)	1,900	0.16	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
hispanitas online	1 (1)	1,300	0.28	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
hispanitas on line	1 (1)	590	0.12	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>

Exportar

Ver informe completo

live update PRINCIPALES COMPETIDORES ORGÁNICOS (1,193) ⓘ

Competidor	Com. Nivel	Com. Palabras clave	Palabras clave del Buscador
calzadosbequer.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	199	804
pikolinos.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	270	1.5k
grupopitillos.net	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	157	489
justfab.es	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	200	1.1k
camper.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	187	1.3k

Exportar

Ver informe completo



ESTRATEGIA ECOMMERCE

Cambios/Devoluciones Gratis Pago Garantizado Envios Gratis Localiza Tu Tienda Ayuda Telf. 94



Buscar en nuestra tienda

MUJER ▾ HOMBRE ▾ CA



Utilizamos cookies propias y de terceros para mejorar nuestros servicios y mostrarte publicidad relevante basándonos en tu uso de nuestro sitio. Puedes cambiar la configuración u...

● ORGANIC ● PAID

1M 6M 1Y 2Y All Time





live update MEJORES PALABRAS CLAVE ORGÁNICAS (490) ⓘ

Palabra Clave	Pos	Volumen	CPC	Tráfico
pitillos	1 (1)	12,100	0.00	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
zapatos pitillos	1 (1)	6,600	0.08	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
zapatos pitillos	2 (3)	6,600	0.08	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
pitillos zapatos	1 (1)	1,600	0.06	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
calzados pitillos	1 (1)	720	0.08	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>

Exportar

Ver informe completo

live update PRINCIPALES COMPETIDORES ORGÁNICOS (730) ⓘ

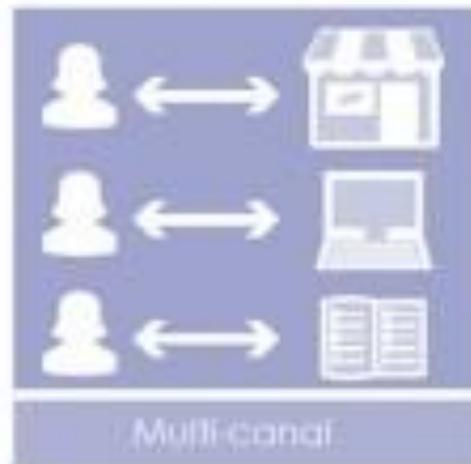
Competidor	Com. Nivel	Com. Palabras clave	Palabras clave del Buscador
grupopitillos.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	120	213
hispanitas.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	157	1.1k
calzadosilvio.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	59	171
camper.com	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	128	1.3k
clarks.es	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	292	3.7k

Exportar

Ver informe completo

“El 80% de los clientes han adoptado la omnicanalidad en sus compras” (Informe MasterCard “The Retail CMO’s Guide to the Omnishopper”)

OMNICALIDAD





Omnicanalidad.

- El ecommerce es un canal de ventas más y puede que no sea el único.
- Pure player (Pixmanía, solo vendía online y abrió tiendas físicas)
- Showrooming?
- Webrooming? ROPO (research online, purchase offline)
- El usuario ya no se fija si la compra la hace online u offline porque todo está integrado.

SHOWROOMING

- Showrooming

Ver un producto en una tienda física y comprarlo online al mejor precio.





ecommmaster.es

TENDENCIAS ECOMMERCE CALZADO

WEBROOMING

ROPO (Research Online, Buy Offline)

Buscar un producto en casa Online y comprarlo en tienda física





TENDENCIAS ECOMMERCE CALZADO





- Pop Up Stores

El ecommerce se integra dentro de toda la estrategia comercial de la empresa.





TENDENCIAS ECOMMERCE CALZADO

El canal físico y el online se complementan, más que competir entre sí.

Nielsen

60% Navega online antes de hacer una compra física

51% mira en la tienda física y compra online

Accenture

80% Mira online antes de hacer una compra física

73% mira en la tienda física y compra online



¿Qué deben hacer los Retailers?

- 1. Integrar su tienda física con la Online**, incluyendo la experiencia MOBILE. Todavía hay muchas tiendas que ofrecen unos productos online que no están disponibles en las tiendas físicas.
- 2. Construir sistemas** para comprar online y recoger en tienda, o comprar en tienda y recibir en su domicilio
- 3. Impulsar el conocimiento de su personal de ventas** y dotarles de las herramientas digitales necesarias para aconsejar al comprador.



REGLA DE PARETO

20% para la **Plataforma**

(Magento, Prestashop, servidor, dominios, etc)

80% para **Marketing online y**

offline (SEO, SEM, Videomarketing, etc.)



80-20

(1906)



CAPTACIÓN DE TRÁFICO

INCREMENTAR VISITAS

- PPC. Publicidad. Google Adwords
- SEO
- Estrategia landings segmentadas y captación de leads
- FB Ads y Twitter Ads
- Email Marketing
- Google Shopping
- Display
- Remarketing
- Videomarketing
- Blogging y marketing de contenidos
- Inbound Marketing. Infografías.





INCREMENTAR TASA DE CONVERSIÓN

En torno al 1% de media

- **Catálogo** ordenado en categorías, filtros de marcas, etc
- **Buscador** predictivo para encontrar producto
- **Métodos de pago** adecuados al comprador: paypal, reembolso para mayores y jóvenes, tarjeta
- **Métodos de envío** con múltiples opciones de entrega.
- **Velocidad** de carga de la web
- **Fichas de producto** atractivas y SEO-friendly, no copiadas de catálogos u otros competidores
- **Fotos** propias y con detalle. No muy pesadas
- **Chat online**, respuestas personalizadas e integradas con CRM
- Recuperación de carritos
- Diseños **responsives y usables**, colores que inciten a la compra



INCREMENTAR TASA DE CONVERSIÓN

AUMENTAR LA CONFIANZA

- Sellos de confianza online
- Sellos de bancos
- Reviews y comentarios: Ekomi, opiniones-verificadas.com
- Iconos de prensa y TV con enlaces
- Nº seguidores en RRSS
- “Dar la cara” con fundadores, trabajadores
- Formularios con respuesta rápida
- Incluir tlf. ¿902?
- Redacción quiénes somos
- Tipo de sociedad

CAPTACIÓN DE TRÁFICO

PRINCIPIOS DE UNA TIENDA ONLINE

- DISEÑO
- USABILIDAD
- ACCESIBILIDAD
- CREDIBILIDAD





CAPTACIÓN DE TRÁFICO

PRINCIPIOS DE UNA TIENDA ONLINE

DISEÑO

- Intuitivo y accesible
- Decorada con los propios contenidos.
- Combinar colores para crear una visión cálida y agradable.
- Orden en los menús para no despistar.





CAPTACIÓN DE TRÁFICO

PRINCIPIOS DE UNA TIENDA ONLINE

- Mostrar el contenido de forma clara y sencilla
- Catálogo de productos visible
- Categorías de acceso
- Carrito de la compra visible
- Proceso de compra enfocado al producto
- Buscador potente
- Acceso a los apartados de servicio.
- Ficha de producto detallada

Usabilidad

- www.pharmacius.com

CONSEJOS DE USABILIDAD WEB





PRINCIPIOS DE UNA TIENDA ONLINE

- Debe ser accesible para el mayor número de personas posible.
- Correcta clasificación de productos, categorías y atributos.
- Productos destacados
- Texto óptimo
- Etiquetado de imágenes

Accesibilidad web





CAPTACIÓN DE TRÁFICO

PRINCIPIOS DE UNA TIENDA ONLINE

1. El Diseño habla por ti.
2. Muéstrate seguro
3. Se transparente (devoluciones, precios...)
4. Ofrecer las máximas garantías (privacidad)
5. Cuántas personas han disfrutado de nuestros servicios
6. Da sensación de control

CREDIBILIDAD

7. Demuestra que eres una autoridad sobre lo que estás hablando.
8. No lo digas sólo tú, apóyate en tus clientes
9. Evita errores en la web
10. Demuestra orgulloso que cumples con todos los requisitos de seguridad
11. Actualiza tu web a menudo

CAPTACIÓN DE TRÁFICO

ELEMENTOS DE UNA TIENDA ONLINE

HOME

- TRANSMITE NUESTRA PROPUESTA DE VALOR
- TRANSMITE QUE TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO OFRECEMOS
- MENSAJES SIMPLES
- PROVOCA EMOCIONES
- INSITE EN LAS VENTAJAS DE USAR NUESTRA WEB
- CON UN DISEÑO GRÁFICO ATRACTIVO
- CON OPINIONES DE CLIENTES
- MOSTRANDO CUÁNTAS COSAS SUCEDEN EN TU WEB.



ecommmaster.es

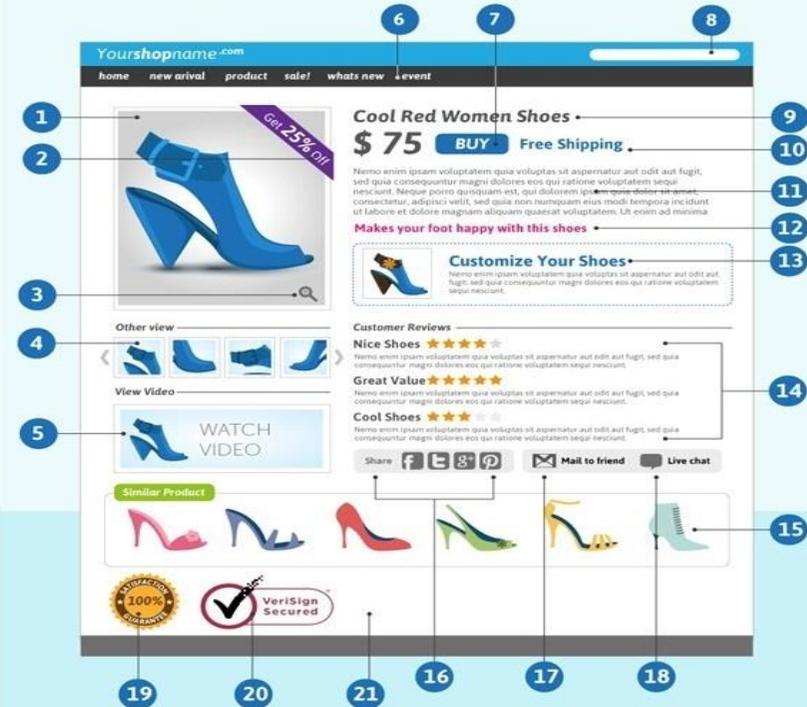
The screenshot shows the homepage of Planeta Huerto.es. At the top, there is a navigation bar with categories: Huerto y Jardín, Bonsái, Alimentación eco, Cosmética eco, Bricolaje, Hogar, Animal, and Revista. The main banner features a large image of a barbecue with the text 'ESPECIAL BARBACOAS' and 'Todo lo que necesitas para cocinar en exterior'. Below this, there are logos for Weber, Campingaz, and Char-Broil. To the right, there is a section for 'TRATAMIENTOS ECOLÓGICOS' and a product advertisement for 'Colágeno en Polvo COLNATUR 300 gr.'. Below the main banner, there is a section titled 'Así llega tu pedido de Planeta Huerto' with a video player and several icons representing services: Asesoramiento (tlf. 966 971 130), Entrega en 24/48 horas, +8500 opiniones positivas, 10.000 productos al mejor precio, and Pago 100% Seguro. At the bottom, there is a section for 'Ofertas destacadas' featuring five products with their respective prices and discounts: Colágeno Fortigel (14,35 €), Akadama standard extra quality 14L (15,95 €), Programador de riego Aquecontrol (19,95 €), Cápsulas Meca Andina Ecológica, Marry's, 60 ud. (10,95 €), and Colágeno en polvo Colnatur 300 gr. (13,95 €).

CAPTACIÓN DE TRÁFICO

PERSUADIR

- Cuidar el buscador interno
- Facilitar el acceso a los productos
- Reclamo de las ofertas
- Productos más solicitados
- Productos recomendados
- Creación de paquetes o combos de productos.

21 Características de la ficha de producto PERFECTA



- 1 Imágenes de calidad
- 2 Descuento destacado
- 3 Vista con Zoom
- 4 Otras vistas del producto
- 5 Demo en vídeo
- 6 Navegación amigable
- 7 Llamada a la acción
- 8 Buscador de productos
- 9 Nombre atractivo
- 10 Incentivo de valor
- 11 Descripción estratégica
- 12 Destacados
- 13 Opción para personalizar
- 14 Opinión de consumidores
- 15 Productos similares
- 16 Botones sociales
- 17 Botón de enviar por mail
- 18 Live Chat
- 19 Sellos de confianza
- 20 Sello de compra segura
- 21 Espacio de descanso visual



CAPTACIÓN DE TRÁFICO

PROCESO DE REGISTRO

- Es un **freno** a la hora de realizar una compra.
- **Objetivo de marketing:** conseguir datos del usuario, pero siendo prudentes. **NO SPAM.**

ONE STEP CHECKOUT:

- CAPTACIÓN DE DATOS AL FINAL, EN EL CHECKOUT.
- COMPRA EXPRESS SIN REGISTRO, NI USUARIO NI CONTRASEÑA.

1. Registro de Usuario > 2. Dirección > 3. Formas de Pago

Proceso de compra

Sólo una cosa más antes de realizar tu pedido, necesitamos identificarte para que puedas comprar los productos seleccionados.

¿Es usted usuario registrado? Sí, ya soy usuario

E-MAIL:

CONTRASEÑA:

CONFIRMACIÓN CONTRASEÑA:

NOMBRE:

APELLIDOS:

NIF/CIF:

TELÉFONO:

No cerrar sesión entrar

[¿no recuerdas tu contraseña?](#)

Estoy de acuerdo con la [política de privacidad](#)

guardar tus datos





🔍
🛒 Carrito: 1

Móviles/Smartphones
Tablets/EBooks
Consolas
PC
Imagen/Sonido
Consumibles
Cables/Adaptadores
Electro/Hogar
Varios
Mundo Apple

Compra Rápida

Completa los siguientes campos para realizar tu pedido

Sus Datos

Si has hecho un pedido en otra ocasión o te registraste ya en OcioDual puedes acceder a tu cuenta desde aquí.

ACCEDER A TU CUENTA

Nuevo cliente

Si es tu primera compra necesitamos saber algunos datos

Particular
 Empresa

Nombre:

Apellidos:

Correo electrónico:

Pon tu contraseña y benefíciate de bonos descuento y mucho más.

Contraseña:
 Confirmar contraseña:

DIRECCIÓN DE ENVÍO

Dirección:

País:

Provincia:

Código Postal:

Ciudad:

Teléfono fijo:

Teléfono móvil:

Número de IVA:

DNI/NIF:

Usar la misma dirección para la facturación.

Método de Envío

Peso envío: 1,00 Kg

MRW Entrega en 24 Horas 2,80 € (Con IVA)

Toursline Entrega en 24/48 Horas 2,60 € (Con IVA)

Recoger en Almacén Recoger en un máximo de 7 días Gratis

Resumen de Pedido

Producto	Descripción	Precio Unitario	Cant.	Total
	Doogee Dagger DG550 Octa Core Negro Libre Ref: 92870 Peso: 1,00Kg	170,40 €	1	170,40 €
		Total productos (IVA incl.):		170,40 €
		Total productos (Sin IVA):		140,83 €
		Total de impuestos (IVA ES 21%):		30,07 €
		Gastos de envío (IVA incl.):		2,80 €
		TOTAL:		173,20 €

Vales Descuento ACEPTAR

Si desea dejamos un comentario acerca de su pedido, por favor escríbalo a continuación.

🛒 Añadir más productos al carrito para obtener puntos de fidelidad.

Acepto el acuerdo sobre la privacidad de datos de los clientes, Términos de servicio y me adhiero a ellos incondicionalmente. (Leer)

Método de Pago

Tarjeta de Crédito/Debito

Pague con su cuenta de PayPal.

Transferencia/Ingreso bancario

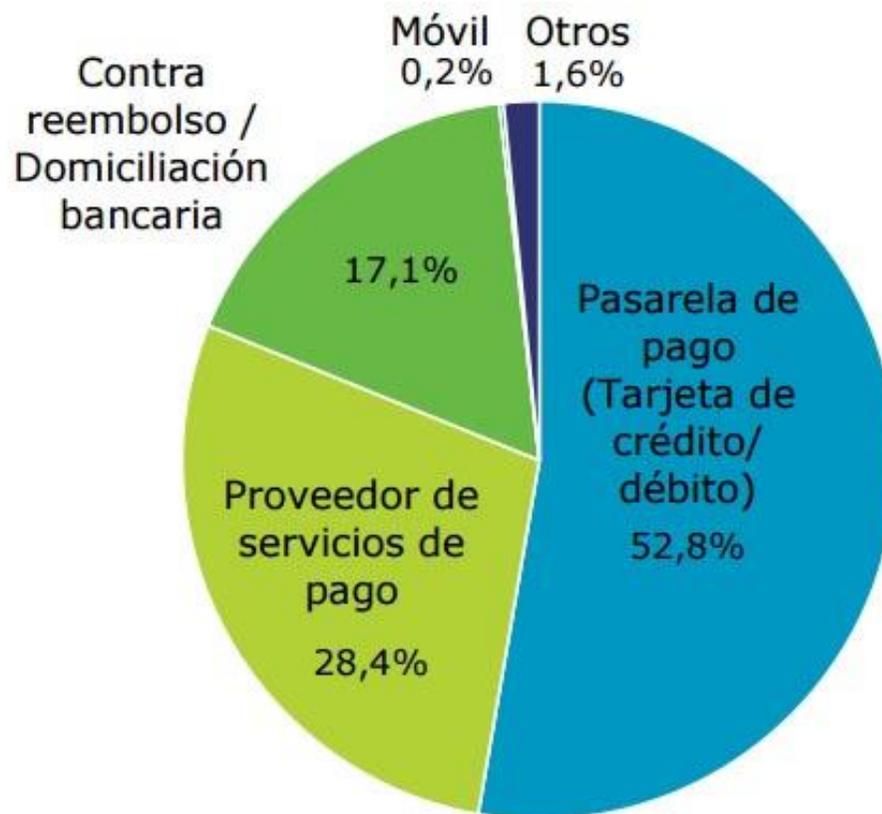
◀ Continuar comprando

Confirmar Pedido ▶



MÉTODOS DE PAGO ONLINE

FIGURA 8. FORMAS DE PAGO PREFERIDAS POR LOS INTERNAUTAS QUE COMPRAN ONLINE (%)



Base: total de internautas compradores

Fuente: ONTSI



red.es

ontsi

observatorio
nacional de las
telecomunicaciones
y de la SI

TABLA 7. FORMAS DE PAGO PREFERIDAS POR LOS INTERNAUTAS QUE COMPRAN ONLINE SEGMENTANDO POR SEXO Y EDAD (%)

Formas de pago	TOTAL	SEXO		EDAD				
		Hombre	Mujer	15-24 años	25-34 años	35-49 años	50-64 años	>64 años
Tarjeta de crédito/débito	52,8%	50,0%	56,2%	44,0%	49,9%	50,3%	64,1%	75,4%
Sistema intermediario (PayPal...)	28,4%	31,3%	24,8%	35,2%	31,3%	29,4%	20,5%	10,5%
Contra reembolso / Dom. bancaria	17,1%	16,7%	17,6%	19,3%	17,1%	18,5%	13,3%	12,4%
Móvil	0,2%	0,1%	0,2%	0,5%	0,0%	0,2%	0,3%	0,0%
Otros	1,6%	1,9%	1,2%	1,0%	1,7%	1,7%	1,8%	1,6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base: total de internautas compradores

FORMAS DE PAGO

Fuente: ONTSI



ecommmaster.es

METODOS DE PAGO ONLINE

CODEETA.

<https://youtu.be/uXMe1a7CVZg>



“Mientras tu duermes, tu competencia trabaja”



¡Síguenos!



<https://www.facebook.com/Ecommaster.es>



<https://twitter.com/ecommaster> • @ecommaster



<https://plus.google.com/112385287735204826129>



<https://www.youtube.com/user/ecommaster>



<https://vimeo.com/ecommaster>