

Mejora tu tienda en línea - Aula Virtual

Daniel Martín Casas
(danimcasas@inextalent.com)

Creación Web

2022

Ecommerce - La siguiente fase.

De la especialización a la diversificación

Una vez lanzada nuestra tienda o mediante la travesía de esos primeros meses de lanzamiento, descubrimos que **posicionar nuestros productos o nuestras categorías principales** será una tarea costosa o muy poco fructífera si hemos dejado todo a las configuraciones básicas de nuestro Ecommerce.

Tanto si utilizamos Wordpress, Prestashop, Shopify, o cualquier otro CMS nos daremos cuenta de que esto no va a ser suficiente y necesitamos algo más.

Es en ese momento cuando nos tenemos que plantear una alternativa

- ¿Invertir en publicidad? ¿Adwords o Facebook?
- ¿Contratar a un experto SEO?
- ¿Replantearnos nuestra fórmula inicial?

Objetivo: Centrarnos en productos nicho o micronichos

Tienda física: principales clientes pasan por delante de la tienda. Nos encuentran si pasan por esa calle o centro comercial y si alguien les recomienda.

Tienda Online: solo los clientes que nos encuentran mediante búsquedas organizadas, enlaces en redes sociales o publicidad nos encuentran.

Puntos Clave:

- **Poner la especialización como motor de partida para que nos encuentren.**

- **Apoyarnos en el SEO orgánico para mejorar estos resultados y en un trabajo exhaustivo.**
- **Trabajar un SEM preciso, medido y mediante métricas reales (Google analytics) con presupuestos todoterreno, (desde dos euros al día)**

Mantenernos alejados de resultados milagro, formular secretas o métodos mágicos.

Es en este momento de nuestro emprendimiento cuando podemos empezar a desanimarnos, nada de lo que haces parece funcionar pero nosotros seguimos creyendo en nuestro producto.

Es hora de especializarse, lanzar uno o varios productos, o centrarnos en una categoría inicial principal, para después ir abriendo el abanico al resto de las categorías.

Motivos:

El SEO trabajará para nosotros si somos capaces de enfocarnos en una serie de productos mínimos y en una serie de categorías (o una sola) mínimas.

- Google nos ayudará si nos centramos exclusivamente en crear contenido para este producto o categoría, ya que nos centraremos en un micronicho, en búsquedas de larga cola o long tail para ser más efectivos dentro de ese mercado.
- Posibilidad de promover lanzamientos de productos, categorías o eventos mediante landing pages dentro de nuestra tienda, publicaciones en nuestras redes sociales de una manera más exclusiva y preparada.

Nicho o micronicho

Nichos:

Definición:

Un nicho de mercado es un término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

Fuente: Wikipedia

- Ejemplo: patinetes eléctricos
- Juguetería Educativa
- Tienda deportes extremos

Micronicho

Definición:

Un micronicho es un nicho aún más centrado dentro de otro nicho, que resuelve o propone soluciones muy específicas a sus usuarios .

- Recambios patinetes electricos
- Juguetería puzzles
- Solo un deporte extremo

Con los nichos o los micronichos nos es más fácil competir con las grandes tiendas online ya establecidas.

El posicionamiento SEO es más efectivo desde un principio al centrarnos solo en un producto o categoría y nos costará menos trabajo

Geolocalización

Céntrate en un país o región.

ya habrá tiempo después para la internacionalización.

Recuerda:

- Medir
- Probar

- Modificar o crear
- Volver a medir
- Volver a probar

Invierte en tu tienda

- Si es **Wordpress**, invierte en un tema y un constructor visual que te facilite las tareas
- Si es **Prestashop**, invierte en un constructor visual como **Elementor** para poder cambios cuando lo necesites
- Si es shopify, revisa bien los temas de los que dispones e invierte en uno si lo consideras necesario
- Invierte en los plugins que crees que vayas a necesitar:
- Recuperación de carritos abandonados
- Premios por cada compra (puntos)
- Lista de deseos
- Comparativas
- Financiación

Enfocando nuestros primeros productos:

Ficha de un producto de nicho:

- Trabajar los title H1
- Trabajar la meta description
- Describir el producto de manera original, basándonos en lo que tenemos, pero no copiando literalmente la ficha del proveedor.
- Ventajas del producto
- Que solucione o como te va a ayudar ese producto.

- Uso aconsejado del producto
- Videos dentro de la ficha del producto (minireview)

Creando la estructura del catálogo ideas, práctica y puesta en marcha

- Experiencia propia
 - Desarrollaremos una serie de categoría/a basándonos en nuestra experiencia.
- Competencia y referentes
 - analizaremos la competencia, sus resultados y palabras clave.
- Herramientas SEO
 - para apoyarnos en las búsquedas de ese primer nicho o categoría que lanzaremos en nuestra tienda
 - Ubersuggest

El Blog de nuestro Ecommerce.

Casi como una entidad propia dentro de nuestro ecommerce, el blog debería ser una de nuestras herramientas más eficaces para posicionar nuestra tienda online.

Construyendo el linkbuilding.

- El blog debe estar dentro de nuestro dominio (el mismo que nuestra tienda)
- Blog enfocado en la especialización
- Trabajar las reseñas de productos, consejos de utilización o puesta en práctica.

- Por la parte del SEO off page trabajar el guest posting o post de invitado.
- Publicidad en principales redes sociales

Gastos de envío

- Darle la importancia que tienen los gastos de envío para el cliente
- Tarifa Plana de envíos
- Gastos de envío bajos
- Envíos gratis a partir de un mínimo de productos
- Revisad competencia
- Revisad referente (Amazon)
- Recogida en tienda si procede
- Debería estar en la ficha del producto y en la página de inicio o home.

La confianza del cliente: mejorando la respuesta de nuestro ecommerce.

Cuando iniciamos nuestro negocio, la confianza de los clientes aún no está establecida y debemos intentar trabajar esto desde el principio. La atención al cliente es inmediata.

Elementos Clave:

- Chat o mensajería instantánea
- Wattshapp Business integrado
- Trato cercano, huid de bots o mensajes preprogramados.

Este sistema al inicio del lanzamiento de nuestra tienda online será más fácil de implementar, ya que aún no tendremos tantas visitas que atender.

- Mejoremos la confianza de nuestros visitantes
- Evitaremos carritos abandonados por dudas.

Recomendados:

Botón de whatsapp:



Social Chat

WhatsApp Chat permite a tus usuarios contactar contigo a través del chat de WhatsApp o...

Por *QuadLayers*

Instalar ahora

[Más detalles](#)

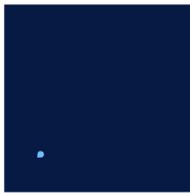
★★★★★ (349)

100.000+ instalaciones
activas

Última actualización: hace 4 semanas

✓ Compatible con tu versión de WordPress

Mensajería instantánea:



Tidio – Live Chat, Chatbots & Email Integration

Añade Tidio Live Chat a tu WordPress de forma gratuita para responder las preguntas de...

Por *Tidio Ltd.*

Instalar ahora

[Más detalles](#)

★★★★★ (313)

100.000+ instalaciones
activas

Última actualización: hace 2 meses

✓ Compatible con tu versión de WordPress

Otros puntos clave a tener en cuenta:

- El Diseño Web y la estética nos ayudarán también a formar esta confianza.
- Colores Web, tipografía, iconografía, logos, etc.
 - Invertir en un buen tema, y/o asesoría con una diseñadora/or
- Usabilidad Web:
 - Pensar en la estructura de nuestra tienda, (que el cliente no se pierda)
 - No popups
 - Menú claro
- Velocidad de carga de nuestra tienda
 - Buen hosting
 - Imágenes optimizadas
 - Videos alojados en youtube o vimeo
- Certificado de seguridad Básico y obligatorio

Información legal de la tienda:

Tener redactada nuestra información legal.

- Políticas de privacidad

- Aviso legal
- condiciones de compra
- Política de devoluciones
- Política de devoluciones

Página de nuestro equipo, sobre nosotros o nuestra trayectoria.

Utilizar los logos de nuestras plataformas de pago. De esta manera también avisamos de que plataformas tenemos disponibles

Versión móvil:

- Darle especial importancia a la visualización móvil, ya que la mayoría de las compras se realizan desde allí.
- Tener referentes como amazon y su visualización móvil.
- Optimizar la visualización de algunas imágenes para que se visualicen correctamente en su versión móvil.
- Cuidado con las tipografías muy grandes en versión escritorio.
- Huid del slider en versión móvil, navegamos haciendo scroll hacia abajo, no hacia los laterales.
-

Hosting de calidad:

- Seguridad y gestión del ecosistema de nuestra web
- Velocidades de carga y estabilidad
- Aumentad el plan de hosting a medida que lleguen las visitas y se necesiten más recursos.

Sistemas de pago en nuestro Ecommerce

- **Tarjetas** - Imprescindible - Tienen comisión
 - TPV virtual (bancos)
 - Stripe empresa similar paypal
- Bizum Ideal tiene comisión (TPV) o sin comision (manual)
- **Paypal alta comisión** - muy conocida entre los clientes
 - Facilita las devoluciones

- Protege al comprador
- Comisión muy alta
- **Transferencia bancaria:** Pago offline. Debemos esperar a que el cliente pague el producto, revisar y modificar el pedido para ponerlo en modo en proceso o enviado.
- **Criptomonedas:** Plataformas seguras como COINBASE ya permiten el pago mediante criptomonedas a través de nuestro ecommerce.

Ser disruptivos también con nuestras formas de pago.