

5 formas
de mejorar
los resultados
de tu tienda
online

Aumenta las ventas
de forma muy fácil

Descubre cómo ganar la carrera del negocio online



En un mundo cada vez más globalizado y en el que empiezan a preferirse las compras online, es necesario acompañar el cambio.

La comodidad es algo que los consumidores valoran cada vez más. Facilidad para consultar los artículos, modalidades de pago diversificadas, experiencia de compra ágil, servicio de entregas rápido y apoyo postventa eficiente, son algunas de las características fundamentales para alcanzar el éxito en el mercado online.

Sea cual sea tu área de actividad, los consumidores son cada vez más exigentes y las plataformas de venta online deben evolucionar con el mercado.

El comercio electrónico ya no es solo una tendencia.

Es una realidad que gana relevancia a cada día que pasa.

30 mil euros por minuto

En 2017, las transacciones del comercio online en España fueron de 30 mil Euros por minuto. Y la tendencia es un aumento significativo de estos importes durante los próximos años, según las estimaciones de Digital Market Outlook de Statista.

¡El potencial del e-commerce es enorme! Sin embargo, sabemos que diferenciarse en un mercado digital a escala global es cada vez más difícil y, por eso, te dejamos algunas ideas para aumentar la rentabilidad de tu tienda online.

Índice

Descubre las nuevas herramientas digitales para conquistar clientes

6

Aumenta las ventas de tus clientes actuales

12

Mejora tu servicio de pago

14

Automatiza la gestión de las operaciones

16

Escoge un software que trate de todo de forma automática

20



Descubre las nuevas herramientas digitales para conquistar clientes

Crea una estrategia de Marketing Digital

Actualmente, el marketing digital es la forma más eficaz para encontrar clientes, ya que las campañas de marketing se desarrollan en los canales digitales, precisamente donde los clientes realizan actualmente la mayoría de sus opciones de compra.

Existen variadísimas estrategias de marketing digital y son relativamente fáciles de implementar, muchas veces sin costes. Compartimos contigo algunas para que puedas dinamizar tu negocio:

Redes sociales

Abre una cuenta en las redes sociales. En una época en la que todo el mundo tiene al menos una cuenta en las redes sociales más populares, es inteligente usar estas plataformas para llegar a tu público objetivo. Facebook, Instagram, Twitter o Google +, son algunos ejemplos de las redes más populares.

Blog

Tener un blog asociado a tu tienda online también es una buena forma de encontrar a más personas interesadas en tus productos o servicios, principalmente si ofreces un contenido original, relevante y responsivo (preparado para ser consultado en equipos móviles).



Apuesta por influenciadores

¿Quién no ha vuelto a mirar un producto después de ver a alguien usarlo o promoverlo en las redes sociales? Esto es el efecto de los “influencers”.

Los influenciadores son usuarios de las redes sociales que han conquistado su sitio y credibilidad ante un determinado público. Estas personas tienen la capacidad de convencer a otras a través de su proximidad con el público. Pueden ser famosos o, como ocurre más recientemente, “youtubers” o “instagrammers”.

Apostar por un influenciador puede ser una buena estrategia para tu negocio. Las estadísticas muestran que los influenciadores generan un 60 % más de participación que otros tipos de campañas, y un 82 % de los consumidores confían más en los contenidos creados por otros consumidores que por las marcas



82%

De los consumidores confían más en los contenidos creados por otros consumidores que por las marcas.



¿Sabes lo que significa SEO?

Es el acrónimo de Search Engine Optimization y, como su nombre indica, es la Optimización para Motores de Búsqueda.

SEO es un conjunto de técnicas y estrategias cuya finalidad es potenciar y mejorar el posicionamiento de una página o sitio web en los resultados de las búsquedas orgánicas por Internet – es decir, gratuitas, sin costes.

Cuando se realiza una búsqueda en un motor como Google, por ejemplo, las primeras opciones que surgen (que no sean anuncios) son el resultado de un buen trabajo de SEO de los sitios web en los que se encuentra la información indicada en la búsqueda.

Las técnicas de SEO deben usarse cuando se pretende aumentar la visibilidad de un sitio web, fundamental en un proyecto de e-commerce.

Algunas de las estrategias de SEO incluyen:

La construcción de sitios web con contenido original y relevante.

La selección adecuada de keywords, es decir, de palabras clave que queremos asociar a nuestros productos o servicios.

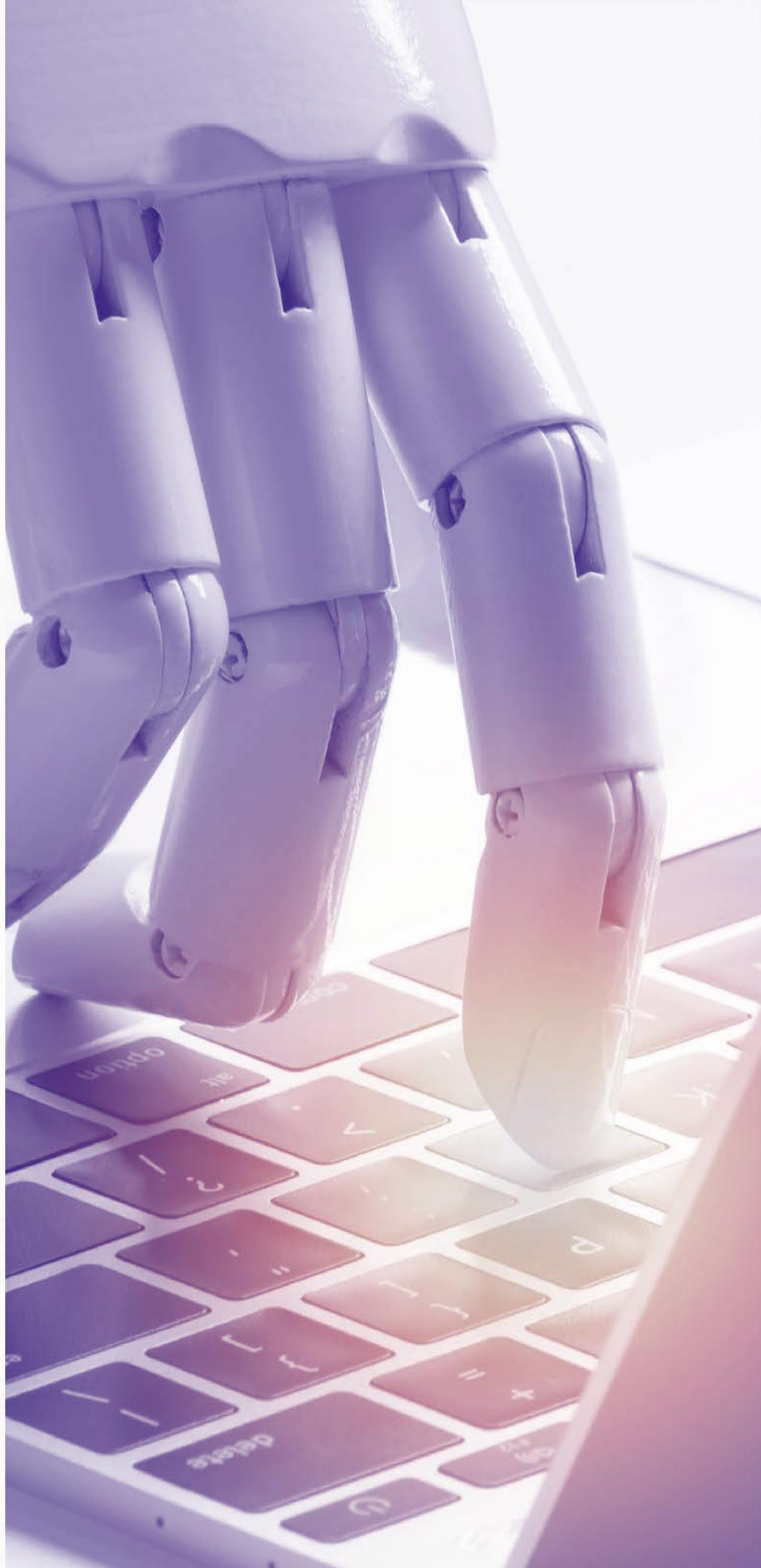
La creación de una red de enlaces que apuntan a áreas importantes del sitio web a partir de otras páginas, redes sociales, etc

Introduce un chatbot en tu sitio web o en tu tienda

Muchos clientes se quejan de la falta de atención, sobre todo cuando navegan por tiendas online, y esto conduce muchas veces a abandonar el carrito de compras. Una forma fácil de solucionar este problema es introducir un chatbot en el sitio web o en la tienda online.

Un chatbot, también llamado asistente virtual, agente virtual o simplemente bot, es un software, más o menos complejo, que realiza la gestión del intercambio de mensajes. Los más básicos, con pequeñas automatizaciones, ofrecen respuestas y muestran opciones de algunos servicios, orientando a los clientes y solucionando pequeñas dudas sobre productos o páginas.

El chatbot es una excelente solución para ofrecer seguimiento a los visitantes de tu sitio web, sin ningún trabajo administrativo.



Aumenta las ventas de tus clientes actuales



Tan importante como obtener nuevos clientes, es conservar los que ya tienes. Para conservar a los clientes y que se mantengan fieles a tu marca, es importante que el producto/servicio sea realmente bueno y corresponda a las expectativas.

Después, también es necesario implementar un conjunto de acciones de fidelización que, en momentos clave y puntualmente, recordará a tu cliente que ha hecho una buena elección y que estás disponible para seguir ayudando. Para ello, debes usar herramientas que te ayuden a conocer mejor a tus clientes.

Conoce bien a tus clientes

Utiliza herramientas que te permitan conocer bien las características de tus clientes. Así, podrás conocerlos más fácilmente y presentarles la mejor oferta, en el mejor momento. Los básicos son la segmentación por género, edad y localización. Pero puedes ir más lejos. ¿Qué le gusta a tu cliente? ¿Qué quiere tu cliente? Estas son preguntas que se deben hacer a los clientes, de forma directa o indirecta.

Puedes conseguirlo a través de preguntas durante el registro en el sitio web, a través de la cumplimentación de un formulario, o a través de herramientas de marketing automation, que ayudan a identificar el comportamiento de los clientes en el comercio online.

Email marketing personalizado

Apuesta por una estrategia de email marketing con campañas promocionales imperdibles y exclusivas para tus clientes. Es importante que la comunicación sea personalizada y enfocada. Ofertas como vales, códigos promocionales, o incluso por tiempo limitado, son una buena forma de fidelizar a tus clientes y de mostrarles por qué tu negocio es el indicado para ellos.

Nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)

En las comunicaciones que envíes a tus clientes o potenciales clientes, debes tener en cuenta las normas del RGPD. Este Reglamento establece un conjunto de reglas para proteger la privacidad de los datos personales, que se deben respetar para no tener que pagar elevadas multas.

Mejora el servicio de pago

La facilidad y la simplicidad del servicio de pago es un factor que puede ser decisivo a la hora de que un cliente haga o no una compra. Procesos demasiado complicados, con muchos pasos y pocas opciones, son definitivamente una desventaja y, por ello, deben evitarse.

Diversas opciones de pago

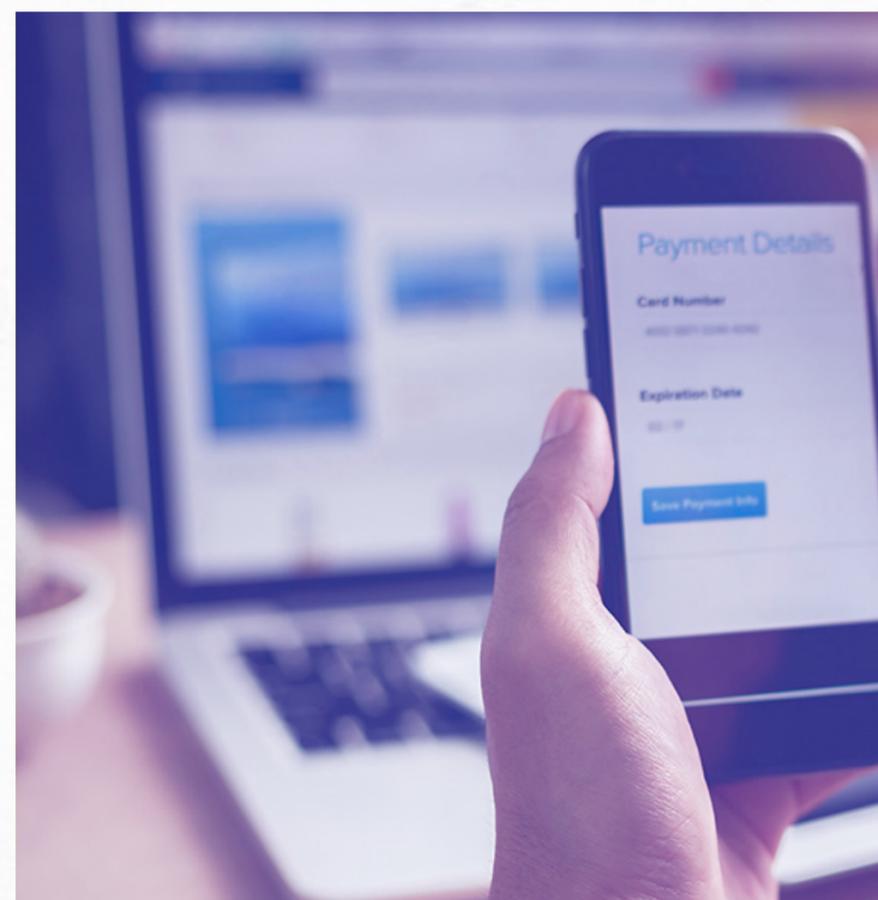
Ofrece diversas formas de pago: tarjeta de crédito, PayPal, transferencia bancaria, criptomonedas... Cuantos más, mejor. De este modo, garantizas que todos los que visitan tu tienda online disponen de su forma preferida de pago.

También debes garantizar que los clientes y potenciales clientes identifican las formas de pago como procesos seguros e fiáveis, por exemplo, através de certificados facilmente reconhecíveis.

Experiencia mobile

La movilidad es, sin duda, algo casi obligatorio.

Teniendo en cuenta que más del 40 % de los usuarios realizan compras online vía mobile, es obligatorio invertir en un sitio web totalmente adaptado a los diferentes dispositivos móviles y garantizar que las diversas formas de pago son compatibles con las plataformas móviles.



Sin portes y entregas rápidas

El mercado online está creciendo y, cada vez más, tu negocio debe ser competitivo.

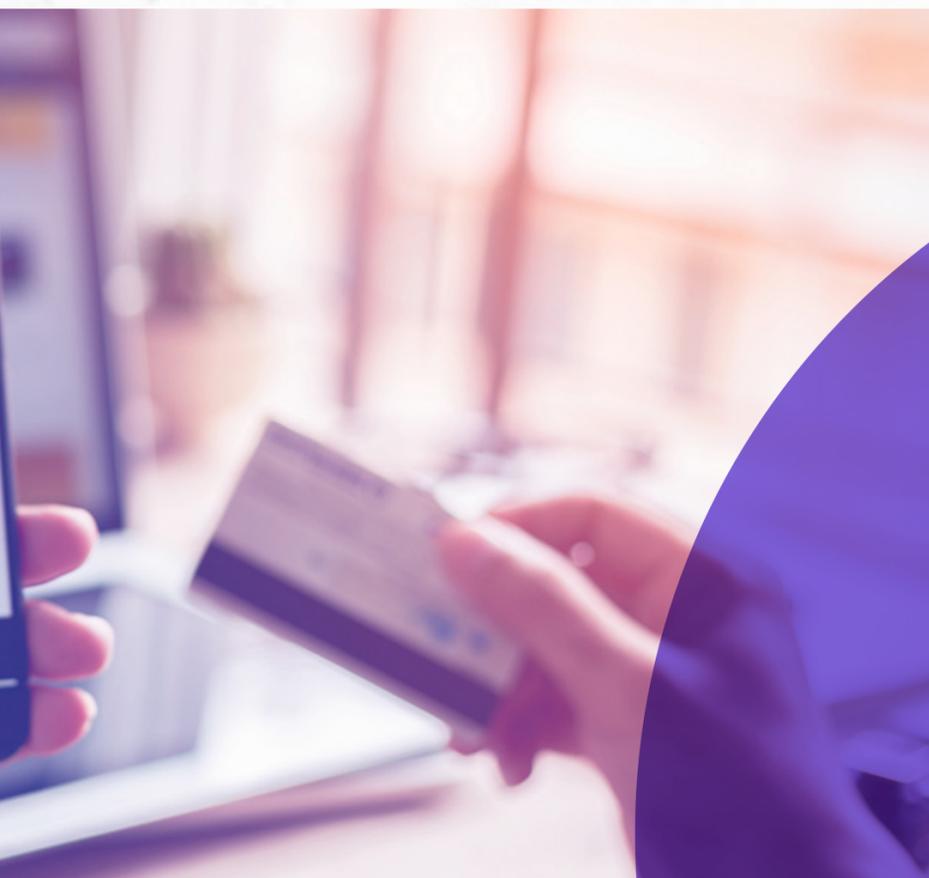
Los usuarios realizan búsquedas frecuentes en otras tiendas online para encontrar las mejores condiciones y, en estos casos, los costes de los portes de envío y los tiempos de espera para las entregas son decisivos, en muchos casos son lo que marca la diferencia.

Escoge envíos gratuitos y, si eso no es posible, adopta estrategias de portes gratis a partir de un determinado importe y entregas express, además de escoger más de un transportista.

Integra todos los canales de venta

El e-commerce forma parte de un negocio global. Si solo comercializas tus productos o servicios online, debes asegurarte de que realizas una gestión rigurosa de los pedidos, entregas y de la tesorería.

Sin embargo, si tienes una tienda física abierta al público y una tienda online, esta gestión es un poco más complicada. Existen actualmente programas de facturación y gestión online que te ayudan a conseguir una gestión coherente y muy fácil. Ideal para quien no puede perder el tiempo ni tiene mucha paciencia para los números.



+40%

Es el porcentaje de usuarios online que realizan compras vía mobile.

Automatiza la gestión de las operaciones

Cada vez es más necesario que las empresas optimicen la gestión de operaciones para garantizar la rentabilidad de los procesos. Tareas como comprar, almacenar o distribuir mercancías incluyen plazos de entrega, canales de distribución y diversas exigencias de mercado. ¿Cómo responder a estos requisitos de forma ágil? La solución es la automatización de la gestión de las operaciones.

Mejorar la gestión de pedidos

La gestión de los pedidos es una de las funciones más complicadas, sobre todo si se trata de volúmenes elevados. Una buena gestión de los pedidos es la mitad del camino hacia el éxito financiero del negocio.

Automatizar este proceso elimina algunas dificultades, ya que puedes acceder fácilmente a información como el historial de pedidos y los pedidos pendientes o no concluidos, lo que contribuye a una mejor dinámica de todo el proceso.

Gestión de inventario

Una gestión de inventario eficiente también tiene ventajas competitivas para cualquier negocio. Además, esta debe ser rigurosa a efectos de control de los costes operativos. La automatización de la gestión de inventario aporta muchas ventajas cuando comparada con el método manual, además de evitar errores y fallos.



Una buena gestión de los pedidos es la mitad del camino hacia el éxito financiero del negocio.



Despachos y entregas

Cuando un cliente realiza una compra online, espera que los pedidos lleguen al destino dentro de los plazos indicados.

Los retrasos en las entregas provocan insatisfacción en los clientes y, como consecuencia, pérdida de clientes y reputación.

Por ello, la gestión de los despachos y entregas debe ser lo más eficiente posible, ya que afecta directamente a los clientes.

Sin embargo, no se trata de una tarea muy sencilla, por lo que su automatización te traerá ventajas. Así, los procedimientos de las diversas etapas, como la trazabilidad de pedidos y la integración con diversos transportistas, serán estándar, lo que te permitirá ahorrar tiempo y recursos.

Gestión de cobros y tesorería

La gestión de la tesorería de una empresa es una de las tareas más difíciles de toda la gestión de un negocio, y en la que los errores tienen consecuencias graves.

Cobros y pagos vencidos, facturas emitidas incorrectamente y una mala gestión del cobros y pagos pueden ser decisivos para una empresa, por lo que un programa de gestión es una gran ventaja, para no decir algo fundamental.

El programa de facturación y gestión online Jasmin simplifica todos los procesos de gestión de tu negocio, desde la facturación y la gestión de stock, pasando por los cobros y pagos y el control de la tesorería, hasta la gestión integrada de tiendas online y además, también te ofrece indicadores de gestión que te ayudan a conducir el negocio en la dirección correcta.

Escoge un software y trata automáticamente de todo

Escoger un programa de facturación es una decisión importante que no se debe tomar a la ligera. Las palabras clave aquí son simplicidad, accesibilidad, fiabilidad y funcionalidad, ya que el objetivo es simplificar la gestión de tu empresa, facilitar el acceso a la información de varios documentos y canales, obtener resultados fiables y conseguir una solución adecuada para cada uno de los procesos que hay que gestionar diariamente.

Si eres un emprendedor o un empresario que busca siempre llegar más lejos, Jasmin es la respuesta que buscas. Además de permitirte facturar online en pocos segundos, **Jasmin es un software con inteligencia artificial que te ayuda a gestionar el negocio.**

Asegúrate de que vas en la dirección correcta

¿Te has imaginado lo que sería tener un asistente para indicarte siempre las mejores opciones? La tecnología actual ya lo permite y Jasmin incluye los mecanismos de inteligencia artificial que marcan la diferencia. Al acceder al software puedes ver inmediatamente un gráfico con los datos del negocio: el dinero en caja, el importe a cobrar, el importe a pagar, el margen de beneficio de los productos, las actividades que deben realizarse esa semana para cumplir con los objetivos... En resumen, todo lo que necesitas para gestionar tu negocio está justo delante.

Además, es intuitivo y te permite facturar desde cualquier lugar.

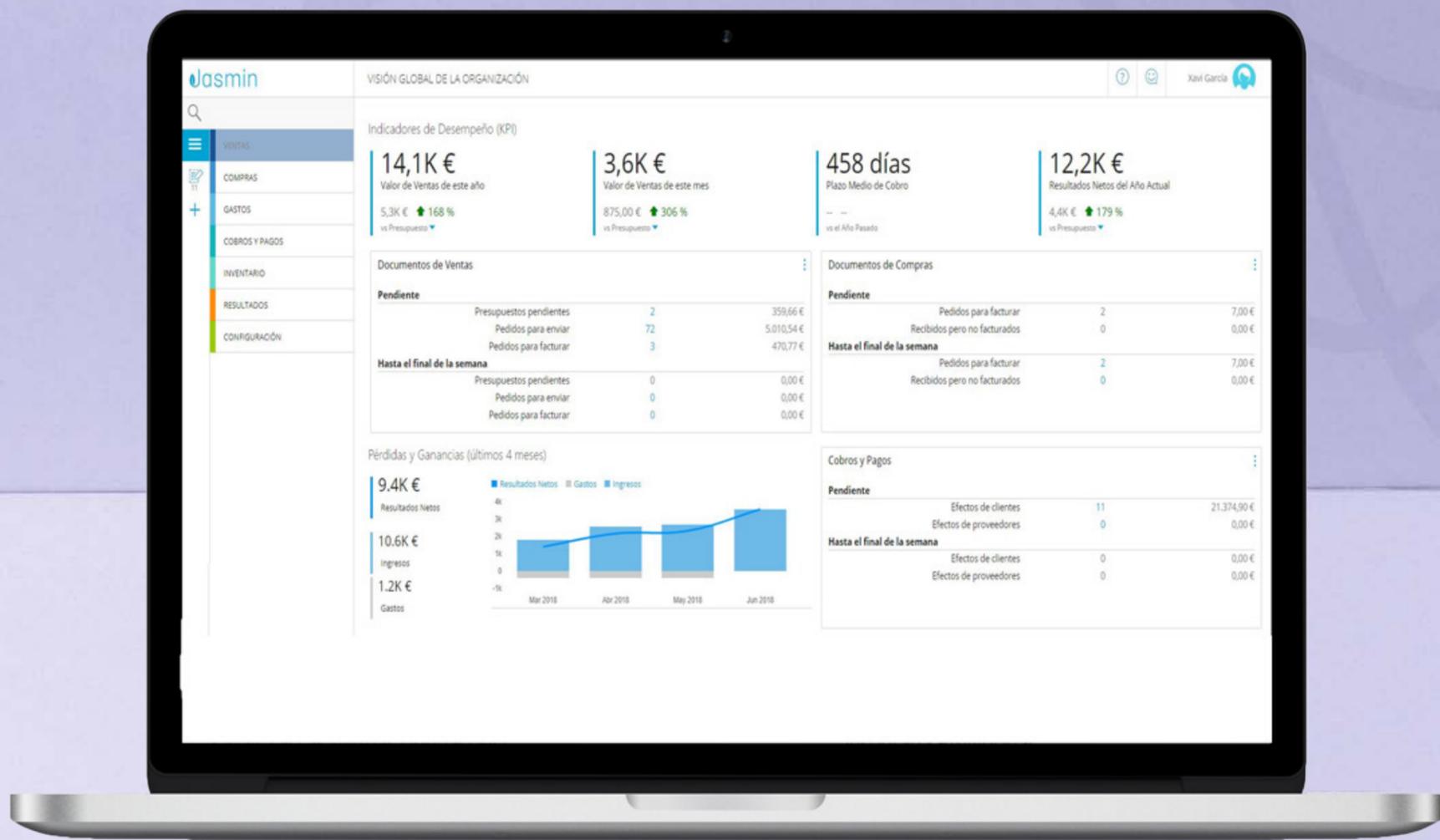
Si ya tienes una tienda online, es muy fácil integrarla con Jasmin. Si aún no tienes una, solo tendrás que escogerla.

Los emprendedores son admiradores de Jasmin.

1 000

Es el número de tiendas online y otras aplicaciones que integran con Jasmin.

Jasmin



Prueba también.
Es gratis.

Jasmin

Software Online Experto en Gestión.

Visítanos en
www.jasminsoftware.es

