

El 96% de las Tiendas Online fracasan, según Rebeldes Marketing Online

Existen muchas opiniones sobre la edad de oro del E-Commerce. Y no todas tan acertadas como parece.

Según Rebeldes Marketing Online, hasta el 96% de las tiendas online fracasan.

Después de una encuesta hecha a más de 400 tiendas online, la gran mayoría no cubren gastos.

A pesar de que 12 millones de personas realizan compras a través de Internet en España, y que el resto de la población dejará de desconfiar de esta modalidad de compra en el futuro, contribuyendo a que se sigan rompiendo los records en facturación de las tiendas online cada año; la mayoría de las tiendas online que se lanzan al mercado fracasan.

Los datos estadísticos muestran que el comercio online crece a pasos agigantados en España, al igual que en muchos otros países. Gracias a la expansión global de Internet, y de la mano de la cada vez mayor penetración de los dispositivos móviles, las compras online a nivel mundial han alcanzado la espectacular cifra de 1,2 trillones de dólares el pasado año 2013 según Ernst & Young. Y las expectativas del futuro son más que alentadoras. Cada vez más personas se animan a comprar online, y las que ya lo hacen gastan cada vez más. El promedio actual es de 300 euros cada vez que compran algún producto o servicio online.

Sin embargo, estos números que pueden llevar a más de un emprendedor a pensar que cualquier negocio en Internet está destinado al éxito, son irrelevantes para una tienda online nueva. El motivo es que están basadas en cifras obtenidas de las grandes firmas comerciales, cuyas tiendas online ya han alcanzado el éxito luego de una larga trayectoria comercial, incluso antes de que Internet se metiera en la vida de las personas. El auge del comercio virtual es una realidad, pero montar una tienda online y que funcione no es tarea fácil. Guiarse por estos datos estadísticos puede llevar al grave error de pensar que cualquier emprendimiento comercial online será un éxito. La realidad indica que para que una tienda online sea exitosa, es necesario trabajar mucho y atendiendo a muchos detalles.

Es muy fácil fracasar con una tienda online. En base a las opiniones de alrededor de 400 tiendas online que han contactado con los Rebeldes Marketing Online para pedir consejos y contratar sus servicios, estos son los 10 errores más comunes que hacen fracasar a la mayoría de las tiendas online que se lanzan al mercado.

Los 10 errores más comunes que hacen fracasar una Tienda Online:

1_No pensar en el proceso de compra

Un buen diseño Web, con imágenes llamativas y textos interesantes, puede hacer que una Web se vea muy bien. Pero lo importante de una tienda online es que los visitantes comprendan, y es ahí donde hay que poner el mayor esfuerzo, optimizando el proceso de compra al máximo.

La realidad indica que los usuarios no buscan algo bonito o interesante en una tienda online. Lo que realmente les importa es tener una experiencia de compra satisfactoria, ágil y amigable, además de otros factores sobre los que se debe trabajar para mejorar cada vez más el proceso de compra.

2_El objetivo de la página de inicio es vender

El error de muchos empresarios al momento de montar una tienda online es pensar que la página de inicio debe tener un diseño atractivo e interesante. Esto no está de más, pero no hay que perder de vista el objetivo primordial de una tienda online: ¡vender!

La página de inicio de una tienda online es el equivalente a un escaparate de cualquier negocio en la calle, donde el objetivo principal es siempre vender. Debe de incitar a la compra, indicar claramente los pasos a seguir para comprar, mostrar los productos de forma atractiva, etc.

3_El diseño Web no es algo definitivo

Otro error bastante frecuente que hace fracasar a muchas tiendas online.

Un buen diseño Web es importante para captar compradores, pero también es muy importante seguir trabajando en el diseño constantemente, optimizándolo según las estadísticas recogidas, el feedback de los compradores y su experiencia de compra, entre otros elementos que se pueden conocer con el tiempo y que nos permiten saber cómo mejorar el diseño Web para mejorar las ventas aún más, siempre.

4_Optimizar antes de conseguir tráfico

Optimizar la tienda online para vender más tiene que ser lo más importante, siempre.

La mayoría de las tiendas online fracasan porque buscan tener muchas visitas, antes de optimizar sus páginas Web para generar ventas. Lo importante es tener un buen índice de conversión, sin importar la cantidad de visitas que la Web reciba. De esta forma se pueden lograr buenas ventas con poco tráfico, recién entonces se puede empezar a pensar en conseguir mayor cantidad de visitantes.

Un plan estratégico de optimización de la tienda online es vital para el éxito. Mucho más que tener un alto volumen de tráfico es importante que los visitantes, sean pocos o muchos; compren. Y para eso el único camino es mejorar mes a mes, dentro de un plan estratégicamente ideado con anterioridad.

5_El SEO no es todo

El SEO es una buena fuente de tráfico Web, pero no se puede esperar a que los visitantes lleguen únicamente mediante este método. Poner en marcha una campaña de SEO y esperar a que las visitas lleguen es un error. Lo ideal es buscar múltiples formas de obtener visitas, ya sean de pago o mediante métodos off line.

6_El contenido también vende

A la gente le encanta leer cosas interesantes y divertidas en Internet, pero no es el tipo de contenido que esperan encontrar en una tienda online. Es necesario entender que el contenido también vende en una tienda online, los textos representan verdaderas publicidades dentro de una tienda online, que pueden marcar la diferencia entre una venta o un cliente perdido.

7_La importancia de saber manejar una base de datos

Tener una base de datos de mails es una de las claves del éxito, pero hay que saber utilizarla. Es necesario segmentar la base de datos entre clientes que ya han comprado, clientes potenciales que no han comprado aún, emails de clientes a captar y demás. Saber diferenciarlos correctamente permitirá realizar acciones de marketing eficaces para conseguir más ventas, enviando mails especialmente ideados para cada tipo de destinatario.

8_Menor cantidad de clics posible

Uno de los motivos por los que las personas compran en tiendas virtuales es porque quieren comprar con rapidez, fácilmente y desde la comodidad de sus casas. Cualquier tienda online que no ofrezca todo eso a sus visitantes tendrá muy pocas conversiones. Muchas veces se comete el error de poner obstáculos en el proceso de compra, obligando a los clientes a efectuar acciones innecesarias, creando más pasos de los mínimos necesarios antes de llegar a la compra.

9: Estrategias a largo plazo

Tener una estrategia a largo plazo es vital para mantener las ventas en aumento a lo largo del tiempo. Para vender, las tiendas online tienen que captar clientes. Pero también deben intentar retener a sus clientes para que vuelvan a comprar en algún momento. Es mucho más fácil que un cliente vuelva a comprar que conseguir un cliente nuevo. Para lograr retener a los clientes y que sigan comprando

hace falta tiempo y trabajo.

10_ Presupuesto para Marketing

Cualquier tienda online sería que pretenda vender y mantenerse en actividad durante largo tiempo, tiene que tener en claro que invertir en marketing es indispensable. Especialmente al comienzo, cuando es desconocida y deberá crear su marca, encontrar su lugar en el mercado y hallar un diseño Web que realmente venda. También es necesario invertir en SEO, publicidad online con Adwords, CRM y demás estrategias de marketing.

Conclusión

Una Tienda Online es como cualquier otro negocio, hay que dedicarle mucho tiempo y trabajo si se quieren conseguir resultados. Es un trabajo como cualquier otro donde hay que invertir, evaluar, planificar y tomar las acciones correctas. Quien piense que es fácil y que se trata sólo de montar una tienda online y quedarse sentado esperando a que el dinero venga... Que busque un lugar cómodo porque esperará durante mucho tiempo, hasta el cansancio.

<http://www.rebeldesmarketingonline.com/blog/>

Datos de contacto:

Isabel
606365202

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Marketing Emprendedores E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>