

Internet el saco sin fondo de las búsquedas online, según tiendas.com

La creciente proliferación de las compras por Internet ha ocasionado que se multipliquen las webs y marcas que venden todo tipo de productos y servicios. Ya es posible no solo comprar cualquier cosa por internet, sino que la variedad de productos y modelos es mayor que en ningún centro comercial, por muy grande que sea. Y esto es un problema para el consumidor online sin experiencia en las búsquedas por internet

El problema, es encontrar tiempo para buscar la mejor oferta en este saco sin fondo de marcas e infinitas tiendas y no perderse en el intento. Y si a esto se le une que una vez el potencial cliente aterriza en la web elegida, se plantea si esa página web le merece toda su confianza después de haber realizado una comparativa de precios y productos exhaustiva, y esto agota al consumidor más deseo de comprar por internet.

Por ello, los propietarios de las tiendas online deben analizar estos 5 puntos esenciales para saber si la tienda que gestionan genera esa confianza en el potencial cliente:

Contacto: Que debe ser visible en todas las páginas de la tienda online. Y es independiente que este contacto sea vía teléfono, formulario de contacto, email, chat en vivo, etc. Aunque cuanto más rápido y directo sea el contacto evitará una venta perdida por este motivo.

Vender el producto: Poner toda la información relevante del producto es fundamental, porque aquí no interviene el vendedor convencional, esta solo el producto y su descripción, y también vendrá de fábula para mejorar el seo de la tienda online.

Es recomendable no quedarse únicamente en las especificaciones técnicas del producto, sino que añadir lo que este producto puede aportar al que lo compre en términos de ventajas, y convertir al producto en emociones que obtendrá el dueño del mismo al compararlo, hará que el carrito o cesta de la compra del ecommerce se llene antes.

Y cuantas más opciones de colores y tañamos tenga el producto, mejor, porque a la gente le gusta poder elegir.

Recomendaciones de otros clientes: Son los 'nuevos' familiares amigos y conocidos tradicionales que dejan su experiencia con el producto que se va a comprar y que está plasmada en el producto. Y los potenciales clientes confían en ellos, antes que en las recomendaciones del fabricante o de la tienda online.

Utilizar la ayuda del 'Re' del marketing online: Hace referencia a la repesca del consumidor indeciso, al retargeting, en definitiva, usar el remarketing para conseguir recuperar a un potencial cliente que abandono el ecommerce, o que está indeciso para finalizar una compra.

Política de devolución, aviso legal y política de privacidad perfectamente visibles: Cuanto más fácil de encontrar este en la web mejor. Saber que empresa está detrás de cada tienda online genera confianza en el consumidor y le dota de más garantías a la hora de poder reclamar si sufre algún tipo de percance con el producto y quiere devolver o reclamar lo comprado a la tienda online. Los sellos de calidad también ayudan, y las valoraciones de la tienda cada vez son más valoradas entre los consumidores. Hoy día es muy común que las tiendas online tengan un apartado con preguntas y respuestas, que liberará a la tienda online de tener que resolver dudas del potencial cliente que se repiten en el día a día del comercio electrónico.

María José Capdepón CCO de tiendas.com ha declarado que "Siguiendo estas 5 recomendaciones básicas las tiendas online tienen más posibilidades de cerrar una venta online".

Datos de contacto:

María José Capdepón Valcarce
600005872

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>