

Rebeldes Marketing Online lanza la Guía de 50 Claves para vender más

Rebeldes marketing Online lanza una nueva guía con 50 experimentos de Marketing Online para vender más. Descubre en esta guía las claves de cómo usar el poder de los experimentos para vender más

El E-commerce está en auge en España, y en todo el mundo. Los números lo dicen. De hecho un estudio de Xopie ha contabilizado ya más de 85K tiendas online sólo en España. Otro de los números que sorprenden es que el comercio electrónico este año facturará más de 18K millones de euros en nuestro país, una cifra que según las previsiones de eMarketer se elevará a 30K millones el próximo año 2016. Además, de acuerdo con los datos de la INE, uno de cada tres españoles compra por Internet, y el gasto medio anual por persona se sitúa actualmente sobre los 865€. La verdad es que todos estos datos son muy positivos para el mercado digital y hace que, poco a poco, las técnicas y estrategias de Marketing Online vayan afinándose a una velocidad extrema. Y de ello saben, y mucho, los Rebeldes Marketing Online, la agencia más transgresora y novedosa en España por sus metodologías y técnicas para conseguir alcanzar el éxito centrándose en el objetivo número uno para una tienda online: Las Ventas.

Es por ello que Rebeldes Online ha lanzado su nueva última guía con 50 experimentos (comparación muy acertada que hacen con los científicos) que cualquier tienda online puede realizar en su marketing online para aumentar sus ventas.

Pero, ¿de qué trata exactamente un experimento?

Para ellos un experimento es una hipótesis, una teoría puesta en marcha. Una idea de algo que piensan que puede tener potencial y que funcionará, o que al ponerlo en marcha y no funciona, con cambios puede mejorar y así obtener buenos resultados. En definitiva, es un resultado esperado que piensan que pueden provocar con un nuevo enfoque de estrategia.

Nos ponen un ejemplo: Nos imaginamos por un momento que teniendo una E-commerce, vemos en nuestra cuenta de Analytics que un porcentaje de la gente que llega a nuestro carrito de compra lo abandona sin comprar y sólo un porcentaje muy bajo acaba comprando. Esto puede indicarnos que en nuestro carrito de compra hay algo que genera desconfianza, o que la información y los pasos no quedan claros para el cliente potencial. El experimento aquí sería definir una hipótesis que aportara un cambio al carrito de compra y que al aplicarla aumentaría el % de conversiones finales, es decir, que más personas acabarían comprando.

Así que si tienes una tienda online, o tienes pensado montar una, no puedes perderte la nueva guía de los Rebeldes Online con los 50 experimentos que puedes hacer en tu Marketing Online para vender más con tu negocio de E-Commerce.

En el blog de E-commerce de los Rebeldes Online: <http://ecommerce-rebeldesonline.com>

Datos de contacto:

Isabel
606365202

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>