

El 75% de las marcas usan datos de la estantería digital para mejorar sus ventas offline

Upshef pone a disposición de las marcas un test de autoevaluación gratuito para comparar su rendimiento e-commerce con el de sus competidores

El 75% de las marcas usan información de la estantería digital para mejorar sus ventas offline. Son los datos arrojados por Upshef.ai, la herramienta de monitorización de precios y de stock de tiendas online, tras encuestar a más de 50 empresas en España para determinar los estándares del sector de Gran Consumo, confirmando que controlar el canal online genera un retorno indirecto en las cifras de negocio.

En solamente 3 minutos y mediante un test de autoevaluación de solamente 10 preguntas, las marcas valoran sus estrategias en las áreas clave del canal e-commerce:

- la madurez de su marca
- ?la disponibilidad de productos
- los precios
- la calidad del contenido en las páginas
- el posicionamiento en las búsquedas

Las marcas participantes reciben un diagnóstico gratuito personalizado sobre cómo se sitúan respecto a la competencia y sus respuestas se tratan con absoluta confidencialidad.

El informe final incluye:

- benchmark de la categoría
- resultados desglosados por área
- ?recomendaciones específicas de mejora para cada una de ellas.

Los resultados de la primera fase del estudio muestran que para el 9% de las empresas los ingresos provenientes del e-commerce representan entre el 21% y el 40% de su facturación total, mientras que el 34% lo valoran entre el 11% y el 20%. Para la mayoría de marcas, el 53%, el e-commerce de terceros supone entre el 1 y el 10% de sus ingresos totales.

“Tradicionalmente, las marcas controlan los factores clave en las estanterías físicas para optimizar sus ventas. Desde el auge del e-commerce, han especializado a sus equipos y empezado a usar herramientas para controlar también la estantería digital y mejorar la toma de decisiones”, explica Santi Rodríguez, fundador de Upshef. “El test de autoevaluación les aporta datos de valor sobre qué y

cómo mejorar para estar a la altura de la competencia”, concluye.

Entre las más de 50 empresas que han participado en el estudio se encuentran marcas destacadas de productos farmacéuticos y de cuidado personal, así como de alimentación y bebidas de España.

¿Se quiere conseguir un informe personalizado? Visitar www.upshelf.ai/diagnostico - Comenzar el test

Sobre Upshelf

Upshelf es una plataforma de comparación y monitorización de precios que utiliza Inteligencia Artificial para informar sobre el rendimiento de productos de gran consumo en el mercado digital - para así asegurar su espacio en la estantería digital en tiendas online - y generar más ventas

En un dashboard fácil de usar, las marcas consiguen información relevante sobre las áreas clave de la estantería digital: distribución y disponibilidad, precios y promociones, contenido de la página de producto, posicionamiento en las búsquedas.

Más de 50 marcas líderes en el sector farma y alimentación de España ya confían en Upshelf.

Más información:

<https://www.upshelf.ai/diagnostico>
press@upshelf.ai

Datos de contacto:

Meritxell Turó Silanes
936 89 45 85

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

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>