



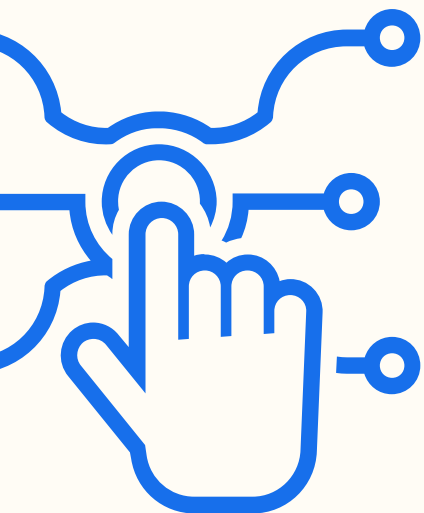
Social XPL



7 PASOS

[PROBADOS] PARA
VENDER MÁS EN
INTERNET.

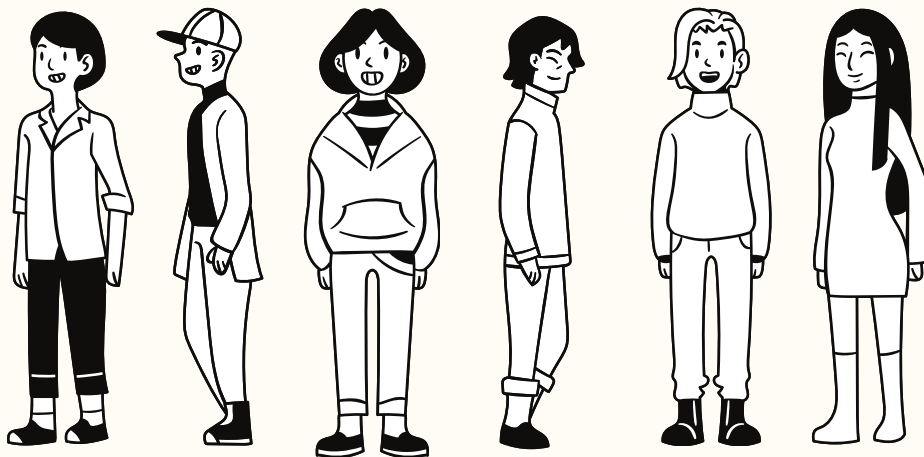
(SIN AUMENTAR LA
INVERSIÓN EN PUBLICIDAD)



¿CÓMO LOGRAR MÁS OPORTUNIDADES DE VENTA?

Si tienes un negocio online, ya sea una web donde ofreces tus servicios o un ecommerce, una de tus mayores preocupaciones seguramente será **cómo captar nuevos clientes**.

En este ebook que acabas de descargar encontrarás los 7 pasos que debes seguir para conseguir más clientes sin aumentar tu inversión en publicidad.



Antes de hablarte de estos 7 pasos es necesario que entiendas que todas ellas se pueden resumir en una sola cosa:

Aumentar la tasa de conversión



¿QUÉ ES LA TASA DE CONVERSIÓN?

Es el porcentaje de personas que realizan alguna conversión (una compra, un formulario enviado) en tu página web sobre el total de usuarios. Si consigues una compra por cada 100 usuarios que visitan tu web, la tasa de conversión sería en ese caso del 1%.

Cuanto mayor sea la tasa de conversión, más oportunidades de venta tendrás sin aumentar el tráfico de tu web ni tu inversión en publicidad.

Hay 2 factores que juegan un papel importante en la tasa de conversión: **la página web y la estrategia.**

LO PRIMERO: TU PÁGINA WEB

Lo primero es empezar por una revisión de tu web.

Una web optimizada logrará una mayor tasa de conversión. Esto quiere decir que con el mismo número de visitas, tendríamos más leads o más ventas.

A continuación, vamos a ver los 5 primeros pasos que debes seguir para conseguir más oportunidades de venta en internet.



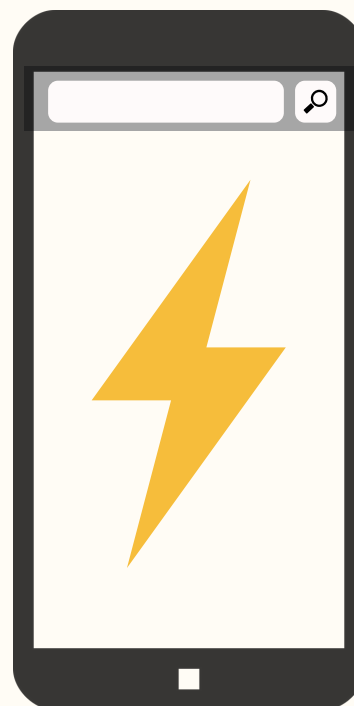
Paso 1

MEJORA LA VELOCIDAD DE CARGA DE TU WEB

¿Sabías que 1 de cada 3 usuarios abandonan una web si esta no se carga en menos de 3 segundos?

Si tu web va lenta **estás desperdiciando el 33% del tráfico** que llega hasta ti.

Si además pagas por ese tráfico, no hace falta que te diga lo importante que es. Para optimizar la velocidad de tu web lo primero es saber qué es lo que está mal. Puedes utilizar herramientas como el test de velocidad de [Pingdom](#) o de [Google](#) para obtener recomendaciones..



Paso 2

OPTIMIZA TU WEB PARA MÓVILES

Más del 70% del tráfico y las ventas a día de hoy ya se producen desde dispositivos móviles.

No tener la web optimizada supone perder una gran oportunidad de ventas.



Si la web es complicada de manejar desde un smartphone hará que la tasa de conversión sea más baja, y como hemos visto, eso no es bueno.

Comprueba que la experiencia de compra desde el móvil es intuitiva y no da errores. Si tienes una web de servicios, asegúrate de que los formularios son accesibles y fáciles de completar en pantallas pequeñas.

Haz varias pruebas y pide a gente conocida que las haga también. Tú puedes estar más acostumbrado y no detectar los errores que sí detectan los demás usuarios.

Si quieres un consejo: intenta que el diseño se parezca lo más posible a una aplicación.

Esto nos lleva al siguiente paso

Paso 3

MEJORA LA EXPERIENCIA DE USUARIO

Una tienda online o página web que es accesible y fácil de navegar por ella agrada a las visitas y minimiza las oportunidades perdidas.



Cuanto mejor sea la experiencia de usuario más alta será la tasa de conversión.

Revisa que la navegación sea fácil y lo más intuitiva posible. Si tienes un ecommerce utiliza filtros para que el usuario pueda encontrar sus productos más fácilmente.

Facilita lo máximo posible el proceso para que completen una conversión y evita todo lo innecesario

Paso 4

OPTIMIZA LAS DESCRIPCIONES E IMÁGENES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Un buen texto es sin duda una de los factores más importantes que influyen sobre la conversión de tu página web o de tu tienda online.

Un texto persuasivo redactado por un profesional **puede duplicar la tasa de conversión** de tus páginas de aterrizaje.

Tener una mala descripción de los productos o imágenes de mala calidad en tu ecommerce es un gran freno para las ventas.

Cuanto mejor describas tus productos y servicios, menos impedimentos tendrá el usuario para comprar.



Paso 5

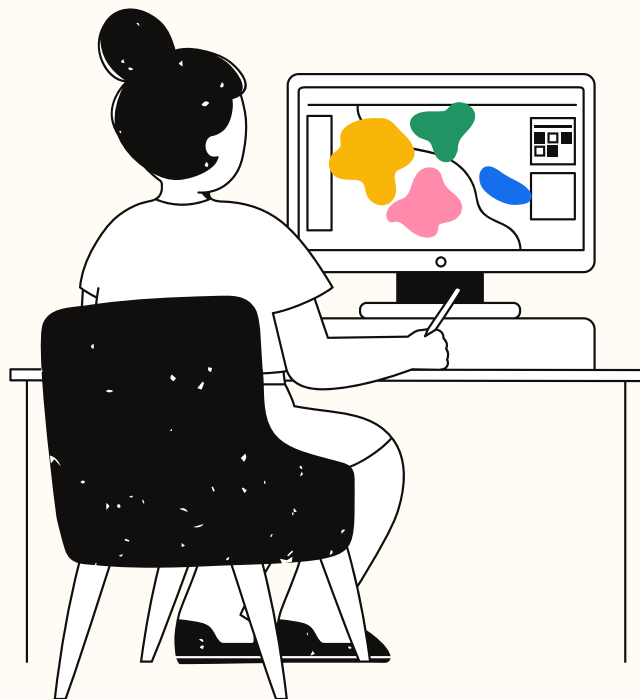
TRABAJA EN EL DISEÑO DE TU WEB

La imagen que ofrece tu ecommerce o tu página web tiene impacto en las ventas que puede generar.

Si ofreces un aspecto “cutre” tus visitantes se echarán atrás pensando que no ofreces calidad o garantías.

Una web descuidada ofrece una mala imagen de tu empresa. Puede que ofrezcas el mejor servicio o tengas los mejores precios; pero la gente desconfiará.

Puedes publicar en redes sociales que estás buscando ideas para mejorar el diseño de tu web. Verás que hay muchísima gente dispuesta a darte una buena crítica constructiva



Conclusión 1

Cuanto más alto es el porcentaje de conversión, mayor es el volumen de ventas que se producen con la misma cantidad de visitas.

Una vez hayas puesto a punto tu tienda online o tu página web podrás comenzar a invertir dinero en publicidad de forma rentable.

Mi consejo es que sigas ese orden, ya que si empiezas a invertir en publicidad sin haber optimizado tu web, en realidad estarás perdiendo dinero.

**SÍ, LO SÉ.
FALTAN 2
PASOS MÁS.**

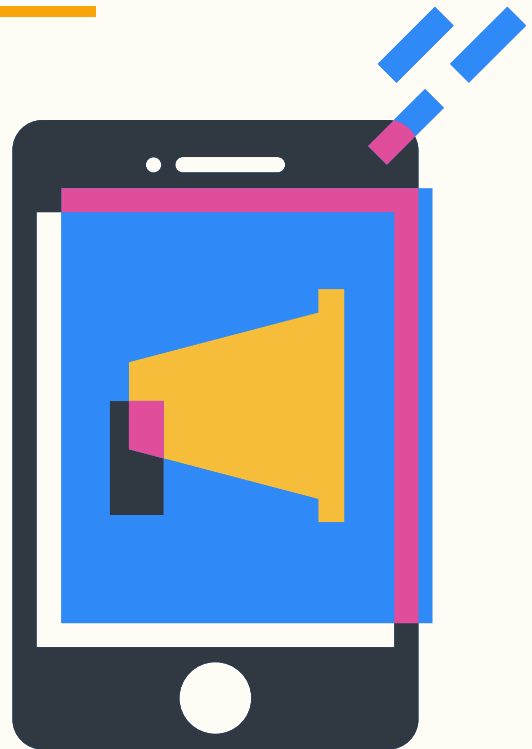
**ESTOS VAN
SOBRE LOS
ANUNCIOS.**



LA TASA DE CONVERSIÓN DE TUS ANUNCIOS.

La tasa de conversión de la web está directamente relacionada con la tasa de conversión de los anuncios. Al aumentar la primera, por lógica, aumenta la segunda.

Pero si además de optimizar la web, le metemos mano a los anuncios, podemos **incrementar aún más las oportunidades de venta** sin aumentar el gasto publicitario.



Para conseguir que nuestros anuncios ofrezcan la máxima tasa de conversión posible tenemos que fijarnos en los siguientes puntos:

Paso 6

OPTIMIZA TUS ANUNCIOS

Un anuncio atractivo generará más interés. Más interés significa más interacciones y eso lo premian los algoritmos.

Además de lograr un mayor CTR (tasa de clics), conseguirás un Coste por Clic más bajo. Un CPC más bajo, son más visitas con el mismo dinero. El resto ya lo sabes.



Para mejorar la tasa de conversión de tus anuncios, una práctica muy recomendable es hacer **Test A/B**.

Estas pruebas entre dos variantes de anuncio nos ayudarán a ir afinando poco a poco con las mejores creatividades y textos.

Mi recomendación aquí es que intentes hacer anuncios diferentes a lo habitual, que llamen la atención. Créeme que la atención del usuario es un bien muy valioso, y su tiempo mucho más.

El vídeo es un formato más atractivo para el usuario y te permite ofrecer más información de forma más “digerible”.

Utiliza ofertas por tiempo limitado para animar a los usuarios a tomar acción más rápidamente. Dale a conocer todas tus promociones.

Engánchalos con tus anuncios y los algoritmos te premiarán. Facebook y Google favorecen aquellos anuncios que generan más interacciones con los usuarios porque **entienden que es contenido interesante para sus usuarios**

Paso 7

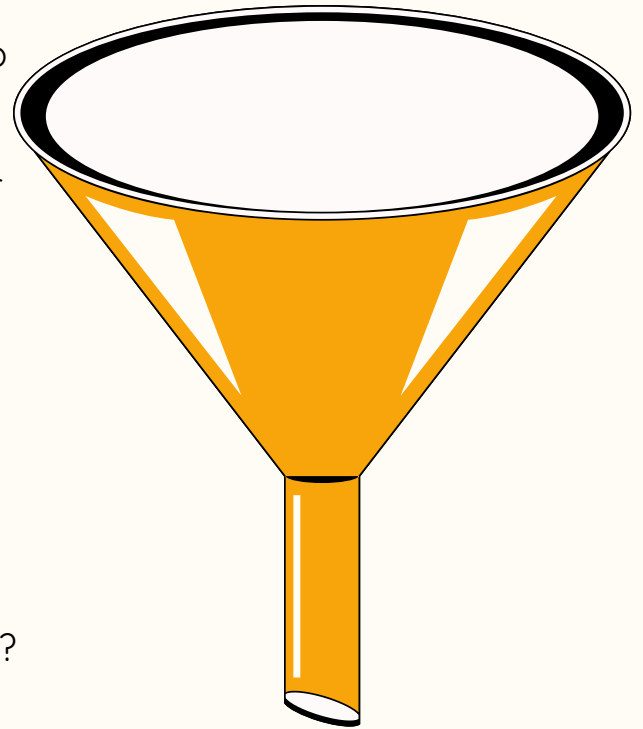
CREA UN EMBUDO DE VENTAS

Este último paso es quizá el más complejo para los que no tienen mucha experiencia en el marketing online. Aún así, cada vez más gente conoce el concepto del **embudo de ventas**.



Un embudo de ventas, es una herramienta que nos permite conseguir un mayor número de prospectos por un coste mucho más bajo.

Consiste en llegar a un gran número de personas que encajen con nuestro público objetivo y ofrecerles un incentivo para que tengan un primer contacto con nuestra marca. A partir de ahí se va trabajando en esos prospectos hasta que finalmente compran uno de nuestros productos o contratan nuestros servicios.



¿Por qué crear un embudo de ventas?

Pregúntate mejor esto

¿Qué es más fácil? ¿Cubrir un formulario para solicitar un presupuesto sobre marketing online o dejar tu email a cambio de un ebook?

Sí, eso es. De eso trata este ebook. Esto es lo que le llaman un *lead magnet*.

Ofreciendo este tipo de incentivos, no sólo **conseguirás muchos más contactos a un coste menor**, si no que también crearás una imagen positiva de tu marca.



Es muy probable que más adelante ese usuario necesite lo que ofreces y si tu lead magnet le ha gustado, seguramente se acuerde de ti.

En las tiendas online es habitual que ofrezcan un descuento especial por suscribirte a la newsletter. El funcionamiento en ecommerce es diferente a las empresas de servicios; pero el concepto es el mismo.

El email es una línea de contacto directa y personalizada y al contrario que los anuncios, **es (prácticamente) gratis.**

Algunas herramientas de email marketing tiene cierto coste, pero una milésima parte de lo que nos costaría una impresión de un anuncio.

Eso sí, muy_muy_muy_importante. Además de un buen gancho para captar los contactos, tendrás que tener un buen sistema para cerrar las ventas.

Trabaja con todos esos leads para llevarlos justo donde tú quieres, y no dejes que se queden sólo en “posibles”.

Ten en cuenta que estas personas no tienen la necesidad tan latente. Debemos encargarnos de generar esa necesidad y **crear ofertas atractivas que animen a esos leads a dar el paso final.**



Conclusión 2

Como ves, el diseño del anuncio es una parte importante que te permitirá incrementar tus oportunidades de venta online; pero si de verdad quieres multiplicar tus resultados, **los embudos son la fórmula definitiva.**

Para que te hagas una idea, el coste medio de inversión en publicidad en mi sector para recibir una solicitud de presupuesto, puede estar entre los 70 - 100€.

El coste por email conseguido utilizando un lead magnet, está en unos 2-3€. Esto quiere decir que con la misma inversión consigo 35 veces más contactos.

Si consigo que sólo 1 de cada 35 personas (0 3 de cada 100) me solicite más información ya estará igualado.

Si tienes un embudo de ventas bien pensado, puedes lograr que hasta el 20% - 30% de la gente que se suscribe acabe solicitando presupuesto (aunque puede llevar tiempo).

Esto es **7 veces más oportunidades con la misma inversión.** Sólo por utilizar un embudo de ventas.



Llegó el momento..

YA CONOCES LOS 7 PASOS A SEGUIR PARA MULTIPLICAR LAS OPORTUNIDADES DE VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET SIN AUMENTAR TU INVERSIÓN PUBLICITARIA.

¡AHORA ES TU TURNO!



¿ME DEJAS DARTE OTRO CONSEJO?

Si de verdad quieres lograr más ventas en tu tienda online o conseguir más solicitudes de presupuestos, **tu trabajo debe ser centrarte en tu negocio** y dejar en manos de expertos todo aquello que está fuera de tu especialización.

La realidad es esta: Tienes dos vías: la del tiempo y la del dinero.

La primera te hará perder (no ganar un posible) dinero cada mes que pasa sin que tomes las medidas necesarias, te costará tiempo (irrecuperable) y lo más seguro es que no te de tan buenos resultados.

Es posible que después de probar la primera vía, decidas ir por la segunda. Eso sí, el tiempo no te lo devolverán.



Hay un refrán que dice:

“En casa del pobre, se paga por partida doble”

La segunda vía cuesta dinero; pero al contrario que el tiempo, sí lo puedes recuperar (y con creces, de eso nos encargamos nosotros)

Por suerte para ti, te ofrezco una **consultoría gratuita de 30 minutos** en la que te ayudaré a definir la estrategia para tu negocio.

Y nada de estrategias de copia-pegar.

Hablo de un plan **totalmente personalizado**.

¿Te interesa?



✉ HOLA@SOCIALXPL.COM

☎ [+34 604 00 83 23](tel:+34604008323)



Social XPL

