

ROASHUNTER

Performance Marketing Agency



*“En Roas Hunter, nuestro objetivo es lograr **el crecimiento sostenible y rentable** de tu negocio definiendo un plan alineado con tus **objetivos de negocio** para hacer **tus sueños rentables.**”*

Estudio de recurrencia en e-commerce: ratios por industria y cómo incrementarla

1. Introducción al estudio
2. Metodología del estudio
3. Tasa de recurrencia por industria
 - a. Moda
 - b. Joyería y complementos
 - c. Cosmética
 - d. Alimentación
 - e. Otros
4. Cómo aumentar la tasa de recurrencia



Introducción al estudio

En la actualidad, el e-commerce se ha consolidado como una de las principales formas de comercio a nivel global, impulsado por los hábitos de consumo. La tasa de recurrencia, o la proporción de clientes que realizan compras repetidas, es un indicador crucial de la lealtad del cliente y la sostenibilidad de un negocio en línea. Este estudio tiene como objetivo analizar la tasa de recurrencia por industria durante los últimos tres meses, con una muestra total de 225.780 clientes. Este análisis proporcionará una visión integral de cómo diferentes sectores retienen a sus clientes y permitirá identificar áreas de mejora en las estrategias de fidelización.

$$\text{Tasa de recurrencia} = \frac{\text{Returning Customers}}{\text{Total Customers}} \times 100$$

Metodología del estudio

- **Muestra:** 233.422 clientes.
- **Periodo de análisis:** Últimos 3 meses.
- **Datos recolectados:** Número total de clientes y número de clientes recurrentes.
- **Objetivo:** Identificar las tasas de recurrencias por sector para implementar estrategias que incrementen estas tasas y mejoren la satisfacción del cliente.

Tasa de **recurrencia** por industria

Moda

- Clientes totales: 174.853
- Clientes recurrentes: 43.730
- Tasa de recurrencia:

25,01%

Cosmética

- Clientes totales: 11.454
- Clientes recurrentes: 5.387
- Tasa de recurrencia:

47,04%

Tasa de **recurrencia** por industria

Calzado

- Clientes totales: 8.464
- Clientes recurrentes: 1.019
- Tasa de recurrencia:

12,05%

Otros

- Clientes totales: 20.036
- Clientes recurrentes: 2.947
- Tasa de recurrencia:

14,71%

Tasa de **recurrencia** por industria

Complementos y joyería

- Clientes totales: 18.615
- Clientes recurrentes: 4.069
- Tasa de recurrencia:

21,86%

Si te gustaría conocer la tasa de recurrencia de un sector en concreto y las mejores prácticas para reducirla

¡Escribenos!

hello@roashunter.com

Cómo incrementar la tasa de recurrencia

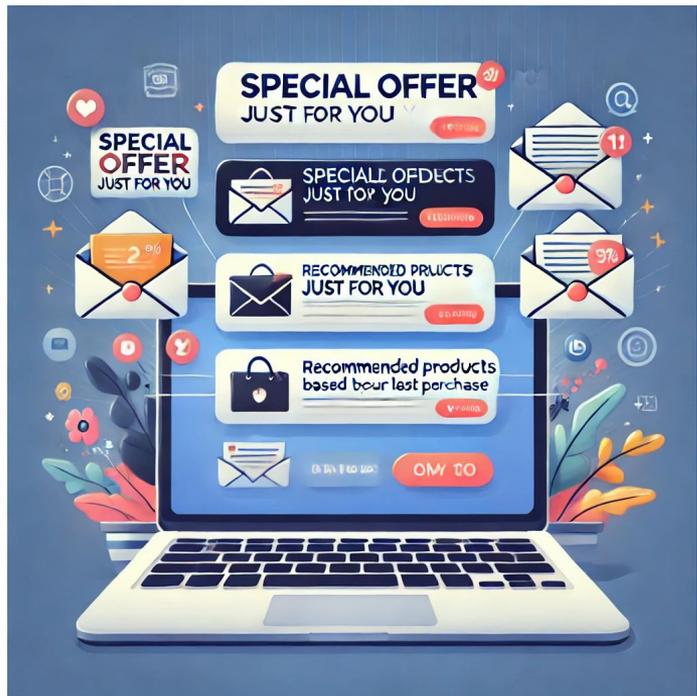
- Crea **flows de Marketing Automation** personalizados.
- Implementa un **programa de fidelización**.
- Ofrece **ofertas y descuentos** exclusivos.
- Proporciona **asistencia post-venta excepcional**.
- Genera **contenido personalizado**.
- Lanza **campañas de retargeting a compradores**.
- Ofrece **productos exclusivos** para clientes recurrentes.
- Ofrece **recomendaciones de productos personalizado**.
- Ofrece **acceso anticipado** a rebajas.



Crea flows de marketing automation personalizados

Problema: Los clientes olvidan tu tienda después de su primera compra.

Solución: Implementa campañas de email marketing personalizadas para mantener a los clientes informados sobre nuevos productos y promociones. Por ejemplo, envía correos electrónicos con recomendaciones de productos basadas en compras anteriores y actualizaciones de productos similares que puedan interesarles. Además, establece una serie de correos automáticos de bienvenida, agradecimiento y recordatorios de productos abandonados en el carrito.



Implementa un programa de fidelización

Problema: Falta de incentivos para que los clientes vuelvan a comprar.

Solución: Crea un programa de fidelización que ofrezca puntos, descuentos o recompensas por compras repetidas. Por ejemplo, ofrece un punto por cada euro gastado, que se puede canjear por descuentos en futuras compras. También puedes ofrecer niveles de membresía (bronce, plata, oro) con beneficios crecientes como envíos gratuitos, acceso anticipado a ventas y ofertas exclusivas para miembros.



Ofrece ofertas y descuentos exclusivos

Problema: Los clientes no tienen razones para regresar.

Solución: Ofrece descuentos exclusivos para clientes recurrentes y promociones especiales. Por ejemplo, envía cupones de descuento personalizados por correo electrónico o SMS después de la primera compra, y crea campañas específicas de ofertas flash solo para clientes existentes, incentivando compras repetidas.



Proporciona asistencia post-venta excepcional

Problema: Incidencias con el servicio al cliente disuaden a los clientes de volver.

Solución: Proporciona un servicio al cliente excepcional con respuestas rápidas y soluciones efectivas. Por ejemplo, implementa un chat en vivo en tu sitio web para atender consultas en tiempo real, capacita a tu equipo de soporte para resolver problemas de manera proactiva y envía encuestas post-servicio para medir la satisfacción del cliente.



Genera contenido personalizado

Problema: La comunicación con los clientes es genérica y no personalizada.

Solución: Personaliza el contenido basado en el historial de compras y preferencias del cliente. Por ejemplo, utiliza datos de navegación y compra para enviar recomendaciones de productos personalizados, artículos de blog relevantes y ofertas especiales. Implementa tecnología de personalización en tu sitio web para mostrar productos recomendados y contenido dinámico adaptado a cada visitante.



Lanza campañas de retargeting a compradores

Problema: Los clientes visitan el sitio pero no compran de nuevo.

Solución: Implementa estrategias de retargeting en Meta ADS para recordarles productos vistos o abandonados en el carrito o ofertas exclusivas para compradores. Por ejemplo, crea anuncios personalizados que muestren los productos que los clientes han visto recientemente o dejado en el carrito, con un incentivo adicional como un descuento especial para completar la compra.



Ofrece productos exclusivos para clientes recurrentes

Problema: No hay diferenciación para clientes leales.

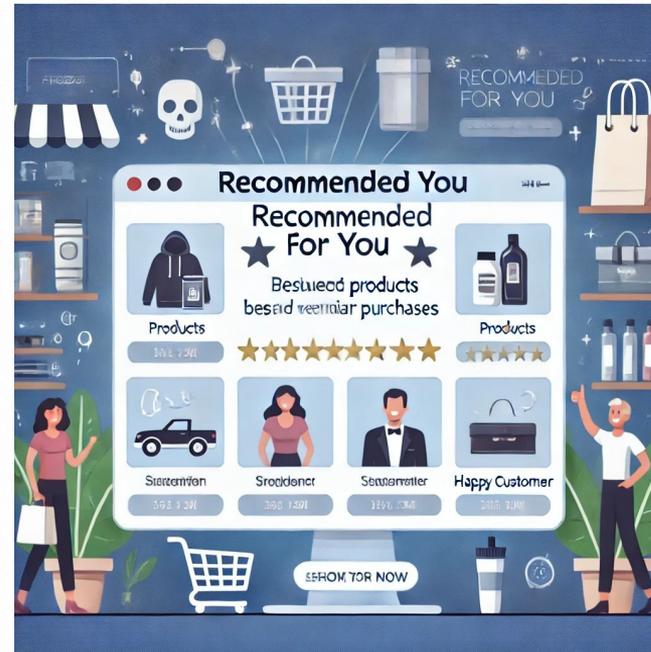
Solución: Ofrece productos exclusivos o acceso anticipado a nuevos lanzamientos para clientes recurrentes. Por ejemplo, organiza eventos de ventas exclusivos solo por invitación para clientes leales y ofrece productos de edición limitada disponibles únicamente para estos clientes.



Ofrece recomendaciones de producto personalizado

Problema: Las recomendaciones de productos no son relevantes.

Solución: Utiliza algoritmos para ofrecer recomendaciones de productos personalizadas basadas en el comportamiento del cliente. Por ejemplo, implementa un sistema de recomendación en tu sitio web que sugiera productos similares a los comprados anteriormente o productos complementarios que podrían interesar al cliente.



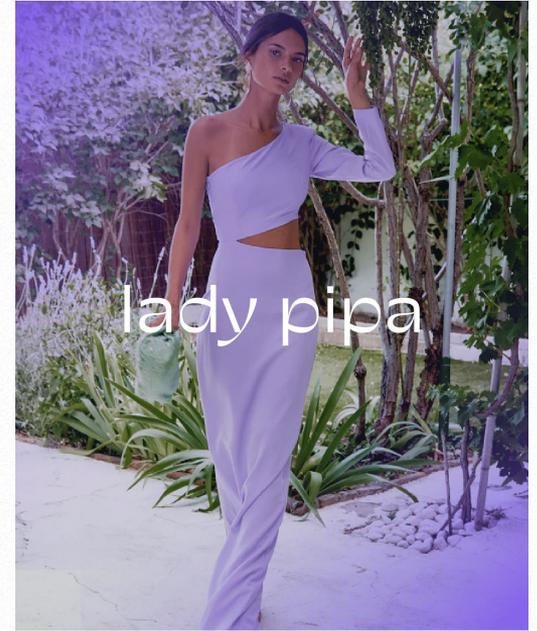
Ofrece acceso anticipado a rebajas

Problema: Los clientes no sienten que tienen beneficios adicionales.

Solución: Proporciona acceso anticipado a rebajas y ofertas especiales para clientes recurrentes. Por ejemplo, notifica a tus clientes leales sobre las rebajas con antelación y dales la oportunidad de comprar antes de que las ofertas estén disponibles para el público general.



Trabajamos con más de 400 marcas como la tuya...



Encantados de ayudarte



En **Roas Hunter** queremos lograr el mejor verano de tu marca, **¡Pregúntanos cómo!**

ROAS HUNTER

Hemos generado +50.000.000€ de retorno a nuestros clientes en el último año

lady pipa

TINY

bruna

rivera

 Nuovit
Corporate

SOHHAN

CATCHALOT



STAYINGVALENCIA

polín et moi

Castañer

MATTUÛ

Muamva Maison

MERCULES

BF Designed by
Beatriz Furest

Scotta
1985

NAGUISA

DKV
Salud

Sara **Gonzalez**
Founder & CEO LADY PIPA

Llevamos trabajando con ellos ya un año y la experiencia ha sido muy positiva. Tienen un muy buen servicio adaptado al momento que esté pasando cada marca. Ya lo he recomendado a varias marcas del sector que me consta que también están contentas. Lo seguiré recomendando.

Nuria **Hernández**
Founder & CEO Polín et Moi

Llevo casi un año trabajando con ROAS HUNTER con Polín et moi y su impacto en nuestro negocio ha sido claro y significativo. Grandes profesionales, buenos conocedores del sector moda, siempre atentos a las necesidades de las cuentas y adaptándose a las necesidades cliente - empresa. Bien estructurada y gestionada sólo puedo recomendarla y ojalá hubiéramos hecho el cambio antes!!