

01



***LAS 5 COSAS QUE TIENES
QUE TENER EN CUENTA SI
QUIERES HACER CRECER
TU ECOMMERCE EN ESTE
2024.***

GROWTH PARTNER AGENCY

bicio.

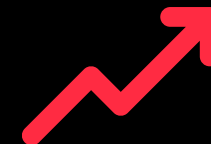


HELLO!

Ready para que tu ecommerce y empiece a ser lo que siempre has querido?
En este ebook que con la tontería puede ser que aprendas algo de valor.

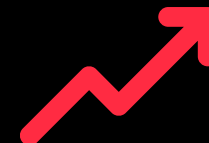
Y que aprenderas?

Muy fácil, unos tips básicos con los que desbloquear gran porcentaje de IQ en
tu ecommerce.



QUE VEREMOS EN EL EBOOK

- #1: Deja que hablen y callate un rato.
- #2: El encantador de serpientes.
- #3: Las emociones son lo que marca la diferencia.
- #4: Sorprende y factura
- #5: Loyalty sales - como hacerlo posible.



#1

Deja que hablen y callate un rato

#1: Deja que hablen y callate un rato.



Paso 1: Define a tu Audiencia Ideal

Al grano, encuentra al público, establece un rango de edad y estudialos a saco para poder ofrecer exactamente lo que quieren.

Paso 2: Profundiza en sus Motivaciones y Deseos

Lo primero de todo y esto aplicatelo en la vida, es escuchar a los demás. Y con los demás me refiero a tu cliente. Tienes que meterte en su cabeza y dejar de pensar en lo que tu crees. Quien te compra y por que te compra. Qué necesita ese cliente, que le mueve o le motiva.

CÉNTRATE EN SABER QUÉ ES LO QUE QUIERE TU PÚBLICO.

Paso 3: Crea una Personalidad de Marca Auténtica

No seas Vainilla...Ten carácter y poderío en tu marca, se quien quieres ser y no quien quieren que seas. Si intentas contentar a todo el mundo dejarás de lado al público objetivo del que hablábamos antes. Sobre todo, tienes que ser creativo e intentar no ser como los demás. Piensa mucho en la imagen que quieres proyectar y plasma-la en tu identidad visual y verbal. Estrategia, naming e identidad visual tienen que hablar por sí solas.

#1: Deja que hablen y callate un rato.



Paso 4: Establece Relaciones Duraderas

Se fiel a la mano que te dio de comer, era así no? vamos algo que hemos escuchado miles de veces. Pues en el ámbito de la venta y el ecommerce es lo mismo, cuida a los que ya son tuyos y NUNCA.

si si, nunca los traten peor que a los nuevos. Si haces algun tipo de oferta primero a los que ya te compraron. Piensa en esto SIEMPRE.

Interactuar con ellos te dará un plus. Verán que realmente les importas y esto no puede ser falsamente. Tiene que ser real, escucha y haz los cambios si es que tienes que hacerlos.

EN LA SIGUIENTE PÁGINA VERÁS UN EJEMPLO DE ESTO.

#1: Deja que hablen y callate un rato.



Ejemplo: Caso de Estudio de una Marca de Cosméticos Naturales

Imagina que tienes una marca de cosméticos naturales y estás buscando conectar con tu audiencia de manera más profunda. Realizas encuestas y entrevistas con tus clientes y descubres que están preocupados por los productos químicos dañinos en los cosméticos convencionales y buscan alternativas seguras y efectivas. Con esta información, ajustas tu estrategia de marketing para destacar los beneficios de tus productos naturales y la importancia de cuidar la piel de forma segura y saludable. Como resultado, ves un aumento en la lealtad de tus clientes y un crecimiento en las ventas.

Ahora que tienes las herramientas y el conocimiento necesario, es hora de poner en práctica estos consejos en tu ecommerce y ver cómo se refleja en una mejora tangible en tu facturación. Recuerda, el éxito no se logra de la noche a la mañana, pero con dedicación y comprensión de tu audiencia, estarás un paso más cerca de alcanzar tus objetivos de crecimiento y prosperidad.

Dale caña a tu audiencia, que disfruten de ser tus clientes y veras como esto solo va para arriba.



#2

EL ENCANTADOR DE SERPIENTES

#2: El encantador de serpientes.



El mismo empeño que pusiste para convencer a tu novia/o de salir contigo es el que tienes que poner para persuadir a tu cliente. Has de estar por él, que vea que sabes lo que necesita...que te preocupas por su bienestar. Y no de manera falsa como ya dijimos antes si no de verdad con el corazón en al mano.

Hay que atraer y ser el encantador de serpientes para poder hacer bajar al cliente por el funnel como si de un tobogán se tratara. Que baje feliz y emocionado como un niño en el parque. Así tendrás mayor conversión y ahora te explicaré unas cosas para que sepas cómo.

#2: El encantador de serpientes.



Paso 1: Comprende las Necesidades de tus Clientes en Cada Etapa

Piensa en tu cliente, entiende sus necesidades en cada etapa del funnel, por que esto quizás no lo sepas.

O quizás sí, pero en cada etapa del funnel el cliente siente cosas distintas y hay que tenerlo claro. Que sí que sí, que es algo básico. Pero te lo aclaro por si acabas de empezar en este mundillo. Construye en base a esto.

Pregunta a tus clientes todo...Al final. El cliente siempre tiene la razón. Y él es el que más sabe por que te compro o por que no te compro. Así sabrás la mejor manera de crear tu funnel.

AH y por cierto, entiende también tu producto no seas de los que piensa que el error siempre está fuera de casa. A veces es posible que el producto sea una gran mierda.

Paso 2: Diseña un Embudo que Guíe a tus Clientes de Manera Efectiva

Encamina a tus clientes para que vayan bajando por el funnel en cada una de sus etapas, crea contenido para la etapa de awarness, ofrece valor en la etapa de interés y se irresistible con ofertas o con los copys en la etapa de conversión. Un consejo que te doy que no has pedido. Las ofertas no siempre tienden a convertir más. Que te quede muy claro.

#2: El encantador de serpientes.



Paso 3: Optimiza tus Recursos para Maximizar el Impacto

Prueba y testea, para saber qué funciona y que no para tener tus recursos funcionando a saco. Hay herramientas para ver cómo se comporta tu cliente y ver donde fallas y donde tienes más oportunidades y no lo sabías. Y como siempre...OPTIMIZA.

Paso 4: Implementa Estrategias de Seguimiento y Retargeting

Los clientes no están pensando en ti las 24h, así que tienes que ayudarles a tomar la decisión. Retargeting para hacer que compren si no lo han hecho o que vuelvan a comprar si ya lo hicieron. Utiliza automatizaciones de anuncios y correos personalizados para seguir dando esa cercanía y "exclusividad" a tu cliente.

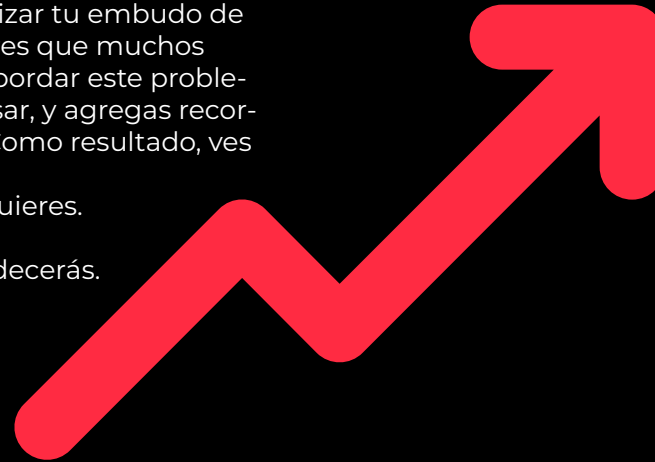
EN LA SIGUIENTE PÁGINA VERÁS UN EJEMPLO DE ESTO.

#2: El encantador de serpientes.

Ejemplo Práctico: Caso de Estudio de una Tienda Online de Moda

Imagina que tienes una tienda online de moda y estás buscando optimizar tu embudo de ventas. Después de analizar el comportamiento de tus clientes, descubres que muchos abandonan el carrito de compras antes de completar la compra. Para abordar este problema, optimizas tu página de pago para que sea más intuitiva y fácil de usar, y agregas recordatorios de carrito abandonado para recuperar a los clientes perdidos. Como resultado, ves un aumento en las conversiones y una mejora en tu facturación. Dale caña a lo que te acabo de contar y empieza a vender todo lo que quieres.

Que entre tu y yo...estamos aquí para vender. Ya veras como me lo agradecerás.





#3

***LAS EMOCIONES SON LO QUE
MARCAN LA DIFERENCIA***

#3: Las emociones son lo que marca la diferencia.



¿Qué haces cuando un amigo te cae genial?

¿Vas con él al fin del mundo no? pues en la marca es exactamente igual.

Si caemos bien, tenemos un propósito y conseguimos vender a través de él. Tendremos una marca que perdurará en el tiempo y te hará ganar mucho dinero.

Para ello hay que ser diferente, no caigas en seguir la estela de la multitud o no tendrás nada en lo que la gente se pueda fijar.

#3: Las emociones son lo que marca la diferencia.



Paso 1: Conoce a Fondo a tu Audiencia

Para conocer a tu audiencia has de saber que motiva a tu público, cual son sus valores, con que se sienten identificados, que defiende, que quieren llegar a ser. Vamos. Todo sobre ellos.

Puedes hacer encuestas con preguntas que lleguen al fondo de sus personas para extraer el máximo de información posible.

Paso 2: Define los Valores de tu Marca

Definir los valores es muy importante, porque eso marcará el rumbo de la marca y cómo se comporta. En base a esto tomarás decisiones y tienes que ser consecuente con tus valores para no ser una marca que se arrima al sol que más calienta.

SE AUTÉNTICO. Los valores siempre son los mismos, solo que no los tienes todos. Tu eres de una manera en concreto y siempre serás así. También te digo que puedes evolucionar como evolucionan y crecen las personas.

#3: Las emociones son lo que marca la diferencia.



Paso 3: Crea una Identidad Visual y de Comunicación Coherente

La identidad visual es un paso importantísimo pero que mucha gente cree que no es muy importante...Creeme lo es.

Es como te ven, como te proyectas. El ejemplo más fácil es pensar en que cuando te vistes para ir a tu primera cita. No creo que vayas de cualquier manera.

Pues esto es lo mismo, si no es que lo que quieres es dar la impresión de pasota. Tu identidad ha de ir acorde a tus valores y personalidad de marca.

Si eres positivo y alegre, intenta tener color en ella. Pero si lo que quieres es transmitir elegancia, quizás con el negro la gente lo identifique más.

Por otro lado, tu comunicación también ha de ser acorde. La identidad verbal que así se llama por si no lo sabías es lo que dices y cómo lo dices.

Paso 4: Sé Auténtico y Consistente en Todas tus Interacciones

Tienes que ser consecuente con lo que eres y dices, tus valores están para no pisotearlos, por ejemplo si dices que eres una marca que hace las cosas de manera diferente... no sigas los trends en redes sociales.

Este consejo te lo regalo.

Esto te servirá para crear vínculos con tus clientes y así crear una relación duradera.

EN LA SIGUIENTE PÁGINA VERÁS UN EJEMPLO DE ESTO.

#3: Las emociones son lo que marca la diferencia.



Ejemplo Práctico: Caso de Estudio de una Marca de Ropa Streetwear

Imagina que tienes una marca de ropa streetwear y estás buscando crear una personalidad de marca auténtica. Después de investigar a tu audiencia, descubres que valoran la individualidad y la autenticidad. En respuesta, desarrollas una identidad visual y de comunicación que celebra la diversidad y la creatividad, utilizando colores vibrantes y un tono de voz inclusivo y empoderador. Como resultado, tu marca se convierte en un símbolo de autenticidad y estilo entre tu audiencia, lo que se traduce en un aumento en las ventas y la lealtad del cliente.

Tu marca tiene que tener personalidad, carácter, una voz propia y una imagen con la que se vista para conectar con tu público. Tratarlo como una persona y hará que crees algo que realmente conecte. Con esto ya puedes darle caña y crear una.

Haz que la gente te quiera por lo que eres.



#4

SORPRENDE Y FACTURA

#4: Sorprende y factura



Crea emociones en tu cliente cuando le llega el pedido, esto hará que tus clientes se fidelicen y hagan crecer tu ecommerce.

Los clientes quieren sentir cosas, y cuando compran es para satisfacer sus deseos. Nadie compra por necesidad fuera de la alimentación. Así que crear experiencias cuando el pedido llega a su casa es lo mejor que puedes hacer. De esta manera también tenemos la posibilidad de que lo suban a sus redes y de esta manera tener marketing gratuito.

#4: Sorprende y factura



Paso 1: Crea una Experiencia de Desempaquetado Memorável

El packaging es una parte muy importante, te pongo un ejemplo. Mira Apple, ellos quieren crear esa ilusión cuando abren la caja. Y no solo eso, si has abierto alguna vez una caja sabrás de lo que hablo. La caja crea una fricción que hace que se abra lentamente, esto no es así porque si, es para crear tensión antes de ver el producto. Magnífico a que sí?

Pues estas cositas son las que has de crear tú con tu marca y con ello diferenciarte del resto en un mundo muy competitivo.

Paso 2: Ofrece un Servicio de Atención al Cliente Excepcional

El servicio de atención al cliente es una oportunidad invaluable para dejar una impresión positiva en tus clientes. Capacita a tu equipo para que sea amable, servicial y proactivo en la resolución de problemas. Responde rápidamente a las consultas y preocupaciones de tus clientes, y haz un esfuerzo adicional para superar sus expectativas siempre que sea posible. Por ejemplo, Zappos es conocido por su legendaria atención al cliente, que incluye envío y devolución gratuitos sin preguntas, así como un equipo de servicio al cliente disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

#4: Sorprende y factura



Paso 3: Fomenta la Interacción y el Compromiso en Redes Sociales

Con fomentar la interacción hablamos de lo que comentaba en el punto anterior de intentar crear ese “marketing gratuito” con que tus clientes te cuelguen en sus redes y llegues a más gente cada vez. Haz concursos creativos, deja de hacer el clásico sube este post a tu historia etc etc. Aburren muchísimo.

Reconoce y celebra a tus clientes más fieles y activos, y muestra tu aprecio por su apoyo continuo. Así te amaran muchísimo y se sentirán amados. Que viva el amor!!!

Paso 4: Busca Constantemente Maneras de Sorprender y Deleitar a tus Clientes

Sé creativo con la manera de sorprender a tus clientes, esto no es una cosa de hacer una acción puntual y listo con eso ya ganas. No. Va mucho más lejos, se tiene que sorprender día tras día o cada X tiempo. Tampoco satures o acabarás siendo una marca cansina.

#4: Sorprende y factura



Ejemplo Práctico:

Caso de Estudio de una Tienda Online de Accesorios para Mascotas

Imagina que tienes una tienda online de accesorios para mascotas y estás buscando crear experiencias WOW para tus clientes. Además de ofrecer productos de alta calidad, decides incluir una sorpresa en cada paquete, como una golosina gratuita para la mascota o una tarjeta de agradecimiento personalizada. Además, animas a tus clientes a compartir fotos de sus mascotas usando tus productos en las redes sociales, ofreciendo premios y reconocimiento a los mejores contribuyentes. Como resultado, tus clientes se sienten valorados y conectados con tu marca, lo que se traduce en una mayor lealtad y repetición de compra.

Conecta con cada acción y haz que eso se quede grabado en la memoria de tus clientes para que cada vez que necesiten. Piensen en ti.



#5

LOYALTY SALES - COMO HACERLO POSIBLE

#4: Loyalty sales - como hacerlo posible



Este es el capítulo final de nuestro ebook, el desenlace, el secreto para crear una base de clientes leales que impulsen el crecimiento sostenible de tu ecommerce. La fidelización de clientes no solo se trata de generar ventas si es que las generas, sino de cultivar relaciones a largo plazo que conviertan a tus clientes en verdaderos embajadores de tu marca. A lo largo de este capítulo, exploraremos estrategias probadas que harán que compren una y otra vez.

#4: Loyalty sales - como hacerlo posible



Paso 1: Crea Programas de Lealtad Atractivos

Una de las formas más efectivas de fidelizar a tus clientes es a través de programas de lealtad bien diseñados. Ofrece incentivos atractivos, como descuentos exclusivos, puntos de recompensa y acceso a productos o eventos exclusivos, a cambio de la repetición de compra y la participación activa en tu marca. Por ejemplo, la cadena de cafeterías Starbucks ha creado un programa de lealtad altamente exitoso, que ofrece a sus clientes la oportunidad de ganar puntos por cada compra que pueden canjear por bebidas gratuitas y otros beneficios exclusivos.

Paso 2: Implementa Iniciativas de Referencia que Incentiven a tus Clientes a Compartir tu Marca

Otra estrategia efectiva para fidelizar a tus clientes es a través de iniciativas de referencia. Motiva a tus clientes satisfechos a recomendar tu marca a amigos y familiares ofreciendo recompensas atractivas por cada referencia exitosa. Esto no solo aumentará las ventas a corto plazo, sino que también te ayudará a expandir tu base de clientes de manera orgánica y sostenible. Por ejemplo, la empresa de streaming de música Spotify ofrece un mes de suscripción gratuita a los clientes que refieran a nuevos usuarios a su plataforma.

Paso 3: Personaliza la Experiencia del Cliente para Fomentar la Lealtad

Además de programas de lealtad y referencias, es importante personalizar la experiencia del cliente para fomentar la lealtad a largo plazo. Utiliza datos y análisis para entender las preferencias y comportamientos individuales de tus clientes, y adapta tu oferta y comunicación en consecuencia. Desde recomendaciones de productos personalizadas hasta correos electrónicos de seguimiento que demuestran tu interés en su satisfacción, cada interacción debe sentirse personalizada y significativa para el cliente.

#4: Loyalty sales - como hacerlo posible



Paso 4: Cultiva Relaciones Auténticas y Duraderas con tus Clientes

El último pero no en discordia. Cultiva relaciones desde el respeto y la autenticidad. Escucha los comentarios y preocupaciones de tus clientes y muestra apoyo dando solución a sus problemas. Cuenta que la atención al cliente es una de las bases para construir una buena relación. Los clientes no son números, son personas. Tratalos como se merecen.

Ahora que has descubierto los secretos para fidelizar a tus clientes y convertirlos en seguidores fieles, es hora de poner en práctica estos consejos en tu ecommerce y ver cómo se traducen en una mejora tangible en tu facturación. Recuerda, la verdadera magia del ecommerce no se encuentra en una sola venta, sino en la construcción de relaciones a largo plazo que impulsen el crecimiento sostenible de tu negocio. ¡Adelante, convierte cada cliente en un seguidor fiel y haz que tu marca brille como nunca antes!

Venga empieza a darle caña a todo lo comentado anteriormente y multiplica tus ventas de tu ecommerce y no te olvides de agendar una llamada con nuestro equipo de growth hacking para profundizar en tu caso en concreto. Podemos hacer crecer tu negocio contigo de manera rápida y efectiva.

En nuestra sesión personalizada, te mostraremos estrategias probadas y tácticas específicas para optimizar cada aspecto de tu negocio y maximizar tu facturación. Desde la adquisición de clientes hasta la retención y fidelización, te guiaremos a través de cada etapa del proceso, adaptando nuestras soluciones a las necesidades únicas de tu ecommerce.

AGENDA YA, TU LLAMADA PARA DARLE UN GLOW UP A TU ECOMMERCE

No querer conformarse y tener las expectativas altas sera lo que hará que tu negocio se multiplique y genere lo que siempre has querido. Agenda tu llamada gratuita con nosotros para empezar a darle caña de manera coherente y sin dar palos de ciego. Te esperamos!