



Packlink[®] PRO
Simply Shipping

6 consejos para sacar el máximo rendimiento a tu negocio



01. Estudia tu nicho

¿Qué estás vendiendo? ¿Quiénes son tus clientes más fieles? Puedes partir del conocimiento local y convertirlo en una estrategia más amplia. Define tus “*buyer personas*” por características específicas (demográficas, de comportamiento, intereses y valores similares), de esta forma será más fácil satisfacer al mercado, incluso en la ausencia de relación directa.

Por ejemplo, un eCommerce de farmacia puede ampliar su oferta al incluir suplementos, si a sus compradores también les apasiona el deporte.



02. Crea tú mismo tu sitio web

¡No necesitas ser desarrollador web para crear un eCommerce! Existen plataformas que te permiten crear sitios web en pocos pasos, cuidando tanto la estética como la usabilidad.

[Wix](#), por ejemplo, se basa en un sistema de drag and drop muy intuitivo. [PrestaShop](#) permite la separación entre contenidos, gráficos y programación, para que cada figura profesional pueda ocuparse de un apartado diferente. ¡Y existen muchas más herramientas!

03. Diseña tu catálogo online

El siguiente paso es organizar los productos en el catálogo (especialmente si hay diferentes marcas en tu e-shop). Los puedes organizar **por marca** o **por funcionalidad**.

¿Cómo?

Pregúntate: “¿Conocen mis compradores las marcas que vendo?”

- | | |
|--|--|
| <p>✓ Si: opta por una organización que destaque la marca.</p> | <p>✗ No: opta por una organización que destaque la función.</p> |
|--|--|

Por ejemplo, en el caso de la ropa, el consumidor suele verse impulsado a comprar por la fuerza de la marca. Por el contrario, en B2B el aspecto práctico-funcional es de mayor interés.



04. Desarrolla una estrategia de SEO

Trabajar el SEO te permite optimizar la tasa de conversión hasta duplicar el tráfico y las ventas de tu sitio web.

¿Cómo?

Detecta cómo tus clientes buscan un determinado producto en línea:

- **Identifica las palabras clave** que responden a la solicitud de información de tus usuarios potenciales. ¡Usa el [Keyword Planner](#) de Google! La herramienta es gratuita y te permitirá seleccionar las palabras clave adecuadas a incluir en tus anuncios de Google Ads, y conocer datos útiles relacionados con el impacto y rendimiento de dichas palabras.
- **Usalas en los textos** de tu sitio web, redactando fichas de producto que respondan a una necesidad concreta con las palabras adecuadas.
- No olvides **optimizar la URL**: introduce tu palabra clave de referencia aquí también para que el motor de búsqueda encuentre tu página fácilmente.

05. Promociona tu tienda online

Alrededor del 75% de los que compraron un producto lo vieron por primera vez en las redes sociales. ¡Construir una presencia social es esencial!

¿Cómo?

- **Identifica los canales** más frecuentados por tu audiencia.
- **Define el tono de voz** de tu marca: será la directriz de la forma correcta de comunicarte con tu público.
- **Configura un plan editorial** de publicaciones constantes e interesantes. Piensa en variar tus contenidos:
 - Informativos (“quiénes somos”, “qué hacemos” y “cómo lo hacemos”)
 - Orientados a engagement (con el fin de crear community)
 - Educativos (vinculados al objetivo de conversión).

No olvides: las redes sociales también son un canal de venta. Hoy los clientes pueden comprar en las tiendas de Facebook y de Instagram directamente de las publicaciones.



06. Elige una herramienta adecuada para los envíos y entregas

Maximizar el nivel de automatización de tus tareas te ayudará a acelerar y simplificar tus procesos, pero también a ofrecerles a tus clientes una experiencia óptima. **Planificar los envíos a través de una única herramienta** es un primer paso. **Packlink PRO**, por ejemplo, se integra con tu eCommerce y te permite importar y monitorear los pedidos recibidos con agilidad, así como enviar con servicios nacionales o internacionales, **ahorrando hasta un 70%**, todo sin contratos ni cuotas mensuales.