

Cómo usar Google Grow My Store para analizar y mejorar tu tienda online



Financiado por:



Fernando de los Ríos



Licenciado en Periodismo y MBA especializado en marketing y reputación corporativa.

Co-fundador de Klimway, consultoría estratégica en proyectos de transformación digital.

Ayudo a organizaciones y profesionales a adaptarse al entorno digital para ser más productivos y eficientes.

 [linkedin.com/in/fernandodelosrios](https://www.linkedin.com/in/fernandodelosrios)

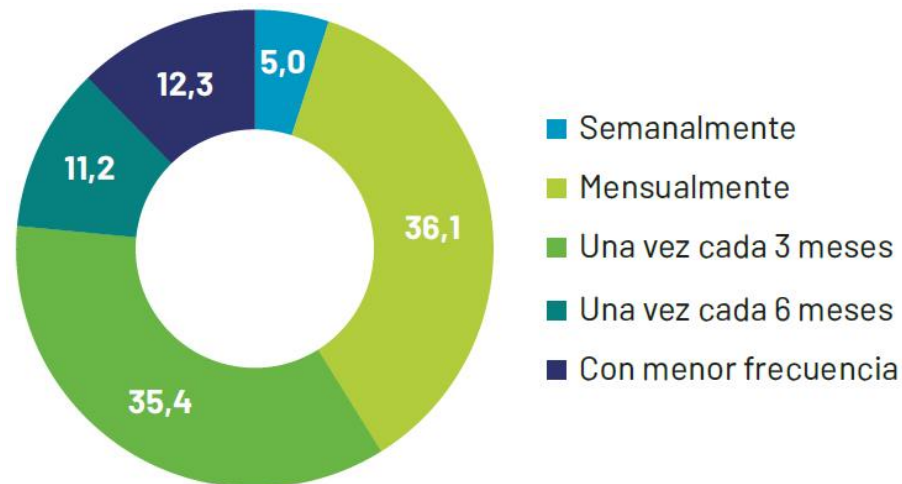
Qué vamos a ver

1. Panorama sobre las compras online
2. Qué es Google Grow My Store
3. Qué información te ofrece
4. Complementos útiles

Panorama sobre las compras online

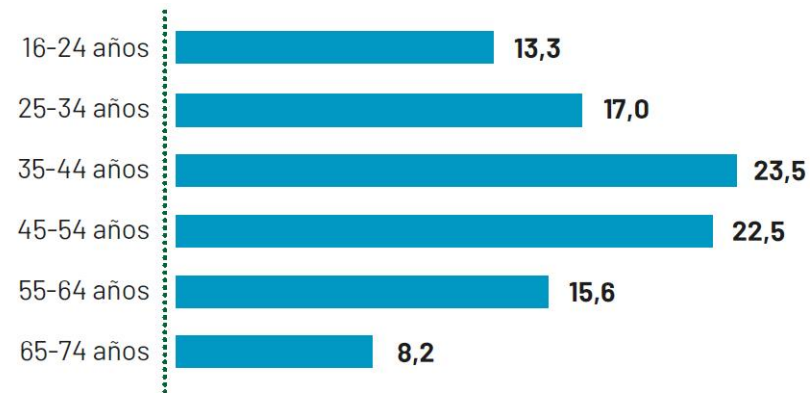
Panorama sobre las compras online

Siete de cada diez compradores online realiza sus compras de forma mensual o trimestral (ONTSI – Red.es)



Panorama sobre las compras online

Perfil mayoritario del consumidor online: unos 40 años, estudios superiores, urbano y económicamente activo.
(ONTSI – Red.es)



Panorama sobre las compras online

El 59% de los compradores online espera a que lleguen momentos concretos (descuentos, rebajas, Black Friday...) para realizar compras específicas.
(IAB Spain)



Panorama sobre las compras online

Las ofertas, los buenos precios y los plazos de envío,
los elementos más importantes para el comprador online
a la hora de elegir un e-Commerce u otro.

(IAB Spain)



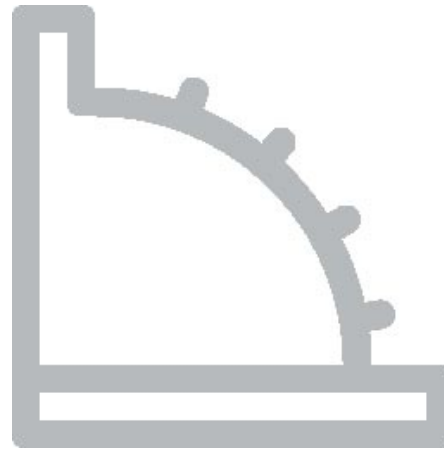
Panorama sobre las compras online

El tráfico web en negocios digitales pasó de ser del 51% en ordenadores y el 34% en móviles en 2015, al 30 y 64% respectivamente en 2020.
(Flat 101 Digital Business)



Panorama sobre las compras online

El ratio de conversión medio de los negocios digitales españoles se sitúo en 2019 en el 1,07%.
En móviles fue del 0,65%, y en ordenadores del 2,11%.
(Flat 101 Digital Business)



Panorama sobre las compras online

Los compradores online están dispuestos a pagar más por el envío cuando su pedido es mayor. Es probable que el 70% agregue algún producto más para alcanzar el envío gratuito.
(Sendcloud & Nielsen)



Panorama sobre las compras online

Experiencia de usuario, diseño visual y atractivo,
velocidad de carga y facilidad de pago:
factores clave para cerrar ventas online.
(Kinsta)



Panorama sobre las compras online

Vídeos explicativos, comparativas de productos, reseñas detalladas y opiniones de usuarios: elementos más buscados antes de comprar.
(Kinsta)



Panorama sobre las compras online

Costes extra, obligación de crear cuenta y complejidad del proceso de compra: principales factores de abandono.
(Baymard Institute)



Informes interesantes

El Comercio Electrónico B2C en España 2019 (Edición 2020)

ontsi.red.es/es/estudios-e-informes/Hogares-y-ciudadanos/El-Comercio-Electronico-B2C-en-Espana-2019-%28Edicion-2020%29

Estudio e-Commerce 2020

iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-ecommerce-2020

Estudio sobre la conversión en negocios digitales españoles 2020

flat101.es/estudio-sobre-la-conversion-en-negocios-digitales-espanoles-2020

Estudio e-Commerce: descifrando la mente del consumidor

sendcloud.es/estudio-ecommerce-2020

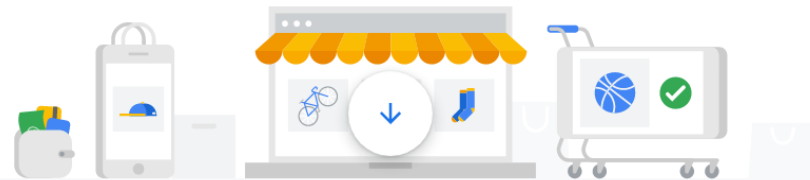
Estadísticas de e-Commerce para 2021

kinsta.com/es/blog/estadisticas-ecommerce

Qué es Google Grow My Store

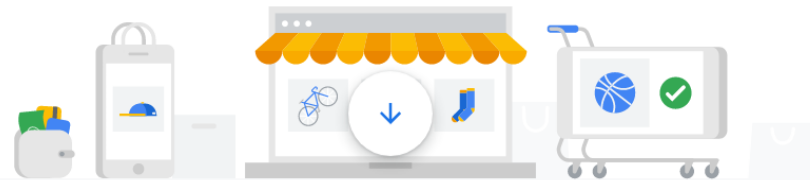
Qué es Google Grow My Store

Herramienta de análisis gratuita para pequeños y medianos comercios que permite detectar puntos de mejora sobre distintas áreas.



Qué es Google Grow My Store

Se trata de una plataforma orientada a negocios que venden a nivel físico y online, y a los que sólo lo hacen en uno de estos medios.



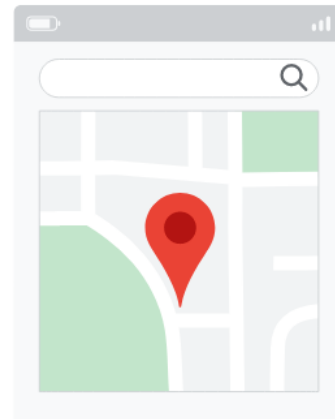
Cómo funciona

Analiza tu e-Commerce y lo compara con otros del sector, presentando un informe de recomendaciones.



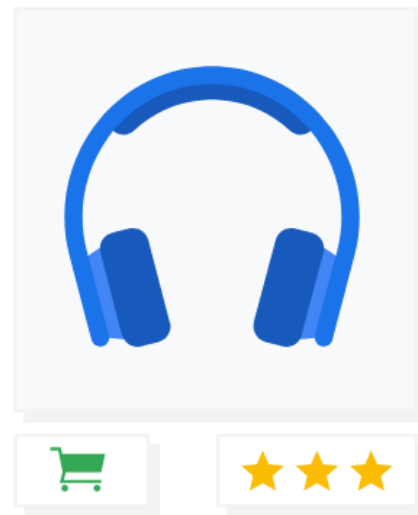
Cómo funciona

Para ver el informe completo debes conectarte con tu cuenta de Google. Sólo puedes crear un informe por cuenta.



Cómo funciona

No hace falta ser el dueño o administrador de un e-Commerce para pedir el análisis.
Es posible estudiar a competidores.



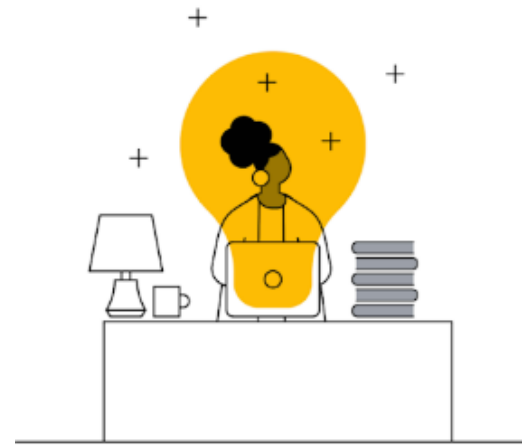
Tres motivos para usarlo

1. Descubrir puntos de mejora sobre tu web.
2. Comparar tu situación con la media.
3. Analizar la experiencia del cliente.

Qué información te ofrece Google Grow My Store

De dónde vienen los datos

La información proviene de estudios de Google en asociación con grupos de investigación de mercados como Kantar TNS o Ipsos MORI.



Apartados del informe

Información de los productos

Información sobre la tienda

Personalización

Compra sin contratiempos

Distribución flexible

Atención al cliente

Móviles

Seguridad

Apartados del informe

Información de los productos

- Detalles de los productos.
- Reseñas / puntuaciones de productos.
- Búsqueda de productos.
- Precios de los productos.

Apartados del informe

Información sobre la tienda

- Horario de apertura.
- Indicaciones para llegar a la tienda.
- Geolocalización.

Apartados del informe

Personalización

- Cuentas personalizadas.
- Listas de deseos y favoritos.

Apartados del informe

Compra sin contratiempos

- Recogida en tienda.
- Pedidos online / Devoluciones a tienda.

Apartados del informe

Distribución flexible

- Cesta.
- Entrega al día siguiente.
- Devoluciones gratuitas.
- Varios métodos de pago.

Apartados del informe

Servicio de atención al cliente

- Teléfono de contacto.
- Chat en directo.
- Política de devoluciones.
- Redes sociales.

Apartados del informe

Seguridad

➤ HTTPS

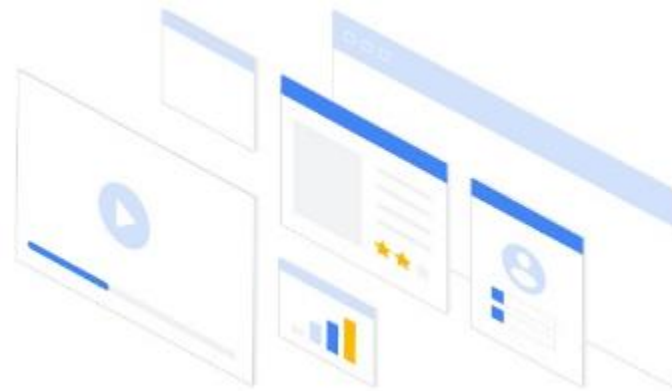
Apartados del informe

Móviles

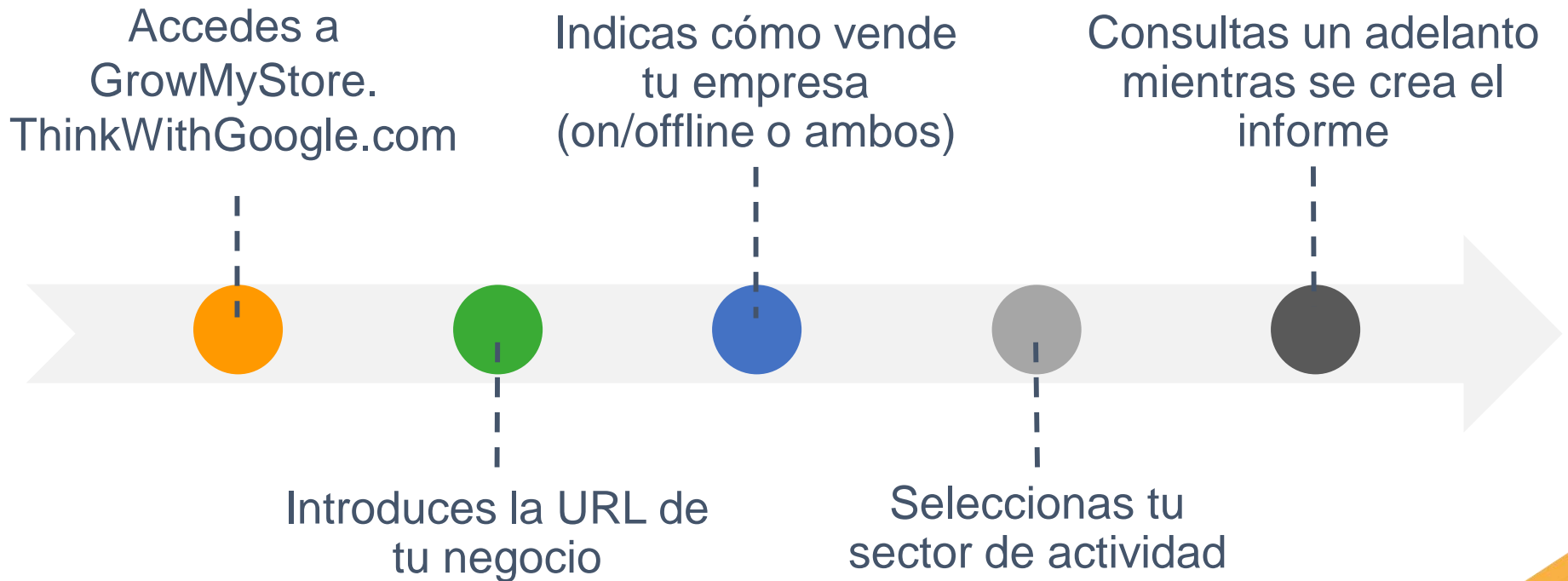
- Velocidad en móviles.
- Optimizado para móviles.

Recursos de ayuda

Para profundizar en cada elemento el informe ofrece estadísticas, guías, páginas de soporte, artículos, casos de éxito y herramientas.



Cómo analizar tu web



Complementos útiles a Google Grow My Store

Complementos útiles

Think with **Google**

thinkwithgoogle.com

Plataforma con recursos, ideas e inspiración para mejorar el marketing de tu proyecto. Facilita contenidos como entrevistas, casos de éxito, perspectivas, informes, infografías, etc.

Complementos útiles

Think with **Google**

Market Finder

marketfinder.thinkwithgoogle.com

Herramienta para identificar nuevos mercados potenciales, descubrir información útil sobre operaciones y empezar a vender productos o servicios a clientes internacionales.

Complementos útiles

Google Trends

trends.google.com

Herramienta de análisis de tendencias y comparativa de términos de búsqueda. Te permite analizar frecuencias de búsqueda en el tiempo por países y regiones.

Complementos útiles

Google Marketing Platform

marketingplatform.google.com

La plataforma unificada de publicidad y análisis de Google. Te da acceso a diferentes soluciones y herramientas para desarrollar la estrategia de marketing de tu negocio.

Complementos útiles

Google Ads

ads.google.com

Programa de publicidad digital para crear anuncios online. Incluye la herramienta de planificación de palabras clave de Google, que permite estudiar términos de búsqueda.

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias

Coraboran:



Financiado por:

