

Tiendas online: datos actuales sobre conversión y consejos para optimizarla



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 que las empresas comuniquen mejor, conecten con su público y vendan más.

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

Qué vamos a ver

1. Tipos de conversión en negocios digitales.
2. Datos de conversión en tiendas online.
3. Cómo mejorar la conversión en tu tienda online.

Tipos de conversión en negocios digitales

¿Qué es una conversión?

Las conversiones son las acciones que queremos que realice un usuario al visitar nuestro sitio.

¿Qué es una conversión?

Para establecerlas debemos tener muy claros los objetivos de nuestra web, ya que la construiremos en sintonía.

Ejemplos de conversión

- Suscribirse a una newsletter.
- Rellenar un formulario.
- Descargar un contenido.
- Hacer clic en un enlace.
- Visualizar un vídeo.
- Clicar en un anuncio.
- Reservar una cita.
- Realizar una llamada.
- Comprar un producto.
- Enviar un email.

Tasa de conversión (%)

Tasa general

$(\text{Conversiones} / \text{Visitas totales}) \times 100$

Tasa optimizada

$(\text{Conversiones} / \text{Visitas únicas}) \times 100$

El embudo de conversión

Visualización de enlace

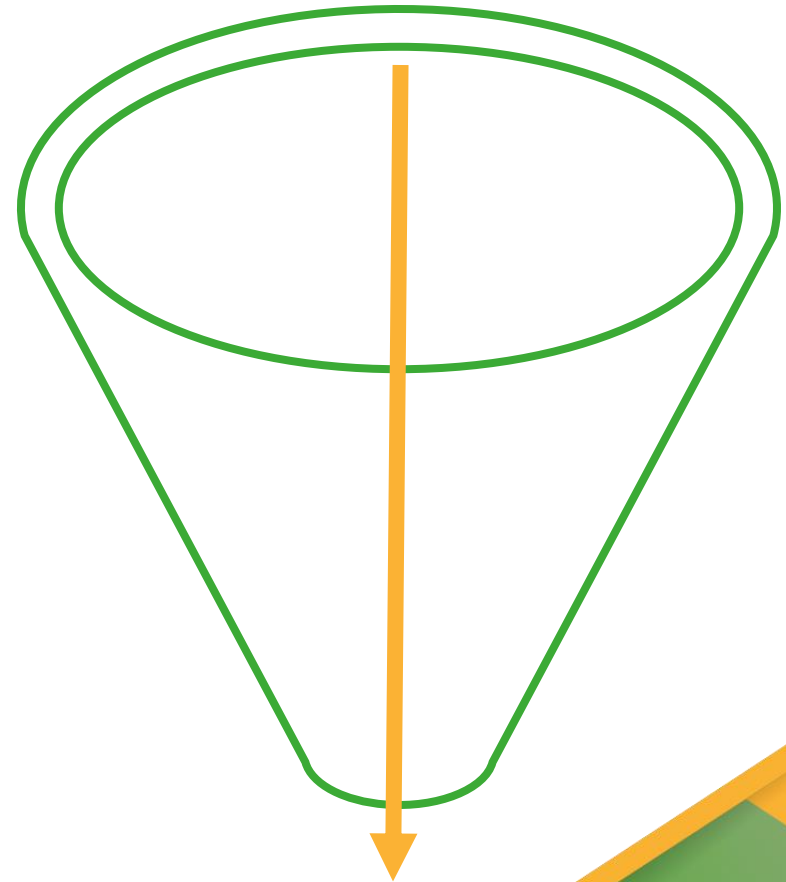
Visita a la tienda

Navegación interna

Añadir al carrito

Ir a pasarela de pago

Finalizar la compra



Tipos de conversión

Comunidad

- Crear cuenta de usuario.
- Suscribirse a una newsletter.
- Compartir una publicación.
- Comentar un artículo.
- Responder a un comentario.

Tipos de conversión



Ventas

- Solicitar un descuento.
- Introducir un cupón.
- Realizar una reserva.
- Añadir productos al carro.
- Comprar un producto.

Tipos de conversión

Visibilidad

- Abrir un email.
- Visitar la web.
- Visitar X secciones.
- Ver X tiempo un vídeo.
- Hacer clic en un anuncio.

Tipos de conversión

Fidelización

- Crear lista de favoritos.
- Añadir productos a la lista.
- Crear cuenta de usuario.
- Comprar una tarjeta regalo.
- Suscribirse a una newsletter.

Datos de conversión en tiendas online

Estudio sobre conversión

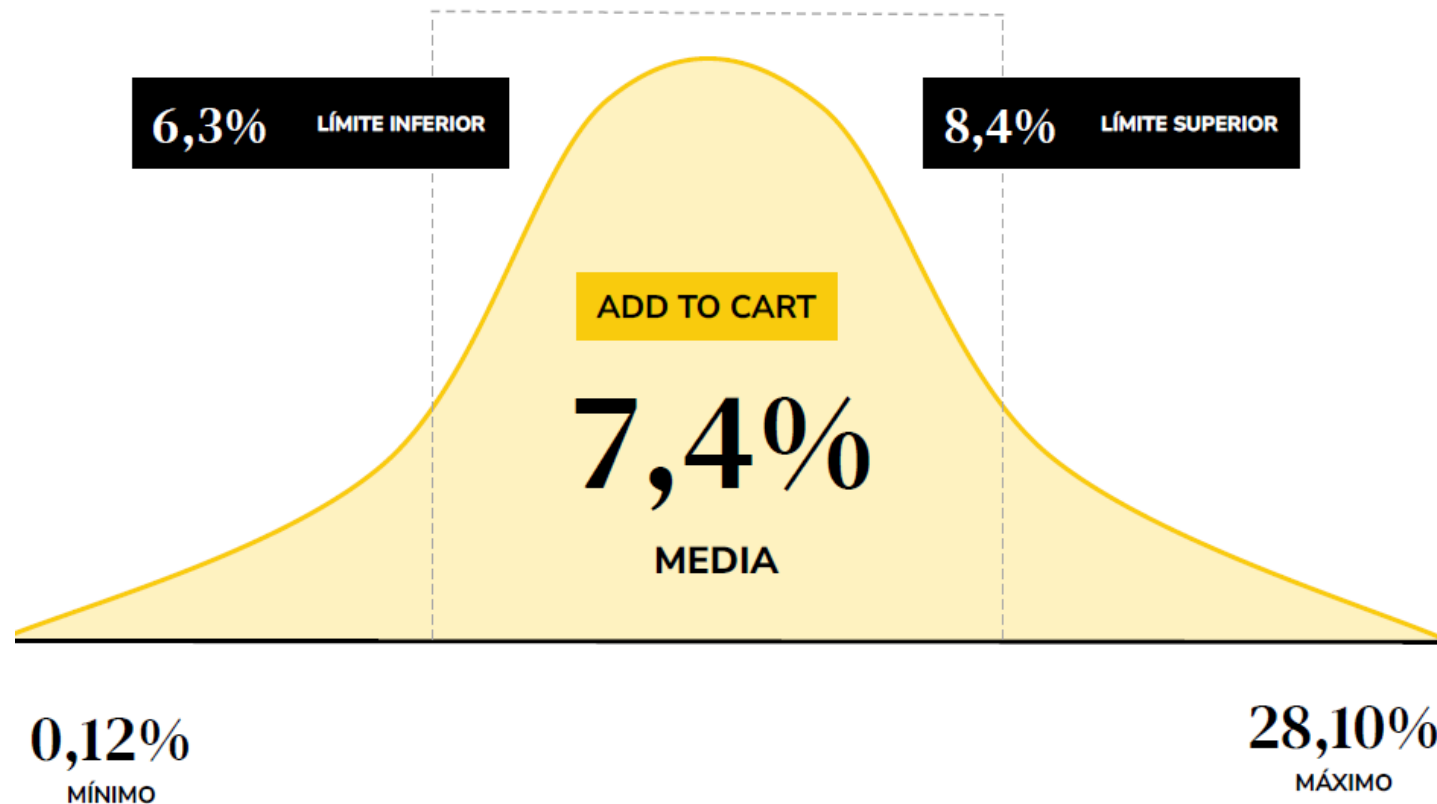


Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Tasa de “añadir al carrito”

De todos los visitantes que tiene tu tienda,
¿cuántos acaban enviando productos al carrito?

Tasa de “añadir al carrito”



Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Tasa de “añadir al carrito”

Ratio «add to cart» por sectores y dispositivo			
Rama de actividad	↓ Limite Inferior	Tasa conversión	↑ Limite Superior
Alimentación	3,86%	4,65%	5,44%
Bricolaje, construcción y decoración	4,58%	5,51%	6,44%
Deporte	5,75%	6,93%	8,10%
Cursos y formación	2,04%	2,46%	2,87%
Equipos informáticos y electrónica	4,19%	5,04%	5,89%
Food delivery	12,74%	14,86%	16,98%
Hogar y decoración	3,33%	4,01%	4,69%
Moda	8,89%	10,70%	12,52%
Ocio y tiempo libre	6,86%	8,26%	9,66%
Otros	6,86%	8,26%	9,66%
Parafarmacia	9,12%	10,98%	12,84%
Proveedor de servicios	4,28%	5,16%	6,04%
Salud y belleza	4,75%	5,73%	6,70%
Seguros	2,40%	2,89%	3,38%
Supermercado	3,43%	4,13%	4,83%
Viajes	10,72%	12,91%	15,10%
Ratio de «add to cart»	6,34%	7,39%	8,44%

Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Tasa de “añadir al carrito”

Si tu media de “añadir al carrito” está por debajo de los límites inferiores, deberías revisar tus fichas de producto...

Ratio de conversión “normal”

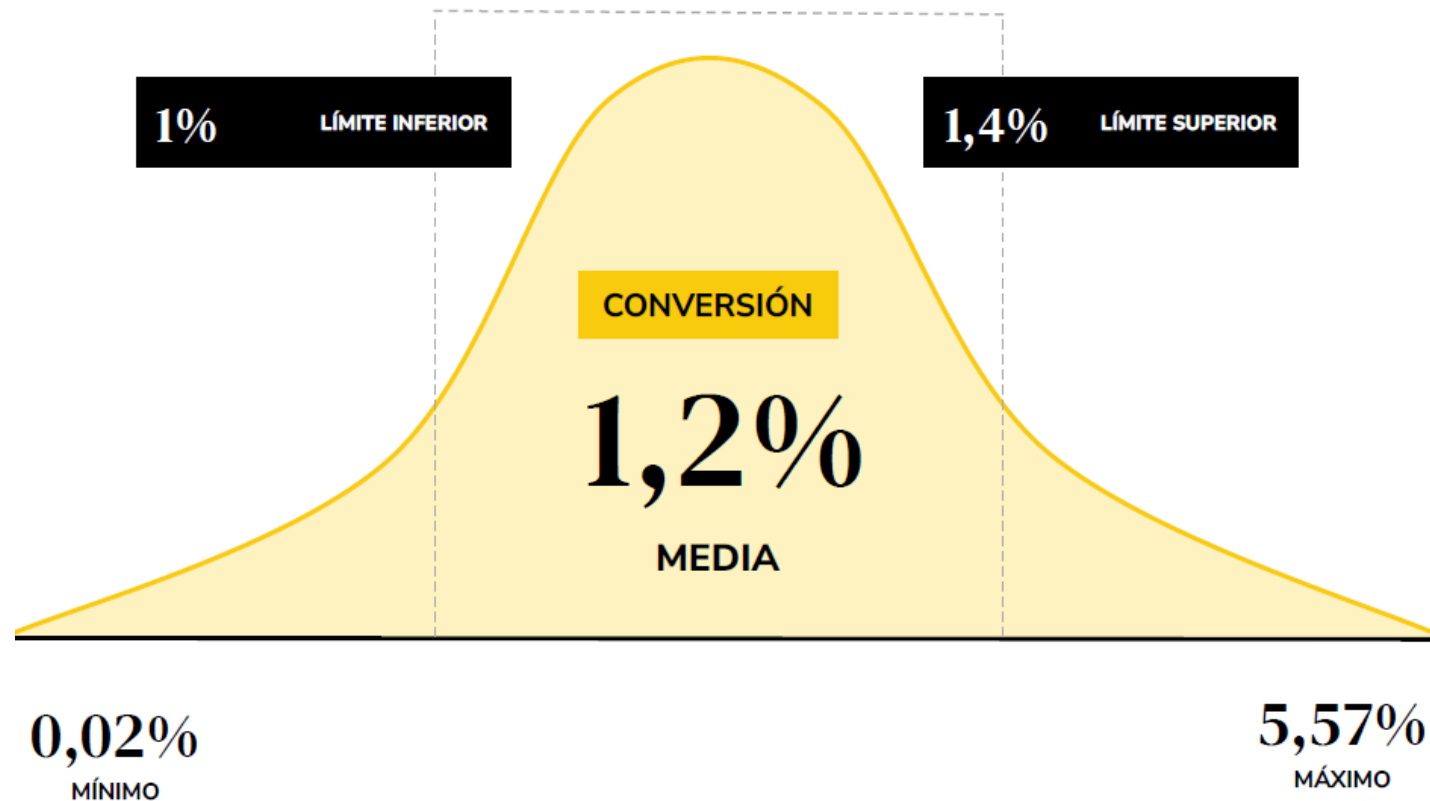
Visto lo anterior... ¿cuál crees que es el % medio de conversión de un negocio digital?

Ratio de conversión “normal”

Si la conversión media de tu e-commerce está en un valor entre 0,9 y 1,4%, estás dentro de la «normalidad».

Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Ratio de conversión “normal”

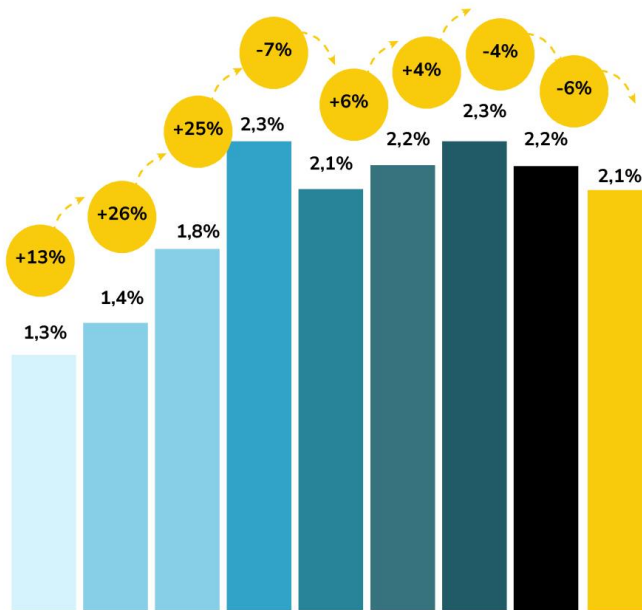


Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

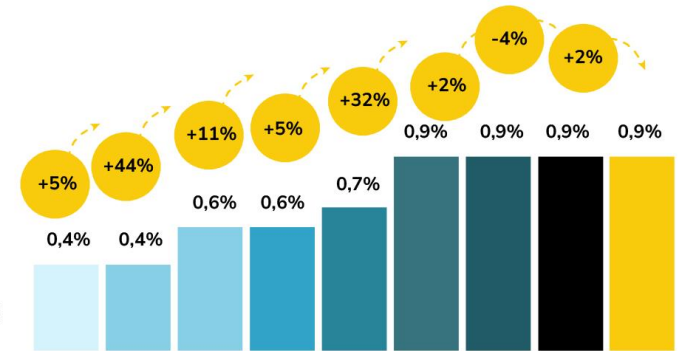
Evolución de la conversión



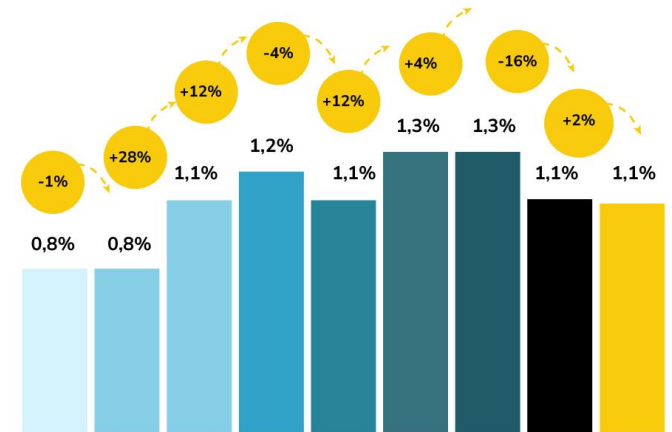
DESKTOP



MOBILE



TABLET



Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Conversión por canales

	Media de porcentaje conversión						
Nivel conversión	Organic	Referral	Paid search	Direct	Email	Social	Display
Bajo	0,26%	0,70%	0,32%	0,26%	0,62%	0,26%	0,09%
Medio	0,59%	2,63%	0,70%	0,88%	1,12%	0,33%	0,16%
Alto	0,94%	5,79%	1,28%	1,55%	2,84%	0,79%	0,57%
Muy alto	2,33%	9,95%	3,73%	3,30%	3,29%	1,24%	1,02%
Media	1,04%	4,87%	1,52%	1,51%	2,01%	0,67%	0,50%

Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Nuevos usuarios VS recurrentes

	Conversión nuevos	Conversión recurrentes
Media	0,77%	2,00%
Mediana	0,53%	1,27%
Mínimo	0,001%	0,001%
Máximo	4,49%	9,01%

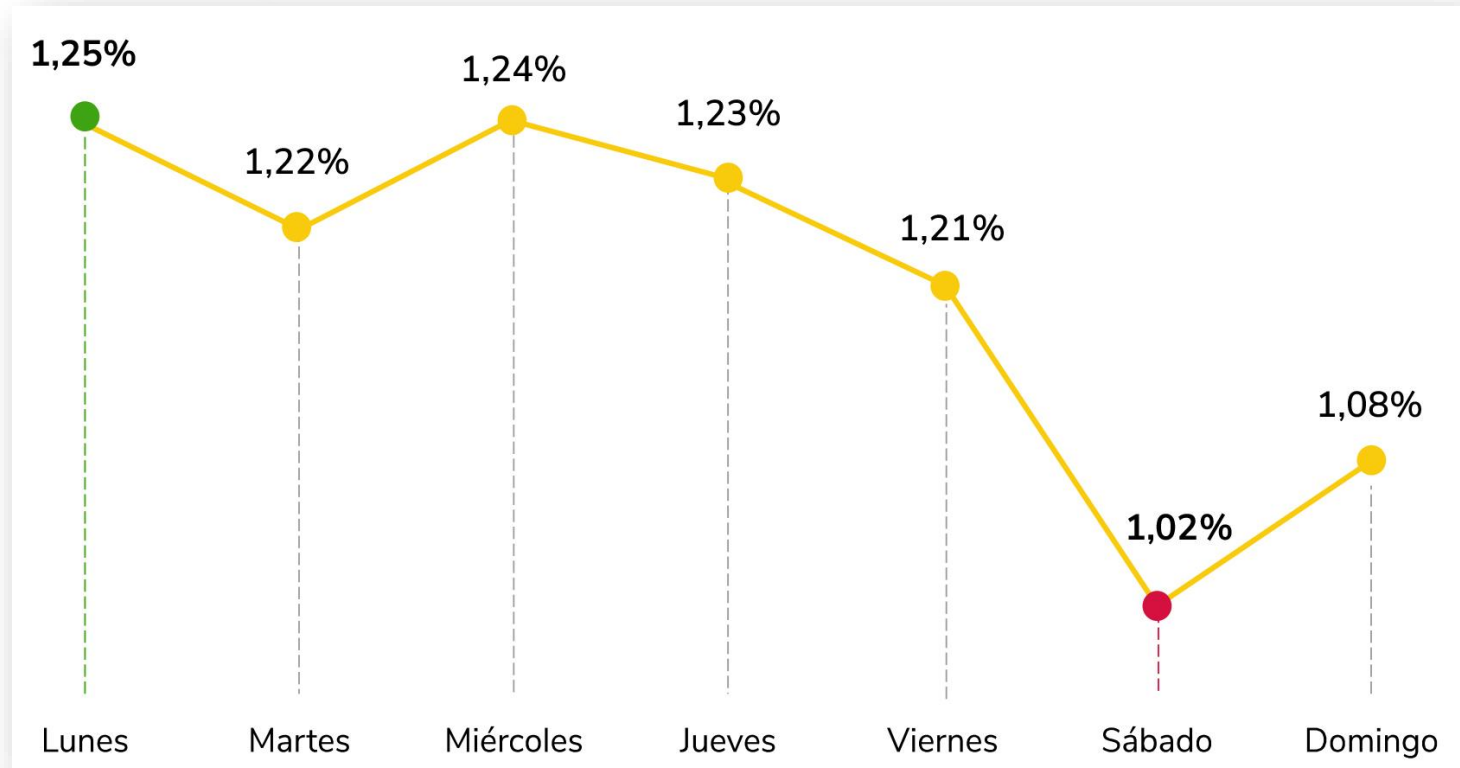
Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Conversión por sector/dispositivo

Ratio de conversión medio por sectores y dispositivo				
Rama de actividad	Global	Desktop	Mobile	Tablet
Alimentación	● 1,28%	● 3,01%	● 0,84%	● 1,41%
Bricolaje, construcción y decoración	● 0,45%	● 0,92%	● 0,33%	● 0,36%
Deporte	● 1,07%	● 1,94%	● 0,84%	● 0,92%
Cursos y formación	● 0,45%	● 0,54%	● 0,36%	● 0,21%
Equipos informáticos y electrónica	● 1,23%	● 1,86%	● 0,47%	● 1,39%
Food delivery	● 9,65%	● 20,06%	● 7,95%	● 14,34%
Hogar y decoración	● 0,57%	● 1,15%	● 0,41%	● 0,52%
Moda	● 1,19%	● 2,17%	● 0,96%	● 1,05%
Ocio y tiempo libre	● 1,13%	● 1,57%	● 0,92%	● 0,82%
ONG	● 1,82%	● 1,90%	● 1,77%	● 1,72%
Otros	● 1,80%	● 3,66%	● 1,05%	● 1,55%
Parafarmacia	● 2,38%	● 4,23%	● 1,63%	● 1,86%
Proveedor de servicios	● 0,88%	● 1,63%	● 0,46%	● 0,95%
Salud y belleza	● 1,33%	● 2,66%	● 1,12%	● 1,42%
Seguros	● 0,17%	● 0,31%	● 0,12%	● 0,14%
Supermercado	● 1,76%	● 3,99%	● 1,12%	● 5,75%
Viajes	● 1,88%	● 2,80%	● 1,52%	● 1,59%
Ratio de conversión medio	1,19%	2,10%	0,87%	1,15%

Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Conversión por día de la semana



Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Conversión por día de la semana

Rama de actividad	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Alimentación	1,45%	1,45%	1,41%	1,34%	1,17%	0,95%	1,14%
Bricolaje, construcción, decoración	0,48%	0,47%	0,48%	0,47%	0,44%	0,39%	0,38%
Deporte	1,34%	1,30%	1,22%	1,11%	1,07%	0,86%	1,02%
Cursos y formación	0,46%	0,45%	0,43%	0,49%	0,48%	0,37%	0,40%
Equipos informáticos y electrónica	1,76%	1,10%	1,07%	1,21%	1,38%	0,83%	0,65%
Food delivery	8,13%	8,31%	8,70%	9,36%	11,27%	10,15%	10,14%
Hogar y decoración	0,64%	0,63%	0,60%	0,57%	0,50%	0,48%	0,57%
Moda	1,20%	1,30%	1,15%	1,26%	1,11%	1,10%	1,15%
Ocio y tiempo libre	1,21%	1,24%	1,26%	1,21%	0,94%	0,91%	1,00%
ONG	0,95%	1,38%	2,59%	2,08%	2,58%	1,81%	1,11%
Parafarmacia	2,86%	2,49%	2,54%	2,31%	2,62%	2,30%	2,88%
Proveedor de servicios	0,99%	0,94%	0,95%	0,88%	0,89%	0,76%	0,76%
Salud y belleza	1,44%	1,23%	1,31%	1,29%	1,22%	1,29%	1,54%
Seguros	0,17%	0,17%	0,16%	0,18%	0,19%	0,17%	0,16%
Supermercado	0,74%	0,84%	0,72%	0,60%	0,67%	0,67%	0,78%
Viajes	1,78%	1,82%	1,87%	1,99%	1,99%	1,79%	1,76%

Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Tráfico por actividad/dispositivo

Rama de actividad	Visitas desktop	Visitas mobile	Visitas tablet
Alimentación	21%	78%	1%
Bricolaje, construcción y decoración	19%	79%	2%
Deporte	23%	75%	2%
Cursos y formación	50%	48%	2%
Equipos informáticos y electrónica	49%	50%	1%
Food delivery	13%	86%	1%
Hogar y decoración	20%	77%	3%
Moda	18%	80%	2%
Ocio y tiempo libre	25%	72%	3%
ONG	37%	61%	2%
Otros	29%	69%	2%
Parafarmacia	32%	67%	1%
Proveedor de servicios	50%	48%	2%
Salud y belleza	20%	78%	2%
Seguros	31%	68%	1%
Supermercado	14%	84%	2%
Viajes	27%	71%	2%
Media de tráfico por dispositivo	28%	70%	2%

Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Tráfico por actividad/dispositivo

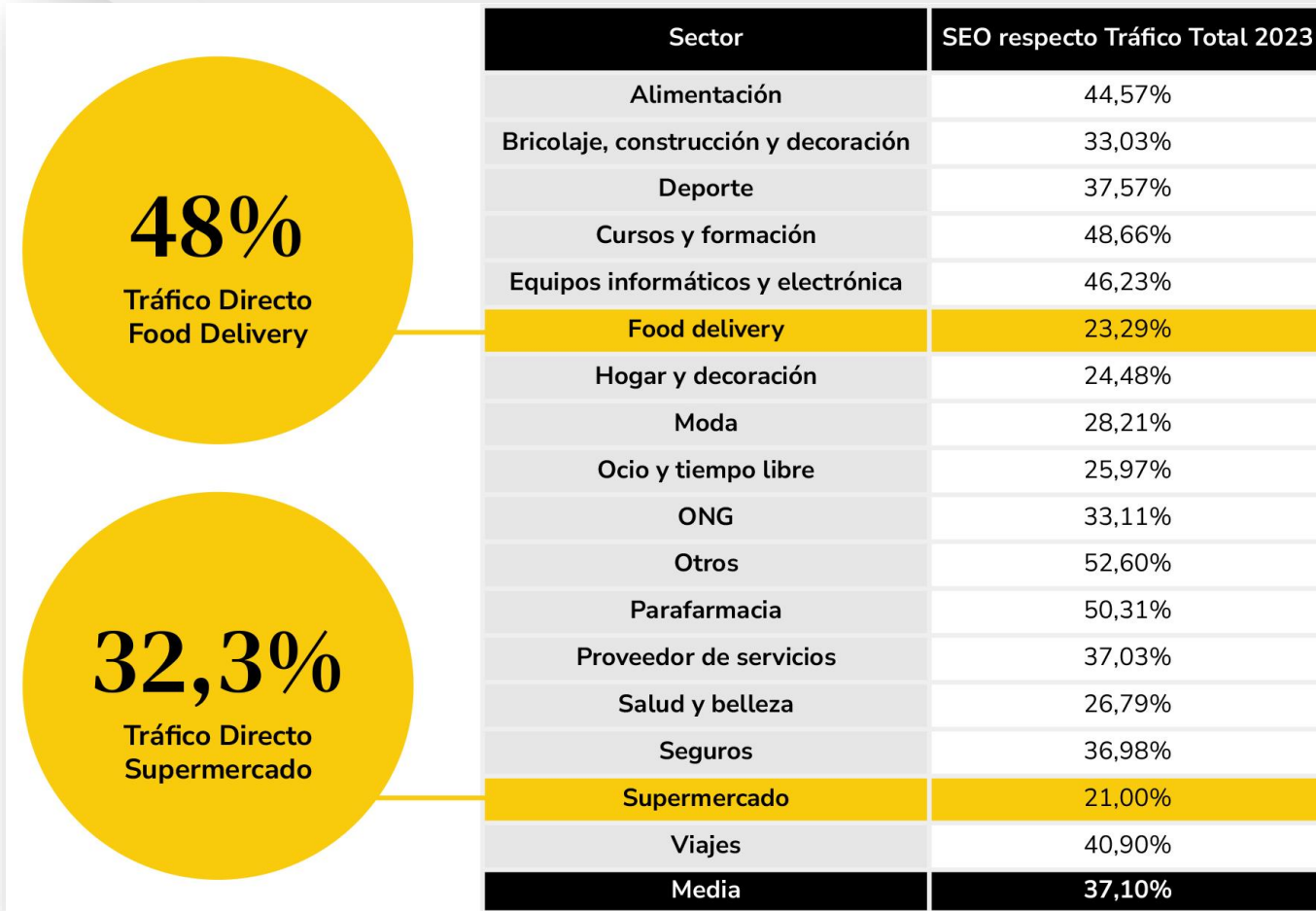
Si tu tráfico móvil es alto, trabaja por personalizar la experiencia de navegación específicamente para estos dispositivos.

Tráfico por canales

Tráfico por canales	Orgánico	De referencia	De pago	Directo	Email	Social	Display
Media	37,10%	3,88%	27,97%	19,47%	3,72%	2,96%	2,85%
Mediana	33,40%	2,00%	25,93%	14,36%	1,82%	0,86%	0,93%
Valor mínimo	1,10%	0,30%	0,00%	4,31%	0,00%	0,01%	0,00%
Valor máximo	93,52%	30,71%	77,47%	79,82%	34,75%	28,37%	33,10%

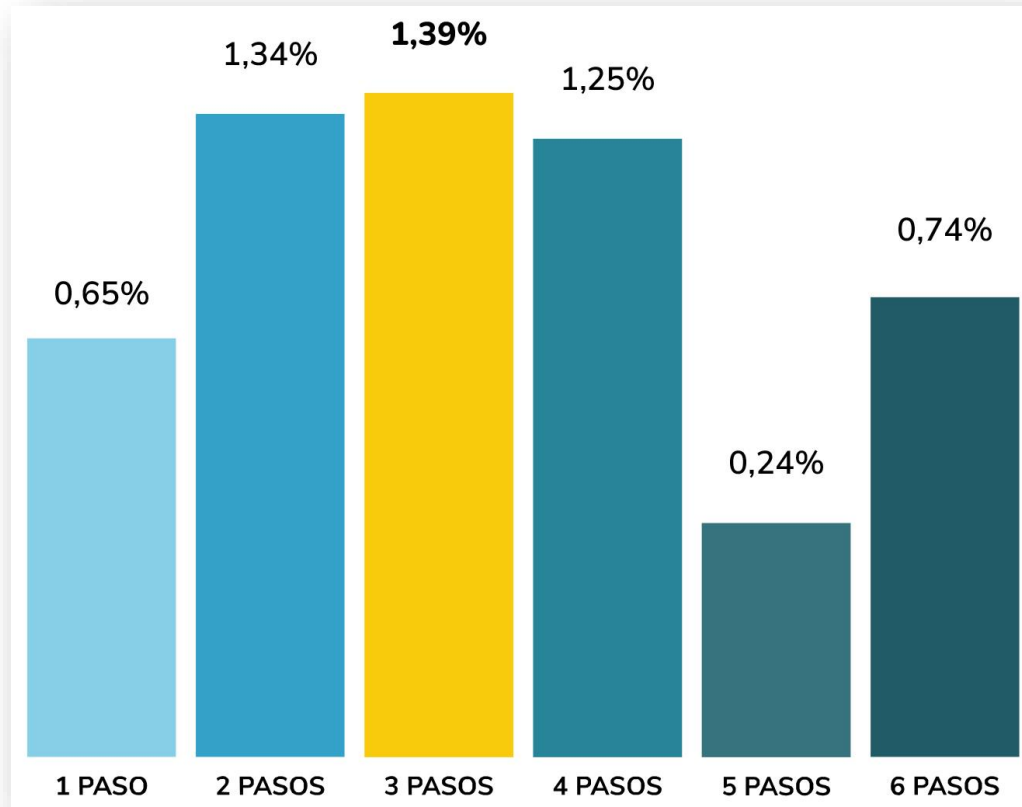
Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

SEO respecto al tráfico total



Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Conversión por pasos del “checkout”



Fuente: <https://landing.flat101.es/estudio-anual-conversion-2024/>

Cómo mejorar la conversión de tu tienda online

Genera una buena experiencia

Diseña una experiencia de usuario sin fisuras,
lo que implica que la navegación sea
rápida, intuitiva y sin errores.

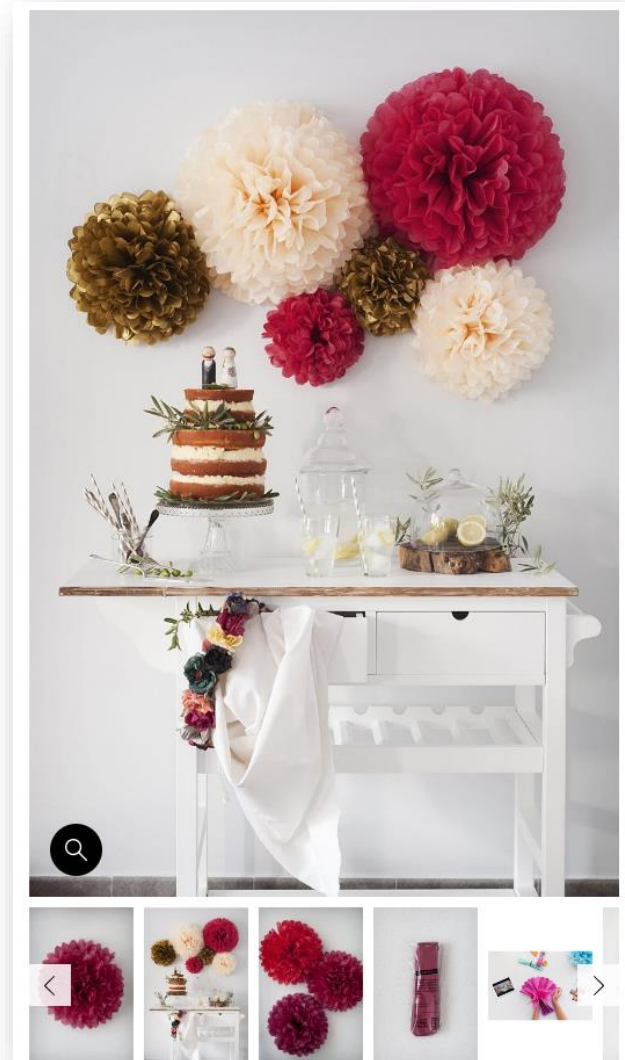
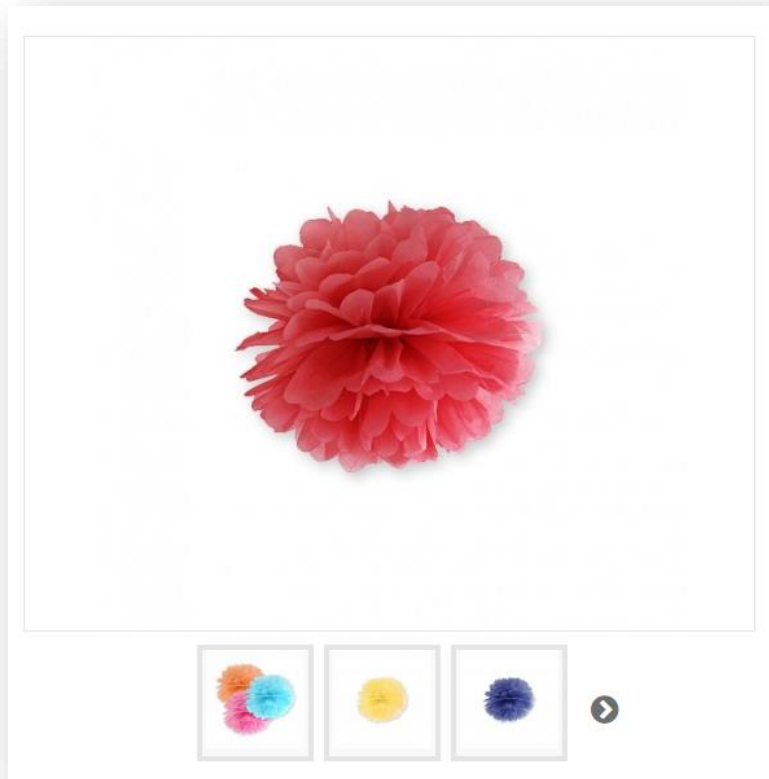
Elimina distracciones

Crea páginas de aterrizaje visuales donde se eliminen las distracciones y el foco esté sólo en la conversión.

Crea contenidos top

Acompaña tus productos de imágenes/vídeos de calidad, que mantengan una homogeneidad acorde a la marca.

Crea contenidos top



Crea contenidos top



Inicio / Cajas De Cartón / Cajas Repostería

¡Descubre nuestra colección de cajas para repostería! Contamos con una amplia selección de cajas que se adaptan a todas las creaciones pasteleras: cajas para cupcakes, cajas para macarons, cajas para donuts, cajas para tartas y pasteles, etc. Ideales para negocios de pastelería, tiendas de repostería o para particulares aficionados. Todas ellas están disponibles con plastificado para alimentación, para proteger la caja.



BUSCADOR POR MEDIDAS

cm.

ancho o fondo

cm.

alto

Los resultados tienen un baremo de +/- 2cm.



S M

Desde
0,57 €

4.9 x 15 x 8 cm

Barquilla para alimentación

Bandeja tipo barquilla para pasteles rectangulares y/o hot dogs, patatas fritas y demás comida para llevar. Perfectas como...



S M L

Desde
0,57 €

9.5 x 14.8 x 14.8 cm

Caja para pasteles clásica

Caja clásica para pasteles y tartas. Disponible en tres tamaños, resulta perfecta como packaging para tartalietas y tartas Sachet. Muy fácil de...



M L XL

Desde
2,38 €

16 x 23.7 x 23.7 cm

Caja pasteles y tartas con tapa

Caja para pasteles y tartas con tapa transparente, disponible en dos alturas distintas. Gracias a su cierre, la caja dejará ver tus pastel...

Cajas para pasteles, tartas y repostería

Disponemos de un gran surtido de cajas para pasteles, cajas para tartas, cajas para tartas americanas, cajas para repostería, cajas para pastas etc. La principal ventaja es que son unas cajas para pastelería baratas y de una gran calidad. En esta sección vas a encontrar tu caja para pastel perfecta y al mejor precio.

El packaging para pastelería ha transformado en los últimos tiempos la forma de presentar los productos. Los clientes se fijan mucho en el packaging pastelería, por eso os ofrecemos una gran oferta de cajas para vuestras tartas, pasteles, pastas...



Cajas Roscón de Reyes (21)



Cajas Turrón 2022 (29)



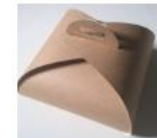
Cajas Panettone (2)



Cajas para Panellets (24)



Cajas Rectangulares para Pasteles (6)

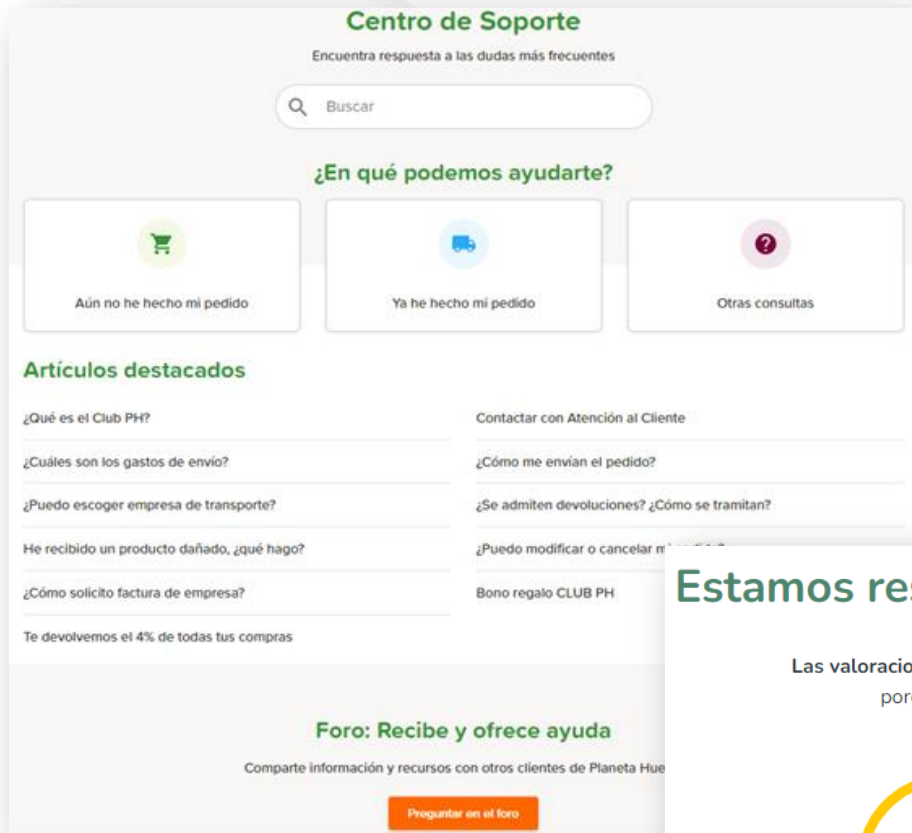


Caja Kraft con asa (9)

Refuerza la confianza

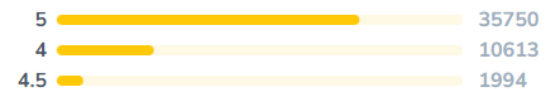
Utiliza módulos de preguntas/respuestas y de opiniones reales de clientes para reforzar la confianza en tu marca.

Refuerza la confianza



Estamos respaldados por miles de clientes satisfechos

Las valoraciones que recibimos son reales y están verificadas. Son un pequeño gesto de gran valor, porque nos ayudan a seguir mejorando y a ofrecerte un servicio de mayor calidad.



Minimiza los formularios

Reduce los formularios a lo imprescindible, evitando pedir datos innecesarios que puedan generar rechazo.

Ayuda en la navegación

Incluye información contextual a lo largo de todo el proceso de conversión para evitar que el usuario se pierda.

Ayuda en la navegación

TU CARRITO



CAJA PARA 6 CUPCAKES

Referencia 3006_S

Color : BLANCO , Color : CELESTE , Color : PLÁSTICO PET , Talla : S

uds. - 50 +

89,32 €

¿Tienes un código descuento?

VALIDAR

Envío gratis

Recuerda que el envío es gratis para pedidos de entre 95€ y 300€ (excepto en cajas de plancha de Micro)

SUBTOTAL 89,32 €

Transporte 9,41 €

TOTAL: 98,73 €

Continuar comprando

CONFIRMAR ORDEN

Resumen

Subtotal: **287,50 €**

Tu carrito incluye envíos de proveedor externo. Estos tienen un coste de envío fijo, independientemente del total de tu compra.

Gastos de envío:

ENVÍO GRATIS

 El envío de este producto será neutro en carbono



Añadir Club PH (19,99 €)

Con Club PH tendrás gastos de envío gratis a partir de 9.99€ y reembolsos de hasta el 8% de tu compra.

Total: **287,50 €**

Acumula 5,00 € de cashback %

Precio total con iva incluido.

Siguiente paso

Destaca lo importante

Destaca claramente las llamadas a la acción para facilitar que el usuario las vea bien y no pasen desapercibidas.

Haz pruebas

Modifica las llamadas a la acción y los botones haciendo pruebas con varios textos/colores, y midiendo cuáles funcionan mejor.

Haz pruebas

100 calls to action efectivos para tus campañas de marketing digital

 E-book • [Marketing digital](#)

Descargar e-book

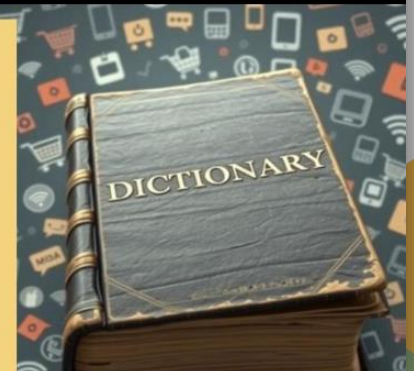
100 calls to action efectivos para tus campañas de marketing digital



Test A/B

Te explicamos qué es un test A/B, qué pasos seguir para plantearlos y las mejores herramientas que puedes utilizar para llevarlos a cabo.


**DICCIONARIO
DE
MARKETING
Y ECOMMERCE**



Crea necesidad





Utiliza expresiones que generen sensación de urgencia y/o de última oportunidad para impulsar la acción del usuario.





Crea necesidad

Habitación Familiar (2 adultos y 2 niños).

Solo queda 1 habitación en nuestra web

1 cama doble extragrande  y 2 sofás cama 

 17 m²  Bañera  Aire acondicionado  Baño privado

 TV de pantalla plana  Cafetera  Minibar  WiFi

Más

Estado: **Nuevo**

Cantidad:

1

2 disponible(s)

Precio:

36,19 EUR

¡Cómpralo ya!

Añadir a la cesta

**♥ Añadir a la lista de
seguimiento**

Facilita el contacto

Sitúa siempre en primera línea de visibilidad la información de contacto a través de la cual fomentes internamente la conversión.

No emborriones

No abuses de sellos de calidad/confianza,
pero muestra bien los que aporten valor
diferenciador frente a competidores.

Optimiza continuamente

Optimiza las páginas que conviertan más,
y analiza lo que no funciona en las que
no generan la conversión esperada.

Evita errores comunes

- Abusar del clickbait.
- Web lenta o con fallos.
- Adivinar en vez de analizar.
- No conocer a tu público objetivo.
- Contenidos incompletos o sin calidad.

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias

Financiado por:



Colaboran:

