

Claves para aumentar la facturación de un ecommerce según GMEDIA

Aumentar la facturación de manera paulatina es la meta de todo ecommerce, una meta inalcanzable para muchos de ellos debido a pequeños errores que conllevan picos decrecientes en su facturación. Unos fallos comunes que, según esta agencia marketing digital Barcelona, se pueden solventar teniendo en cuenta una serie de detalles

¿Cómo aumentar la facturación?

Si bien es cierto que todos los ingredientes para la receta del éxito son igual de importantes, algunos como los que detalla esta agencia marketing digital Barcelona especializada en diseño web, desarrollo de tienda online, posicionamiento SEM/SEO, entre muchos otros servicios, son básicos para aumentar los datos de facturación. Para saber si se está empleando una buena estrategia, todo ecommerce debe hacerse estas cinco preguntas:

¿Es la página suficientemente ágil?

Los tiempos lentos de carga generan un impacto negativo directo en la facturación. Por ello, es vital contar con un buen desarrollo de tienda online para que la velocidad de carga sea rápida. Tan solo 1 segundo extra de demora puede suponer una reducción del 7% las conversiones y un 10% de tasa de rebote.

¿Los datos personales solicitados son los indispensables?

La expresión “menos es más” nunca había cobrado tanto sentido. Es importante pedir al usuario los datos estrictamente necesarios tanto en el registro como en la compra, para que no desencadene en un proceso demasiado largo. Así pues, según esta agencia marketing digital Barcelona, se debe simplificar al máximo tanto el registro como el pago.

¿Es el tráfico generado el adecuado?

Internet es un ecosistema inmenso, por lo que es imprescindible conseguir que el cliente llegue a cierto lugar sin despistarse por el camino o entretenerse con la competencia. Por lo que, apostar por una estrategia de posicionamiento SEM / SEO, una buena presencia en redes sociales y un excelente trato con el comprador son la combinación perfecta para un buen desarrollo de tienda online.

¿La navegación web es sencilla?

Cuando se pretende vender y conseguir un buen ritmo de facturación, el desarrollo de páginas web debe ser impoluto, de lo contrario dicho ecommerce se encuentra ante un problema de usabilidad. Por ello es esencial que el usuario se sienta partícipe del proceso mediante avisos o mensajes; debe entender el lenguaje con el que interactúa; debe sentir libertad al navegar por la página y debe tener toda la información a mano constantemente.

¿Es una buena pista de aterrizaje para el usuario?

Se conoce como landing page a la página en la que el usuario aterriza en la web procedente de otro destino, una búsqueda desde Google o un anuncio en redes sociales, entre otros. Su misión es conseguir conversiones y para ello toda landing debe contar con un diseño web atractivo y entendible, junto con un texto claro y que mueva a la acción al usuario. En pocas palabras, su finalidad es generar conversiones, ya sean ventas, registros, llamadas, etc.

De esta manera, según GMEDIA, como agencia marketing digital Barcelona, es casi obligatorio seguir estas recomendaciones para aumentar la facturación. Apostar por ello e invertir en un buen diseño web y un efectivo desarrollo de páginas web resultan aspectos determinantes e imprescindibles para conseguir aumentar la facturación de todo ecommerce.

Datos de contacto:

GMEDIA
936 67 63 45

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>