

## 10 errores ecommerce comunes y cómo evitarlos

Según varias fuentes, [el 90% de los negocios online fracasan \(ENG\)](#) en sus primeros 120 días.

Y es que crear un negocio, aunque sea online, no es una tarea sencilla: hay muchos factores a tener en cuenta, y pasarlos por alto puede dar lugar a varios de los errores ecommerce más comunes que podrían ahuyentar a tus clientes.

¡Pero tranquilo! Para que puedas empezar con buen pie, en este artículo vamos a repasar 10 errores que los emprendedores online tienden a cometer a la hora de dar vida a sus ideas de negocio.

Verás que son errores que tienen fácil solución. ¡Toma nota y dale la vuelta a tu negocio hoy mismo!

### 1. No optimizar tu web para móviles

Según Statista, el 52% de todas las ventas online de ropa en España se realizan ya a través de dispositivos móviles. ¡Eso es más de la mitad de las transacciones!

Tus compradores no serán ajenos a esta tendencia, por lo que es muy importante que te asegures de que tu página web se ve bien y permite realizar todo el proceso de compra no solo en ordenadores, sino también en smartphones.

Muchas plataformas de comercio electrónico te ofrecerán plantillas que, por defecto, funcionarán en ambos casos. ¡Pero nunca está de más asegurarte por ti mismo de que todo funciona correctamente!

Para ello, visita tu web desde tu móvil y comprueba que tus **textos e imágenes se adaptan bien** a una pantalla más pequeña, que **puedes hacer clic correctamente** en todos los enlaces, y que **puedes completar el proceso de compra** sin problemas.

### 2. No tener una página Sobre nosotros

Cuando conoces a una persona, seguramente lo primero que hagas sea presentarte, ¿no? Pues con tus clientes tienes que hacer lo mismo.



Ten en cuenta que, si estás empezando, lo más probable es que tus primeros visitantes no hayan oído hablar de ti, y esto puede generarles algunas dudas a la hora de realizar sus compras.

Una buena manera de convencerles es redactando una [página Sobre nosotros](#), en la que les cuentas brevemente quién eres (o quiénes sois), por qué decidisteis emprender vuestro negocio y qué es lo que os hace únicos.

### 3. Fotos de producto de baja calidad

Al no poder visitar una tienda física, los clientes pierden la oportunidad de tocar los productos antes de comprarlos, por lo que tienen que depositar toda su confianza en las imágenes disponibles en tu web.

Si las fotos que ofreces en tu tienda son de baja calidad o no representan bien a tus productos, es muy probable que tus clientes decidan no realizar sus compras antes que comprar un producto que no satisfaga sus expectativas.

Para evitar esos problemas, asegúrate de subir buenas fotos de producto a tu web, que se adapten a tu estilo y al de tus compradores.

Con el [Creador de diseños](#) de Printful puedes crear todas las imágenes de maqueta que necesitas de cada producto. Puedes decidir si quieres utilizar maquetas *lifestyle* en las que una persona luce tu artículo, u optar por las maquetas planas en las que solo aparecerá tu producto.

Y un truco de pro: puedes descargar tus maquetas en formato .PNG para que tengan el fondo transparente, y luego utilizar un [editor gratuito](#) como Canva para añadirles un fondo que se adapte a tu marca.

Así, no solo tendrás una imagen de calidad, sino que también será llamativa y despertará la curiosidad de tus clientes.

### 4. No trabajar en tus descripciones

Como te decíamos antes, los consumidores online dependen completamente de la información que ofrezcas en tu web para decidir si realizan sus compras. Y seguramente las imágenes de producto no sean suficientes para convencerles.

Aquí es donde entran en juego tus descripciones de producto.



Si has sincronizado tu tienda con Printful, verás que puedes utilizar nuestras descripciones push a la hora de publicar productos en tu tienda. Estas descripciones recogen todas las características que interesan a tus clientes, como la composición o el gramaje de las telas.

¡Pero ojo! Porque si lo que buscas es tener una tienda profesional y convincente, deberías adaptar estas fichas de producto a tu voz de marca. Juega con ellas y, sin dejar fuera las palabras claves, describe tus artículos de una manera que te resulte natural y convincente.

Tus clientes sabrán distinguir entre una descripción genérica y una escrita especialmente para ellos. ¡Opta por la segunda para conseguir esas ventas!

## 5. Tratar de vender a todo el mundo

Es simplemente imposible caerle bien a todas las personas que conozcas: ¡hasta las marcas más famosas del mundo como Coca-Cola o Apple tienen sus detractores!

Por eso, es imprescindible que, en vez de tratar de agradar a todo el mundo (un error muy común), te centres en enamorar a unas pocas personas: a un [nicho de mercado](#) que conozcas bien.

Si conoces bien a los miembros de tu nicho, sabrás ofrecerles exactamente lo que buscan tanto en diseño como a nivel de producto. ¡Y te será muchísimo más fácil convencerles para que realicen sus compras!

## 6. No trabajar en el diseño de tu web

El aspecto y la navegabilidad de tu web juegan un papel muy importante a la hora de convencer a tus visitantes. De hecho, una buena experiencia de usuario (UX) puede [aumentar hasta un 70% las conversiones](#) de tu página.

Unos consejos básicos que puedes aplicar para mejorar la experiencia de compra en tu negocio son:

- **Ordenar tu catálogo de productos** por categorías (camisetas, sudaderas, ropa de hombre, ropa de mujer...)
- Trabajar en la [velocidad de carga de tu web](#) (subiendo imágenes en formato .JPG, borrando plugins y aplicaciones que no utilices...)
- Asegurarte de añadir solo los banners necesarios (¡menos es más!)
- Facilitar el proceso de pago al máximo posible (no les obligues a registrarse, pide solo la información justa y ofrece un [método de pago](#) en el que confíen)

## 7. No tener prueba social

Seguro que alguna vez, antes de realizar una compra en una página web nueva, has buscado opiniones de otros usuarios acerca de la misma en internet. ¡Y tus clientes querrán hacer lo mismo con tu web!

Si no tienes alguna reseña de clientes que compraran online anteriormente, a tus visitantes les costará decidirse a realizar sus compras. Para solucionar este problema y si aún no has tenido ventas, puedes pedirle a algún amigo que realice un pedido y deje una reseña con foto en tu web.

Y si ya estás empezando a recibir ventas, ofréceles a tus clientes algún incentivo para que te dejen una reseña en tu web o en tus redes sociales: un descuento en futuras compras, ofrecerles la posibilidad de mencionarles en tus redes sociales o incluso aparecer en tus fotos de productos son algunas de las cosas que puedes ofrecerles.

## 8. No tener una estrategia de marketing

Si vas a lanzarte a la aventura, es importante que cuentes con algún tipo de plan para atraer a tus clientes a tu tienda, [convencerles](#) de que realicen sus compras y, finalmente, retenerles.

Una buena manera de empezar con el marketing online de tu negocio, antes incluso de publicar tu tienda, es crearte [cuentas en las redes sociales](#) en las que se mueva tu nicho. Ahí podrás empezar a publicar *sneak peeks* de tus productos y otro contenido que pueda resultarles de interés, utilizando hashtags relevantes.

Una vez te decidas a lanzar tu tienda, puedes ofrecer un descuento exclusivo a tus seguidores ya existentes para que se animen a hacer sus primeras compras.

También puedes utilizar las estrategias de [venta cruzada y upselling](#) en tu tienda y combinarlas con la posibilidad de obtener [gastos de envío gratuito](#) si gastan una cantidad de dinero determinada. Estas estrategias harán que tus compradores añadan aún más productos a sus carritos de la compra, y así tú incrementarás el valor medio de tus pedidos sin mucho esfuerzo.

## 9. No ser claro con tus clientes

A nadie le gustan las sorpresas cuando pones tu dinero de por medio.

Si no han realizado ninguna compra en tu tienda online anteriormente, es más que probable que tus clientes tengan más de una duda acerca de tus políticas de devolución, precios de los envíos o qué hacer en caso de que el pedido se pierda.

Para solventarlas, asegúrate de añadir dos aliados clave a tu página web:

- Una página de [políticas de envío y devolución](#) claras
- Una sección de [preguntas frecuentes](#) adaptada a tu negocio

Hazlas accesibles mediante un enlace en tu menú superior o a pie de página. No te traerán ventas de forma directa, pero seguro que convencerán a más de un cliente.

## 10. No tener una página de contacto

Ya hemos hablado de las dudas de tus clientes y cómo resolverlas directamente en tu tienda. ¿Pero qué pasa si tienen alguna duda que no hayas previsto, o si tienen problemas con sus pedidos? Seguramente en ese caso intentarán contactarte de alguna manera.

Por eso, es importante que ofrezcas en tu web alguna forma de contactar contigo. Puedes hacerlo mediante un formulario, una página de contacto o simplemente con un email a pie de página. También puedes utilizar algún plugin de tu plataforma para conectar los mensajes de tu tienda a tu servicio de mensajería instantánea favorito.

Saber que tienen a alguien a quien dirigirse en caso de tener algún problema les dará un extra de confianza en ti y en tu negocio.

### ¡Te toca!

Cometer estos errores cuando estás empezando es muy fácil, especialmente si no tienes a nadie que te guíe. ¡Pero ya has visto que solucionarlos también es muy sencillo!

Ponte manos a la obra y revisa la siguiente checklist para tener tu negocio a punto:

## Checklist para una tienda online sin tener errores

- ✓ Tener la **web optimizada** para dispositivos móviles
- ✓ Contar con una página **Sobre nosotros**
- ✓ Subir **fotos de producto de alta calidad**
- ✓ Trabajar en las **descripciones de producto** adaptadas a tu voz de marca
- ✓ Vender a un **nicho de mercado específico**
- ✓ Cuidar el **diseño de tu web**
- ✓ Tener un apartado de **prueba social**: reseñas en tu web o tus redes sociales
- ✓ Poner en marcha **tu estrategia de marketing**
- ✓ Tener las páginas de **Políticas de envío y devolución y de Preguntas frecuentes**
- ✓ Contar con una página de **Contacto**