

Guía : Impulsa tus ventas online con Amazon

21/02/2024



La oportunidad de llegar a un público mundial y beneficiarse de la reputación de Amazon hace de este mercado un socio estratégico para los operadores de comercio electrónico que buscan ampliar su alcance y optimizar su presencia en línea. Veamos paso a paso la estructura del mercado y cómo maximizar tus ventas en Amazon.

1 - ADAPTE SU FEED A LOS REQUISITOS ESPECÍFICOS DE AMAZON

Los títulos de los productos desempeñan un papel crucial en la optimización de la visibilidad en línea, y el cumplimiento de las directrices específicas es imperativo:

- Límitese a 80 caracteres, espacios incluidos.
- Evite frases promocionales como "entrega gratuita" o "calidad 100% garantizada" para mantener una descripción clara del producto.
- ¡Evite incorporar caracteres especiales como ~ ! * \$? _ ~ { } # < > | * ; ^ ~. En su lugar, utilice información identificativa del producto, como "botas de montaña" o "paraguas", para ofrecer a los clientes potenciales un contenido relevante e informativo.

Los fotos:

- Representar con precisión el producto en venta.
- Haga coincidir las imágenes con el título del producto.
- El producto debe ocupar al menos el 85% de la imagen.
- Las imágenes no deben superar los 10.000 px en el lado más largo.
- La ropa infantil, los leotardos, la ropa interior y los trajes de baño no deben mostrarse sobre un modelo humano.

Los bullet points:

- Los puntos destacados deben ser claros y concisos. Que no superen los 1.000 caracteres en total (para los 5 bullet points). Menos de 1.000 caracteres facilita la lectura.

La descripción:

- Utilice la descripción del producto para resaltar los detalles del producto que sean menos relevantes. Aunque no todos los clientes leen la descripción del producto, los que lo hacen tienen un gran interés en comprar. No debes utilizar más de 2.000 caracteres.

2 - CONSIDERE EL SERVICIO FULFILMENT BY AMAZON (FBA)

Con FBA, almacenas tus productos en los centros de envío de Amazon y haces que los recojan, empaqueten y envíen desde allí. Y te beneficias de :



- Estatus Prime (17 millones de miembros Prime en DE) y logotipo Prime
- Alto nivel de confianza de los clientes en el envío de Amazon
- Entrega rápida (envío de Amazon y entrega al día siguiente)
- FBA facilita su expansión en Europa
- Mejores condiciones de almacenamiento y envío
- Los productos con estatus Prime ganan la **Buy Box** más a menudo
- Promoción y publicidad gratuitas para tus productos (como el Prime Day)

3 - SELECCIONAR LOS ARTÍCULOS DE AMAZON ADECUADOS

Elija los productos que desea ofrecer en Amazon, basándose en un análisis estratégico de la demanda del mercado y de la competencia. Define una estrategia de ventas sólida, teniendo en cuenta aspectos como la exclusividad del producto y las tendencias actuales del mercado. También puede inspirarse en los productos más vendidos en Amazon: <https://www.amazon.fr/gp/bestsellers>

4 - APLICAR PRECIOS ESTRATÉGICOS Y DINÁMICOS

Vigile a su competencia en Amazon y ajuste sus precios en consecuencia. Para ello, puedes utilizar una herramienta de análisis de precios, como Channel Pilot Pro, para generar precios de mercado y ajustar tus precios en tiempo real.

5 - APÚNTATE A LA BUY BOX DE AMAZON

En Amazon, el Buy Box es el área que contiene la crucial llamada a la acción "Añadir a la cesta". Es importante saberlo, porque el 90% de las transacciones se realizan a través del Buy Box. Amazon utiliza aquí un complejo algoritmo para determinar cuál de los vendedores que compiten por un código EAN específico obtiene esta primera posición.

Factores de influencia más importantes :

Precio competitivo / Condición de proveedor recomendado / Opiniones de clientes / Tasa de retraso en las entregas / Método de cumplimiento / Plazo de entrega / Control de existencias / Calidad de los datos.

6 - UTILIZAR UNA HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE FLUJOS

Un gestor de flujos , o agregador de flujos, simplifica el proceso de todos los pasos necesarios para vender con éxito en Amazon, y en muchos otros mercados.

Channel Pilot Pro, la herramienta de gestión de flujos líder en Alemania, le permite centralizar todas sus actividades de comercio electrónico y automatiza la optimización y gestión de su flujo.

La plataforma está conectada bidireccionalmente a unos 150 marketplaces, como AMAZON. Esta conexión le permite adaptar los datos de sus productos a los requisitos de Amazon. Además, su feed se actualiza automáticamente, los pedidos se retroalimentan en tiempo real, se gestionan los precios y las existencias, y se procesan las cancelaciones y las devoluciones.



El proceso puede parecer un poco largo y complicado. Sin embargo, paso a paso y con la ayuda adecuada, puede conseguir los máximos ingresos. Los expertos de Channel Pilot Solutions estarán encantados de ayudarle en cada paso del camino.



Jose Antonio Jimenez Bisbe

Country Manager - ES.FR.UK

Channel Pilot Solutions

Jose.antonio-jimenez@channelpilot.com