

# 10 importantes razones por las que una estrategia online puede fallar

Publicado en: [Marketing](#)

Te subiste al carro de las nuevas tecnologías, creando una web, completamente una plataforma ecommerce, que mantienes puntualmente actualizada con nuevos los productos. No esperabas hacerte rico de la noche a la mañana, pero sí que paulatinamente tu inversión diera sus frutos, y con el paso del tiempo constituirte en una página de referencia en el sector. Pero ya han pasado varios años, y compruebas con desánimo que tu proyecto sigue sin despegar, tu volumen de ventas no es el que esperabas ¿qué puede estar fallando?

Tu estrategia está basada en unos principios obsoletos, no has vuelto a revisarla desde su creación. El mundo online cambia constantemente y tienes que adaptarte a él. Este medio requiere formación continua, investigación de tendencias y experimentar cosas nuevas cada día.

Actúas a ciegas, sin tener en cuenta la analítica. Si no estudias y extraes conclusiones de los datos obtenidos, difícilmente podrás detectar errores, conocer el comportamiento de tus usuarios ni poder adaptar tu estrategia a las nuevas tendencias.

Tu web es una más del montón, cuyo diseño no ha variado desde su creación, y por ende descuida la usabilidad. Con este panorama, difícilmente podrás posicionarte en el mercado. Sorprende a tus usuarios con un diseño actualizado, realiza pruebas A/B testing, revisa que el proceso de compra sea rápido, fácil y cómodo para los usuarios.

No has definido a tu público objetivo. Tu pretensión es la de vender a cuanta más gente mejor; eso está bien, pero has de concretar un poco más. Estudia tu audiencia y describe las características sociodemográficas que lo definen. Una vez sepas qué gustos y preferencias tienes, podrás enfocar tu estrategia. Destaca los productos por los que sientan mayor preferencia, adapta tu política de precios, utiliza las vías de comunicación que prefieran.

Tu estrategia de contenidos brilla por su ausencia. Tu web no presenta contenido relevante, apenas cuenta con descripciones sobre los productos. Dotar a tu web de contenido fresco, dinámico y en formatos atractivos, constituye hoy día un valor añadido para los usuarios. Facíltales su consumo, utilizando contenido meramente visual, de ahí el gran éxito de las infografías y el videomarketing.

En tu estrategia, la marca está por encima de todas las cosas, es el centro de atención. Pues no, ha habido un traspaso de poder, actualmente es el cliente el protagonista indiscutible, quien tiene voz y voto. Consciente de ello, no duda en ejercer su poder sobre sus congéneres, extendiendo su

influencia por toda la red.

Los objetivos planteados son demasiado amplios. Conceptos como “aumentar tu presencia online” realmente no dice nada; en su lugar podría ser algo como “conseguir un 30% más de menciones de la marca”. Establece objetivos concretos, acompañadas de pautas de actuación dirigidas a conseguirlos. Dirige tus esfuerzos hacia puntos determinados, no desperdicies tus esfuerzos poniendo en marcha acciones aisladas sin orden ni concierto.

Infravaloras el poder del Social Media. Los 900 millones de usuarios de Facebook no pueden estar equivocados. Las redes sociales constituyen hoy día el hábitat natural de interacción entre las marcas y sus usuarios. Diseña una estrategia de actuación en este medio y sumérgete con decisión. Tus clientes ya están allí, que no se sientan ignorados, diseña acciones a su medida y únete activamente a la conversación.

SEO, Social Media y Marketing viven en mundos separados. Craso error. Todos estos elementos deben trabajar juntos, aunando esfuerzos para lograr un fin común. Cada uno cubre una importante faceta, se complementan a la perfección. La tendencia actual hacia la web semántica hace necesaria la interrelación y el trabajo en equipo.

Te has olvidado de los dispositivos móviles. España es el país que cuenta con un mayor alcance de penetración de smartphone. Uno de sus usos principales es el de la búsqueda de información activa sobre productos. El 56% de los usuarios espera que las marcas cuenten con una web adaptada a estos terminales. Te estás perdiendo un gran trozo de pastel.

Si tu estrategia cumple todos o varios puntos de esta lista, plantéate seriamente un cambio radical y ten en cuenta las pautas aportadas. Existen muchos otros errores que habitualmente se comenten en el medio online ¿cuáles destacarías?