

Analítica digital para ecommerce

@pablomoratinos



WORDCAMP
GRIÑÓN

Lo que no se mide, no se puede mejorar.

#WCGriñón

WORDCAMP
GRIGNÓN

*Lo que no se define, no se puede medir.
Lo que no se mide, no se puede mejorar.
Lo que no se mejora, se degrada siempre.*

William Thomson, lord Kelvin (1824-1907)

#WCGriñón

WORDCAMP
GRIÑÓN

***La radio no tiene futuro.
Los rayos X resultarán una farsa.
Las máquinas voladoras más pesadas que
el aire son imposibles.”***

William Thomson, lord Kelvin (1824-1907)

#WCGriñón

 **WORDCAMP**
GRIÑÓN

*Las organizaciones basadas en datos tienen **23 veces más** probabilidades de adquirir clientes, **6 veces más** de retenerlos y **19 veces más** probabilidades de ser rentables.*

¿Cómo y qué medir en un ecommerce?

#WCGriñón

 **WORDCAMP**
GRIÓN

DEPENDE



#WCGriñón



WORDCAMP
GRIGNÓN

¿Dónde está tu ecommerce?

RECOMENDACIÓN

Transforma tus clientes en prescriptores

4

1

LANZAMIENTO

Necesitas tráfico web y que la gente te conozca

3

2

Consigue que tus clientes repitan o gasten más

FIDELIZACIÓN

Debes transformar tus visitas en clientes

CONVERSIÓN

Funnel o embudo de conversión



#WCGriñón

WORDCAMP
GRIÓN

Funnel o embudo de conversión



¿Cuál es la métrica más importante?

rentabilidad

¿Ganas lo suficiente con tu ecommerce
respecto a los gastos que requiere?

#WCGriñón

 **WORDCAMP**
GRÑÓN

Pero... ¿qué más debo medir?

% conversión

$(\text{n}^\circ \text{ de ventas} / \text{Total de Sesiones (o Usuarios)}) * 100$

#WCGriñón

WORDCAMP
GRIÑÓN

Por ejemplo

1,5%

Si necesito 2000 sesiones para conseguir 30 ventas:
 $(30 / 2000) * 100 = 1,5\%$

#WCGriñón

WORDCAMP
GRIÑÓN

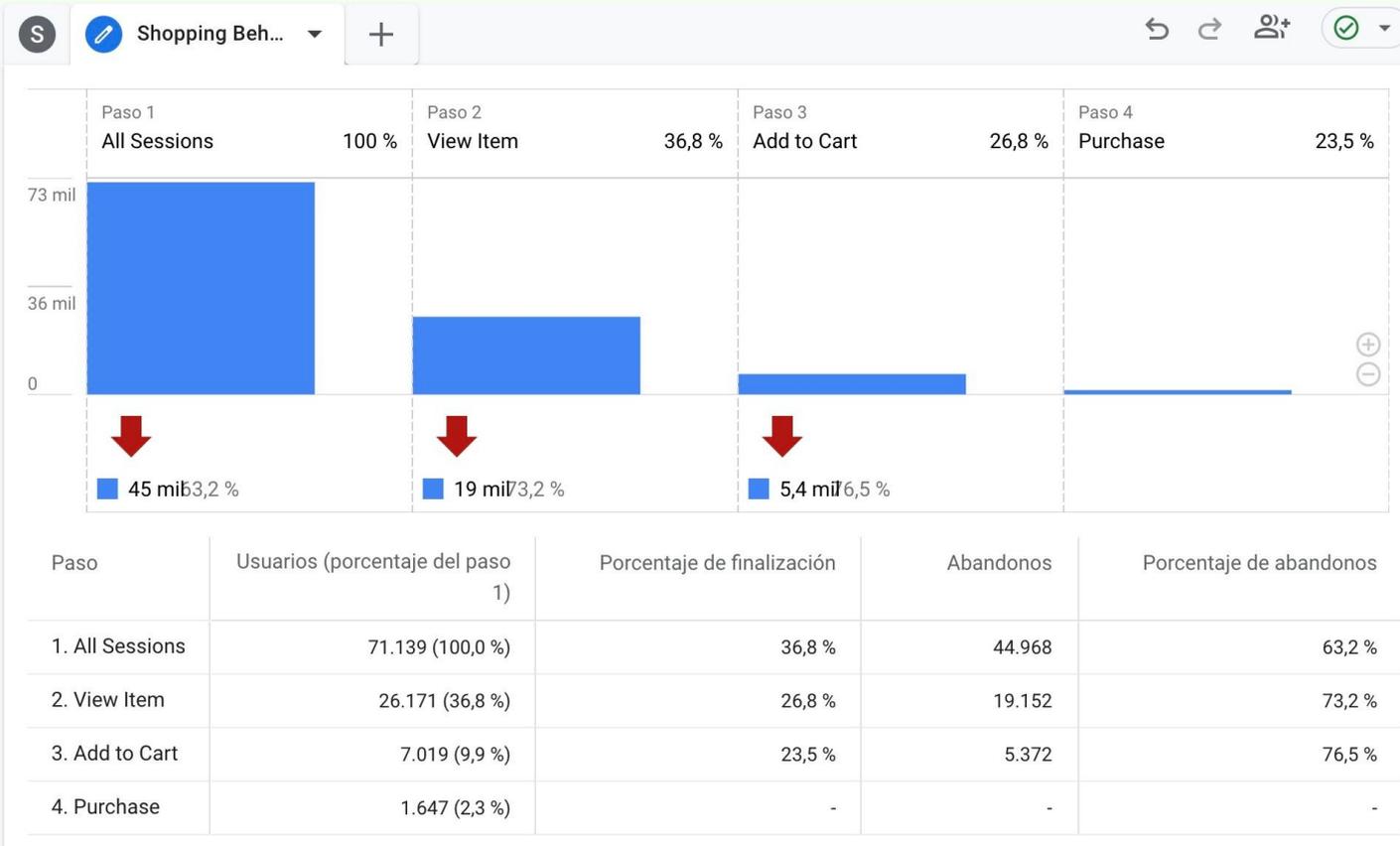
¿Cómo lo mide la gente?

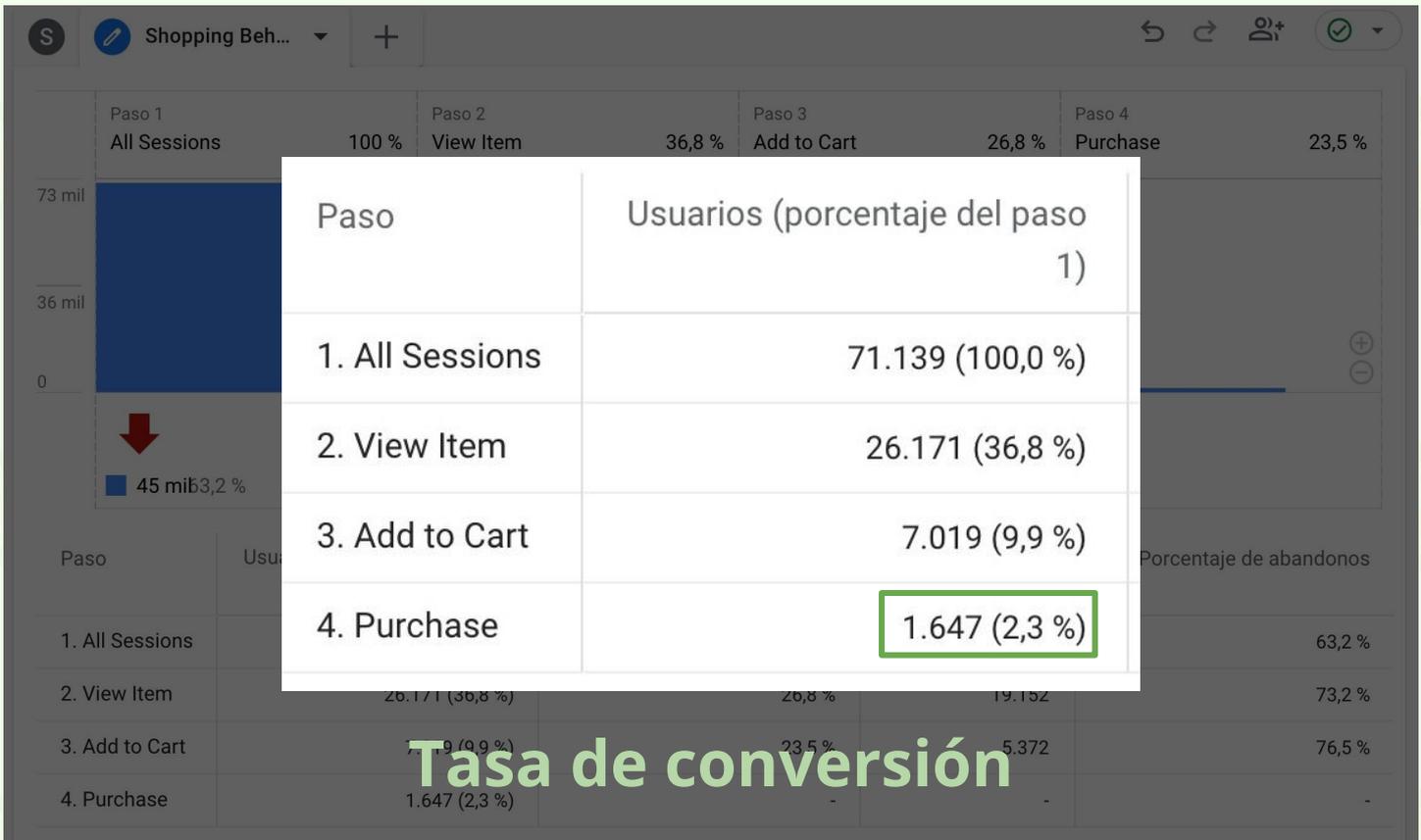
98%



#WCGriñón

WORDCAMP
GRIÑÓN





Tasa de conversión

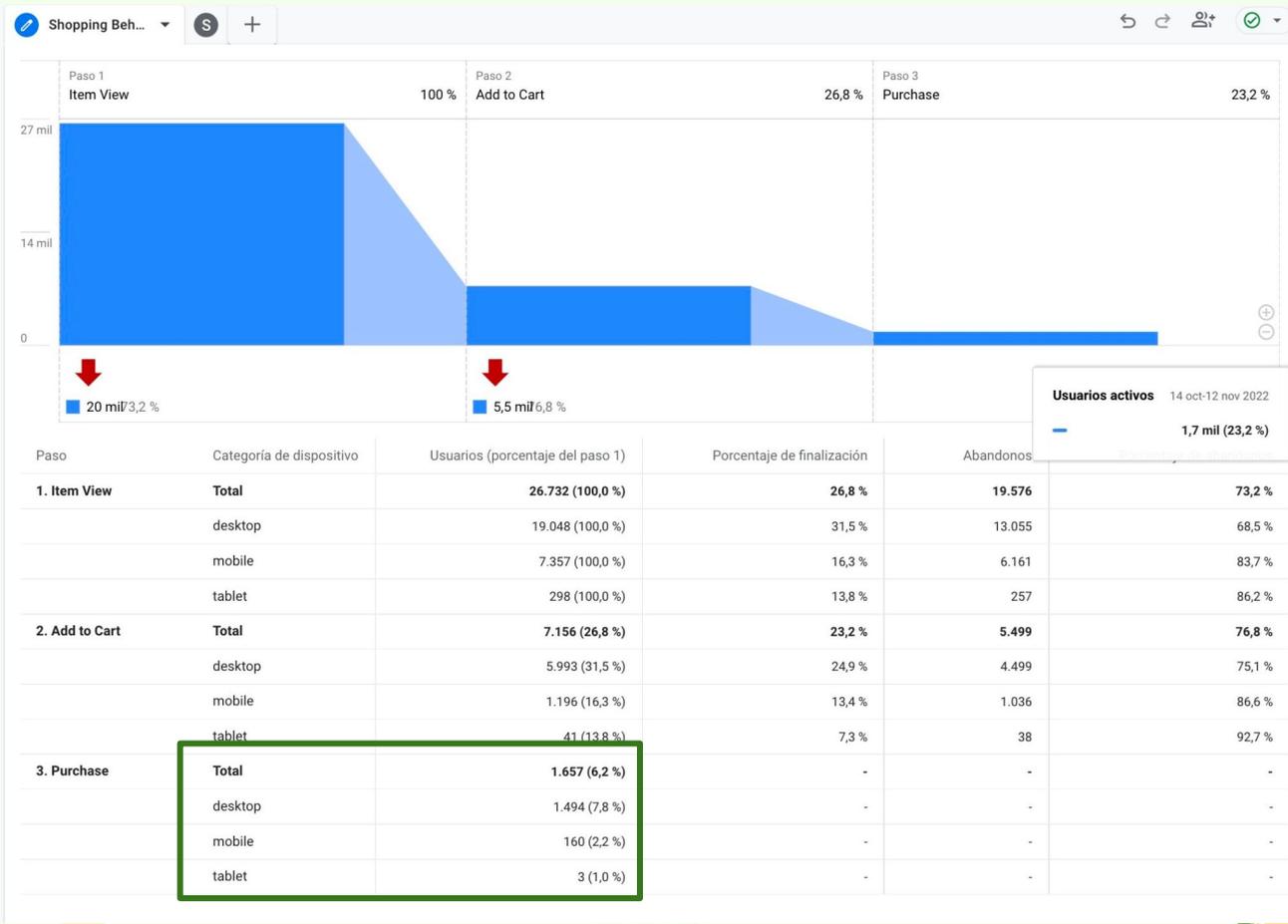
¿Tiene sentido una métrica global?

NO

Siempre hay que segmentarla
para extraer conclusiones

#WCGriñón

WORDCAMP
GRÑÓN



¿Cómo sé si mi tasa de conversión es buena?

#WCGriñón

WORDCAMP
GRIÑÓN

Conversión media de ecommerce en España 2021

1,29%

[Estudio anual de Conversión en Negocios Digitales 2022 - Flat 101](#)

#WCGriñón



WORDCAMP
GRÑÓN

Conversión media por canales

Orgánico	Referral	Paid Search	Social	Direct	Email	Display
1,21%	5,41%	1,22%	1,21%	1,65%	2,81%	0,44%

[Estudio anual de Conversión en Negocios Digitales 2022 - Flat 101](#)

#WCGriñón



WORDCAMP
GRIÓN

Conversión media por tipo de usuario

Usuario nuevo	Usuario recurrente
0,74%	2,32%

Los recurrentes convierten un 211% más que los nuevos.

[Estudio anual de Conversión en Negocios Digitales 2022 - Flat 101](#)

#WCGriñón

 **WORDCAMP**
GRIÑÓN

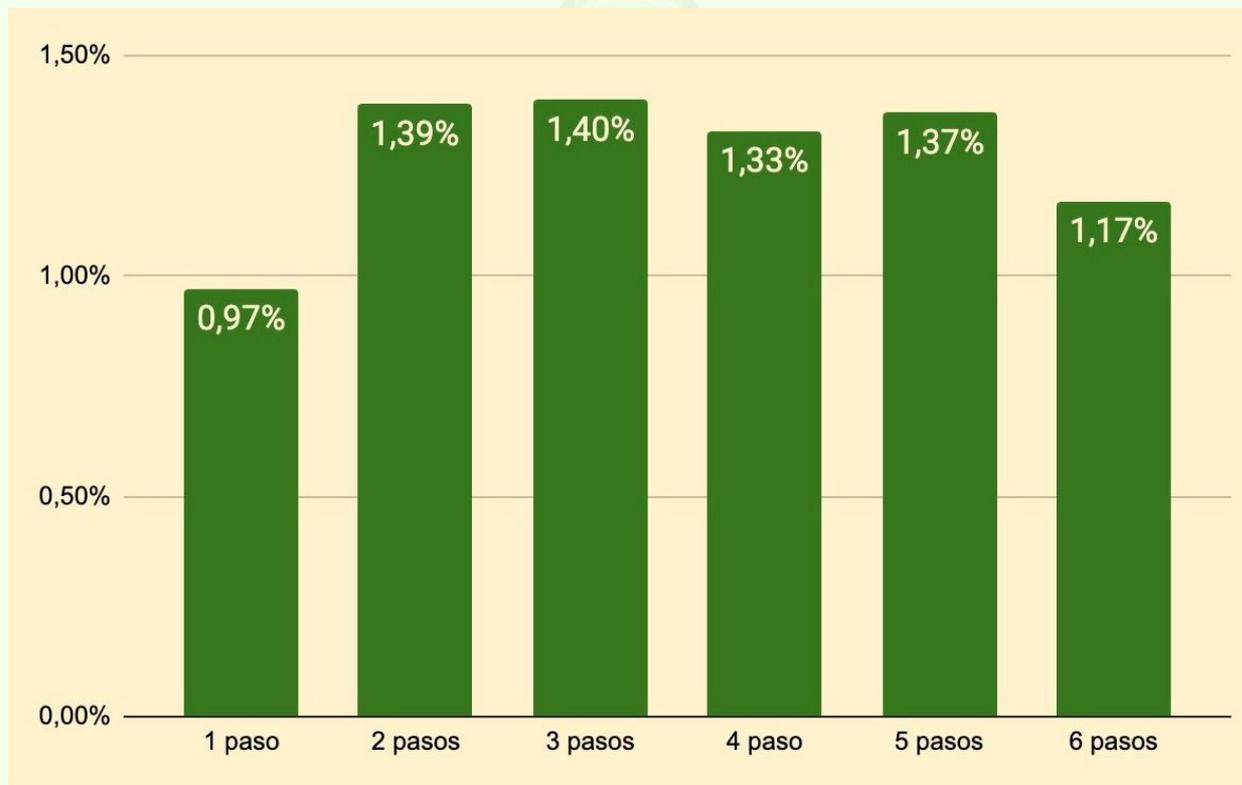
Conversión media por sector y dispositivo

Sector	% Conversión Global	% Conversión Desktop	% Conversión Mobile	% Conversión Tablet
Alimentación	3,06%	8,62%	1,65%	6,08%
Deporte	2,42%	4,78%	1,82%	2,30%
Educación	0,09%	0,08%	0,11%	0,13%
Equipos informáticos y electrónica	0,94%	1,74%	0,67%	0,81%
Ferretería y jardinería	4,16%	6,48%	3,41%	3,39%
Food Delivery	15,88%	31,28%	13,23%	22,27%
Hogar y decoración	0,69%	1,72%	0,42%	0,67%
Joyería y complementos	0,15%	0,22%	0,13%	0,04%
Moda	1,52%	2,61%	1,41%	1,79%
Ocio y tiempo libre	2,53%	3,97%	2,04%	2,24%
ONG	0,74%	1,03%	0,53%	0,66%
Otros	1,13%	1,93%	0,75%	0,92%
Parafarmacia	2,46%	4,68%	1,86%	2,37%
Proveedor de servicios	0,11%	0,24%	0,06%	0,10%
Regalos y fiestas	0,06%	0,11%	0,03%	0,17%
Salud y belleza	1,62%	3,39%	1,16%	1,74%
Seguros	0,06%	0,11%	0,04%	0,04%
Viajes	1,40%	3,41%	0,51%	1,21%
% Conversión Ponderado	1,306%	2,664%	0,962%	1,414%

Conversión media por día de la semana



Conversión media por pasos del checkout



**Pero... ¿qué pasa
antes de convertir?**

#WCGriñón

**WORDCAMP
GRIÑÓN**

Media Add to cart

5,81%

[Estudio anual de Conversión en Negocios Digitales 2022 - Flat 101](#)

#WCGriñón

 **WORDCAMP**
GRUPO

Media Add to cart por sectores en España

Sector	Media de AddToCart
Alimentación	6,74%
Deporte	6,30%
Educación	1,62%
Equipos informáticos y electrónica	3,39%
Ferretería y Jardinería	11,33%
Food Delivery	15,99%
Hogar y decoración	3,16%
Joyería y complementos	5,69%
Moda	8,37%
Ocio y tiempo libre	6,29%
Otros	2,80%
Parafarmacia	10,01%
Proveedor de servicios	9,54%
Salud y belleza	5,59%
Seguros	4,46%
Viajes	6,41%
Media acotada AddToCart	5.81%

¿Qué métricas me ayudarán a ser un jefeazo del ecommerce?



7 métricas clave

- Rentabilidad
- Tasa de conversión (en todos sus segmentos)
- Valor medio del pedido
- Frecuencia de compra
- Coste de Adquisición de un cliente (CAC)
- Valor del ciclo de vida del cliente (CLTV)
- Satisfacción del cliente (NPS)

¿Eso es todo?



#WCGriñón



WORDCAMP
GRÑÓN

One more thing...





#WCGriñón



WORDCAMP
GRIÑÓN

WordCamp Grinón

MADRID

E-Commerce, Marketing y Networking

[Talleres – Viernes 18 – Gratis](#)

[🛒 Congreso – WordCamp Sábado 19](#)

Pablo Moratinos

Consultor de Marketing online, UX y Análítica Web

UX y experimentación en WordPress

4 noviembre, 2022 por Pablo



Sígueme en twitter:

[@pablomoratinos](#)

Utilizamos cookies para darte la mejor experiencia en nuestra web y medir el tráfico. Puedes [informarte más](#) sobre qué cookies estamos utilizando o [desactivarlas](#).



Aceptar

Acabo de escribir un libro

No Cookies = No data?

#WCGriñón

WORDCAMP
GRIÑÓN

*Lo que no se **define**, no se puede medir.
Lo que no se **mide**, no se puede mejorar.
Lo que no se **mejora**, se degrada siempre.*

William Thomson, lord Kelvin (1824-1907)

#WCGriñón

WORDCAMP
GRIÑÓN

PABLO MORATINOS



Embajador de marca de **Raiola Networks**



Growth Data Lead en **Product Hackers**

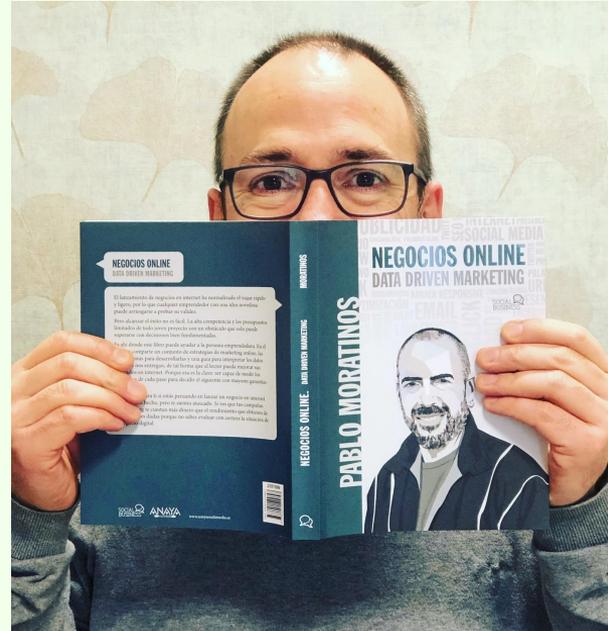


Profe en **3ymedia School**



Co-Maquinista en **Un Billete a Chattanooga**

@pablomoratinos



#WCGriñón



WORDCAMP
GRIÑÓN

39