

Caso práctico: Tienda de cervezas artesanas online

 **Cómo una tienda de cervezas online aumentó un 30% sus ventas afinando su estrategia de conversión**

1. Contexto inicial

Una tienda online especializada en cervezas artesanas tenía un catálogo extenso y productos de alta calidad, pero su tasa de conversión no reflejaba el potencial de su marca.

A pesar de tener tráfico estable, muchos usuarios abandonaban sin comprar o no repetían pedido.

2. Objetivo principal

Mejorar la tasa de conversión y la experiencia de compra, adaptando la tienda al perfil del comprador especializado en cerveza.

Además, aumentar el rendimiento de la newsletter como canal de fidelización.

3. Acciones clave y estrategia aplicada

- **Navegación centrada en el usuario**
Reorganización de menús por estilos de cerveza, adaptados a la lógica de compra del consumidor cervecero experto.
- **Optimización de fichas de producto**
 - Se destacó información clave como marca, estilo y país de origen.
 - Se eliminó contenido redundante que generaba confusión.
 - Se cambió el color del precio de rojo a verde, generando más confianza y claridad visual.
- **Imágenes con más impacto**
Sustitución por versiones con la cerveza servida en vaso, lo que mejoró el CTR desde las categorías.
- **Recomendaciones inteligentes**
Sugerencias de productos relacionados según el carrito y compras anteriores.
- **Email marketing optimizado**

- Limpieza de base de datos
 - Mejora de diseños visuales
 - Priorización de productos destacados
 - Segmentación por tipo de comprador
-

4. Herramientas utilizadas

- **VWO (Visual Website Optimizer)**
Para pruebas A/B en estructura de producto, recomendaciones y colores.
 - **Mailchimp**
Para diseño, automatización y optimización de campañas.
-

5. Resultados

- 📊 Aumento del **30% en ventas totales**
 - 💡 Mejora del **25% en la tasa de conversión**
 - 📧 La tasa de apertura de newsletters pasó del 20% al **42%**
 - 🛒 **+15% de ticket medio**, gracias a recomendaciones cruzadas
 - 🗣️ Mejor feedback de clientes: **menos rebote y más tiempo en sitio**
-

Conclusión

Una combinación de ajustes visuales, UX, contenido y automatización generó un crecimiento sostenido sin necesidad de grandes campañas publicitarias.

Pequeñas mejoras estratégicas, medidas y ejecutadas con foco en el usuario, marcaron una gran diferencia.

👉 ¿Quieres analizar tu ecommerce desde una mirada estratégica y con foco en resultados?

[Hablemos.](#)