

# COM DIRIGIR TRÀNSIT A LA TEVA



**BOTIGA  
ONLINE**



OLEOSHOP

# Com dirigir tràfic a la teva botiga online

**Atrau el tràfic que et mereixes, ven més i posiciona millor**

Aixecar la persiana i esperar que els clients entrin no funciona en eCommerce: has de saber on és el teu públic, anar a buscar-lo i atreure'l al teu site. Obtenir un tràfic voluminós i de qualitat incrementa les teves opcions de venda, i de pas millora el teu posicionament orgànic.

## **En aquest eBook trobaràs:**

- 9 accions clau per dirigir tràfic a la teva botiga online
- Continguts addicionals amb els què reforçaràs la comprensió de conceptes

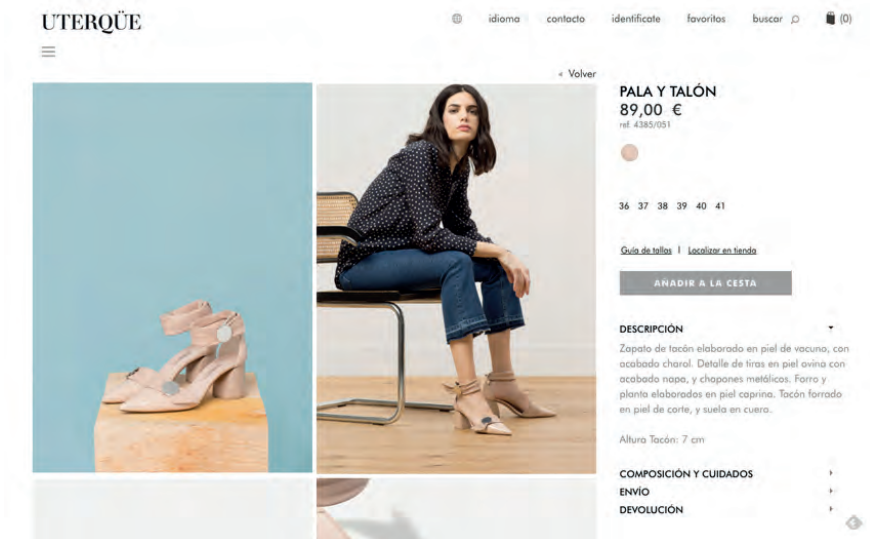
A Internet, el concepte d' "obrir la persiana" i esperar que entrin els clients no serveix: has de **buscar-los, trobar-los i atreure'ls** a la botiga online.

Els teus potencials clients **poden estar dispersos** en una infinitat de webs i tenir **hàbits de navegació** molt diferents. Per això, has de determinar el següent:

- Definir **en quines webs** es troben la majoria dels teus usuaris, per així optimitzar els teus esforços per captar-los.
- Combinar **diverses accions i estratègies** amb l'objectiu d'arribar a públics amb **comportaments de navegació diferents** però igualment interessats en el teu producte. Ex: públics de diferents edats o de diferents gèneres.

El següent pas serà definir **quines accions poses en pràctica** per dirigir tràfic a la teva botiga online. Nosaltres et proposem un total **de 9 tàctiques de provada eficàcia**.

## #1 – Escriu contingut de qualitat (més enllà de les teves fitxes de producte)



El **contingut original i de qualitat**, com per exemple el que puguis escriure en un blog de marca, és contingut que t'ajuda tant de cara al teu públic com de cara a Google.

Si escrius bé, el que dius té interès, aporta valor als teus usuaris i serveix per demostrar-los que ets un expert en la teva matèria, **la teva reputació de marca millorarà**.

A més, els teus usuaris compartiran aquest contingut i **confiaran en la teva marca** més que en d'altres a l'hora de comprar els productes que vens. Per no dir que probablement influeixin al teu favor en les decisions de compra dels seus amics i familiars.

D'altra banda, el bon contingut –ben escrit, rellevant i de valor– publicat amb freqüència és **una de les millors accions de SEO** que pots fer. Google adora les webs que li proporcionen bon contingut amb regularitat i les afavoreix en els resultats de cerca.

Escriure bones fitxes de producte està genial, no deixis de fer-ho. Però intenta també **crear contingut més enllà de la botiga online** (o pagar algú perquè l'escrigui per tu). Els beneficis que obtindràs a mig i llarg termini superen amb escreix el cost de fer-ho.

## #2 – Optimitza el teu contingut per treballar keywords

Una bona feina de continguts no comença amb un post o una fitxa de producte, sinó amb un **keyword research**. Aquí t'**explicàvem en què consistia i per què era important**, per si vols repassar-ho.

Dins de les keywords seleccionades com interessants per al teu negoci, n'hi haurà amb un **nivell molt elevat de dificultat**.

És a dir, seran keywords amb un **alt volum de cerques** per part dels usuaris, i per tant molt interessants a nivell de visibilitat i tràfic. Però també **molt competides**, és a dir, que tots o gairebé tots els teus competidors les estaran treballant, i per tant **el teu potencial de visibilitat serà menor** amb el mateix volum de feina.

Aquestes keywords no donen de menjar a curt o mig termini, però treballar-les juntament amb **les keywords de dificultat mitjana** és importantíssim a llarg termini.

Amb perseverança i feina ben feta, al cap d'un temps pots acabar posicionant-te bé per **les keywords més competides** i, per tant, acabar dirigint moltíssim tràfic de qualitat a la teva botiga online.

Menció a part mereixen les **keywords de long tail**. Aquest tipus de keywords tenen un volum de cerques relativament baix, però són cerques **molt enfocades a la conversió**.

A primera vista no semblen interessants pel seu baix volum de cerques, però a llarg termini pot ser clau que la teva botiga estigui ben posicionada segons aquestes paraules clau perquè **el seu potencial de conversió és molt superior** al de la resta de keywords.

# Oleoshop Ràdio,

el nou canal de podcast **#ecommerce**

Descobreix Oleoshop RADIO, un nou canal dedicat al ecommerce i al marketing online amb articles, casos d'èxit, entrevistes, consells i trucs perquè puguis aprendre i aplicar-los a la teva botiga online.

Estarem amb tú cada setmana a Itunes, Soundcloud i Ivox.

I si vols molt més, tens centenars d'articles, guies i ebooks totalment GRATIS a la nostra pàgina web: [www.oleoshop.com](http://www.oleoshop.com)



OLEOSHOP  
RADIO



*la teva plataforma ecommerce*



### #3 – Fes servir l'email marketing (i fes que subscriure-s'hi sigui fàcil)

L'email marketing continua sent un dels aliats més eficaços de les botigues online, ja que és una eina estupenda tant per comunicar-se amb els clients com per **dirigir tràfic a la botiga**.

L'email marketing et permet:

- Segmentar
- Testejar diferents tipus de missatges
- Establir una comunicació molt propera amb els teus clients
- Oferir-los descomptes i promocions exclusives

I per descomptat dirigir **molt més tràfic** a la teva botiga online del que aconseguiries només amb SEO i presència en xarxes socials.

Però el més important és que el tràfic obtingut arran de l'email marketing és **tràfic d'alta qualitat**.

Tingues en compte que els usuaris de la teva llista de correu són usuaris **ja interessats en la teva marca i en els productes que vens**: t'han regalat el seu correu perquè ja tenen intenció de comprar-te i només esperen que **els convencis** amb les teves novetats, promocions i ofertes.

Això és un enorme avantatge respecte del tràfic que puguis obtenir per altres mitjans, i per això et convé treure-li partit. Així que no abandonis l'email marketing i **fes que subscriure's al teu newsletter sigui facilíssim**.

## #4 – Utilitza Pinterest

Si el teu negoci és afí a aquesta xarxa social, és a dir, té un component visual important que pot ser decisiu a l'hora de dirigir tràfic a la teva botiga online i convertir, no ho dubtis, **has d'estar a Pinterest!**

Aquesta xarxa social és actualment **la 2<sup>a</sup> que més tràfic dirigeix després de Facebook**. I encara que estar present a Pinterest suposa una considerable càrrega de treball, la veritat és que la **quantitat de visites que s'hi generen és impressionant**.

A més, Pinterest no només et servirà per dirigir tràfic a la teva botiga online: és també la millor eina de **difusió viral i de millora de la reputació de marca**.

Aquests són els **tipus de taulers de Pinterest que més tràfic i vendes** poden ajudar-te a generar. I amb els **pines detallados** aconseguiràs convertir el teu compte de Pinterest en **una segona versió de la botiga online**.





## #5 – Difon la teva activitat diària en xarxes socials

A més de Pinterest, en general és bona idea estar present com a marca en diverses xarxes socials per captar així a públics amb hàbits de navegació diferents però interessats tots ells en el teu negoci.

Com dèiem més amunt, **Facebook és la xarxa social que més tràfic dirigeix** cap a altres webs, seguida de Pinterest. Però avui dia tens moltes altres xarxes socials entre les que triar: Google+, LinkedIn, Instagram, Twitter, Snapchat, Youtube... Fins i tot pots valorar estar present a Whatsapp com a canal directe d'atenció al client.

Només has de determinar quines xarxes socials van amb la teva marca i quina faceta de la teva personalitat de marca vols exercir en cadascuna d'elles. I a partir d'aquí construir missatges a mida del perfil d'usuari de cada xarxa social.

Per si et serveix d'ajuda, [aquestes són les xarxes socials més importants.](#)

## #6 – Contracta publicitat PPC en cercadors i xarxes socials

Sol ser bona idea complementar la feina de SEO, continguts i difusió en xarxes socials amb la **contractació de publicitat** per dirigir tràfic a la teva botiga online.

Dins de la publicitat digital, és convenient considerar tant la publicitat en cercadors com la publicitat en xarxes socials.

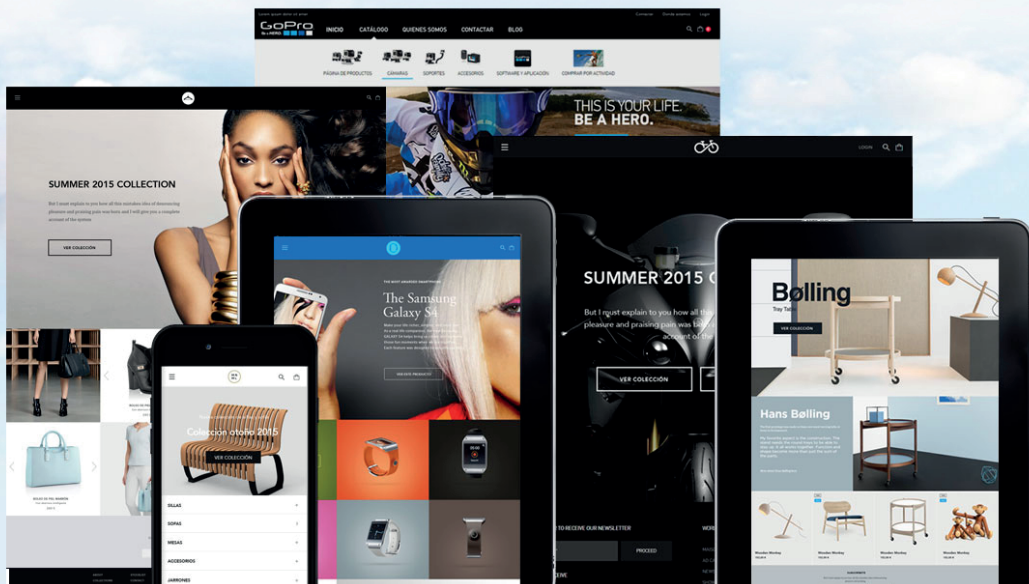
La **publicitat en cercadors** funciona mitjançant un **sistema de pagament per clic**. I depenent del sector pot resultar cara. Fins al punt que si ets un negoci petit i el cost per clic és molt elevat, potser no puguis permetre't la inversió necessària per fer una campanya efectiva.



# Crea la teva botiga online ara

Tot el que necessites per a vendre a internet

COMENÇAR LA PROVA GRATIS



“La plataforma és molt fàcil de fer servir,  
fins i tot per a algú que no domini  
el tema”

Belén de [www.aixo.es](http://www.aixo.es)

“Elegimos Oleoshop, por la funcionalidad  
y la facilidad de gestión y el resultado ha  
sido superior a las expectativas”

Toni Aragón de [www.aragaza.com](http://www.aragaza.com)



la teva plataforma e-commerce

Però no ho descartis d'entrada. **Determina un cost per clic que et resulti rendible** i a partir d'aquí intenta invertir en PPC el que puguis permetre't.

Com a complement i/o alternativa a Google Adwords, tens **la publicitat en xarxes socials**, més barata i que combina sistemes de pagament segons criteris diferents (per clic, per abast o visibilitat, per "m'agrada", etc.).

Aquest tipus de publicitat et permet **segmentar molt les teves audiències** i crear missatges publicitaris molt a mida, a més de permetre't combinar **diversos formats publicitaris**.

Et recomanem que no et quedis només amb la publicitat a Facebook. Avui dia també pots publicitar-te a **Twitter, Instagram i Pinterest**, recaptant així tràfic de característiques diferents.

## #7 – Practica el màrqueting d'afiliació amb bloggers i influencers

Una bona manera de dirigir tràfic a la teva botiga online **és captar part del tràfic d'altres webs rellevants** o amb moltes visites.

En aquest sentit, hauries de tenir al radar quins són **els blogs i influencers** més importants del teu sector, i mirar d'aproximar-los per posar en pràctica **accions conjuntes de màrqueting d'afiliació**.

Una bona pràctica és aconseguir que els teus productes apareguin **referits i enllaçats en un post** sobre un tema afí a aquests productes, de manera que si aquests enllaços generen vendes, el blog s'emporti una comissió.

Si el blog té moltes visites i una gran reputació, és possible que no es conformi amb obtenir un percentatge sobre la venda i sol·liciti també un **preu de sortida** únicament per posar l'enllaç.



Una altra pràctica habitual és **inserir publicitat** al blog que ens interessa, també a canvi d'una comissió sobre les vendes generades per aquest enllaç.

En qualsevol cas, si decideixes aliar-te amb un blogger o influencer, és important que **exigeixis dades fiables sobre visites, qualitat del lloc i d'altres** per evitar invertir recursos en el lloc equivocats.

No val amb que les dades "te les digui" el blogger en qüestió: fes servir eines com **BuzzSumo** per saber **quant es comparteix el contingut**, mira en quina posició del rànquing d'Alexa està el blog, i **demana dades reals** directament capturades d'Analytics i Jetpack.

Pren nota de **l'estratègia que va adoptar Akira Còmics a l'hora d'aliar-se amb Youtubers i influencers** del seu sector.

## #8 – No li tinguis por al linkbuilding

És sabut que els backlinks són **un dels paràmetres que més autoritat aporten** a qualsevol web, la qual cosa sol implicar una millora del posicionament d'aquesta web en els resultats de cerca.

Però no val qualsevol backlink: els enllaços apuntant a la teva pàgina han de procedir de **webs de qualitat i amb autoritat** per si mateixes, i el teu mapa de backlinks ha de ser **natural**.

Si compleixes amb aquestes condicions, pots desenvolupar sense problema una estratègia de linkbuilding que inclogui **compra d'enllaços** sense resultar fraudulent.



L'important és que et posis en mans d'un professional del white hat SEO i fugis de tot el que faci olor de feina barata amb resultats ràpids.

Una correcta estratègia de linkbuilding pot arribar a dirigir **una gran quantitat de tràfic** a la teva botiga online. Tràfic procedent tant de les pàgines en què apareixen els teus enllaços com de Google, ja que en principi i si està ben fet, el **linkbuilding millorarà també el teu posicionament**, i per tant, la teva visibilitat, el teu tràfic i les teves probabilitats de conversió.

En una bona estratègia de linkbuilding hi ha professionals del SEO:

- Escollint **acuradament** els sites als quals se sol·licita la compra de l'enllaç.
- Demanant a aquests sites **una sèrie de condicions**, com la inclusió de qualsevol link des de l'anchor escollit i des de posts que tractin sobre certs temes.
- I afegint backlinks amb una **frequència d'acord amb la corba natural del site**, una frequència que acostuma a ser més aviat moderada.

Si segueixes aquesta estratègia i tens la paciència de fer-la durant uns mesos, veuràs que dirigir tràfic a la botiga online mitjançant linkbuilding és **possible i a més eficaç**. Per si et queden dubtes, repassa **com fer linkbuilding de manera legítima i efectiva**

## #9 – Difon contingut propi a agregadors i comunitats

Tal com t'explicàvem en la **nostra sèrie sobre contingut per compartir**, els agregadors de contingut i webs de comunitats –com **Reddit**– són plenes d'usuaris que busquen contingut aliè per a "**curar-lo**" i **compartir-lo** en els seus propis perfils socials.

Una bona idea per dirigir tràfic a la teva botiga online és crear **contingut propi en el qual la teva marca pugui identificar-se**, com a material gràfic, **infografies** o vídeos, i compartir-lo en aquest tipus de webs.

Amb això aconseguiràs accedir a una **comunitat molt àmplia** d'usuaris que no et coneixen, que estan **interessats en el teu sector** però que no necessàriament coneixen la teva marca, i que, fins i tot sense conèixer-te, poden ajudar-te a difondre-la per mitjans inusuals compartint el teu contingut original.

Posa en pràctica aquestes accions i veuràs com **el teu tràfic augmenta dramàticament**. Estàs preparat per veure com pugen les visites?