



Lista de verificación de confianza en la tienda de Shopify

Una nueva investigación muestra lo que les importa a los clientes cuando compran en línea.

¿Qué es la lista de verificación de confianza en la tienda online?

El equipo de investigación de Shopify realizó una serie de entrevistas detalladas con compradores norteamericanos para aprender cómo se establece la confianza del cliente en las tiendas online. Esta lista de verificación es un resumen de sus hallazgos y se creó para ayudar a los dueños de negocios a comprender qué aspectos esenciales de su experiencia en las tiendas online generan confianza en los clientes, y qué errores la afectan.

¿Cómo usar esta lista de verificación?

Esta lista de verificación se divide en cinco áreas que abarcan la compra completa. Cada afirmación se clasifica según su impacto en la creación de confianza:

Debe tener

Crucial para la confianza del cliente

Debería tener

Importante pero no crucial para la confianza del cliente

Podría tener

Deseable pero menos importante para la confianza del cliente

1. Logra una excelente primera impresión con tu página de inicio

Objetivo: Crea una página de inicio que invite a los clientes a quedarse y mirar, y que establezca de qué se trata tu tienda con tan solo un vistazo.

Debe tener

- El contenido debe tener [fotografía de alta calidad](#) y textos sin errores.
- El diseño debe ser limpio y ordenado (importante para los compradores norteamericanos).
- La navegación por categorías es fácil de usar en todos los dispositivos

Debería tener

- Los nombres de categoría en tu navegación son claros y fáciles de discernir (por ejemplo, Tienda, Mujeres, Hombres, Quiénes somos, Contacto, etc.)
- Si [vendes internacionalmente](#), el contenido se traduce al idioma del comprador y los precios se expresan en su moneda local.

Podría tener

- Todas las páginas de tu tienda se cargan rápidamente sin ningún error (los compradores generalmente solo notan cuando las páginas son lentas o están rotas)

2. Pon la información esencial de forma visible

Objetivo: Haz que la información del producto sea fácil de descubrir con páginas detalladas de producto, resultados de búsqueda precisos y páginas de colección.

Debe tener

- Se puede encontrar una variedad de fotos de productos en cada página de producto.
- La [descripción del producto](#) se divide en distintas secciones para facilitar la lectura.
- Cada página de producto incluye un formulario de correo electrónico "De nuevo en existencia" para productos agotados.
- Cuando corresponda, la página del producto contiene una tabla de tallas, preferiblemente con conversiones.
- La página del producto contiene reseñas recientes de los productos.

Debería tener

- Las tiendas con más de 50 productos tienen filtros presentes en las colecciones de productos y en las páginas de resultados de búsqueda.
- La [política de devolución](#) y la información de envío se incluyen en la página del producto.

Podría tener

- Un video del producto incluido en la página del producto.
- Solo para escritorio: una opción de "vista rápida" en colecciones que permite a los clientes ver el producto sin abrir la página del producto.

3. Cuéntales a tus clientes sobre tu negocio

Objetivo: Comparte la historia de tu marca y por qué iniciaste el negocio.

Debe tener

- La tienda tiene una [página Quiénes somos](#) y una [página de Contacto](#).
- La página de contacto incluye un número de teléfono.
- Una historia detallada de la marca incluida en la página Quiénes somos

Debería tener

- Un correo electrónico profesional asociado con el dominio de la tienda (por ejemplo, info@tutienda.com y no tutienda@outlook.com).
- Una opción para contactar a servicio al cliente a través de un [chat en vivo](#).

Podría tener

- Cuando corresponda, la dirección de la ubicación física del comerciante en la página de contacto.

4. Muestra clientes satisfechos y social proof

Objetivo: Proporciona a los clientes el [social proof](#) que buscan sobre tu marca y sus productos.

Debe tener

- Las reseñas de productos son [positivas](#) y tienen una calificación de 70% o más en las páginas de productos.
- Las reseñas de productos fuera de la tienda online son en su mayoría positivas (cuando corresponde).
- Las reseñas de productos son descriptivas y con valoraciones de los clientes en las páginas de productos.
- La tienda tiene seguidores en las redes sociales como Instagram, Facebook u otras plataformas.
- Reseñas positivas de la tienda en sitios web externos como Google, Facebook, Yelp, Trust Pilot, Amazon, eBay, etc.

Debería tener

- Las reseñas de productos en las páginas de productos incluyen fotos.
- Reseñas de productos para ropa / accesorios / salud y belleza incluyen la descripción del reseñador del producto.

Podría tener

- Reseñas de productos incluyen un video del producto.
- Enlaces a los perfiles de redes sociales de la tienda que son fácilmente visibles en la tienda.

5. Asegúrate de que las transacciones sean transparentes y fáciles de completar

- 0 **Objetivo:** Alivia las dudas del cliente, disminuye su percepción de riesgo y evita sorpresas durante todo el proceso de pago.

Debe tener

- Una política de devolución clara y fácil de entender.
- [Si realizas envíos internacionales](#), los impuestos y aranceles se muestran antes de realizar el pago.

Debería tener

- El código de descuento se puede aplicar en el carrito. El comprador puede editar el contenido del carrito.
- Métodos de pago conocidos (como PayPal y [Shop Pay](#)).

Podría tener

- El seguimiento del estado del pedido es opcional.
- [Las recompensas y los descuentos](#) para ventas futuras aparecen en la página de confirmación del pedido.
- Fácil acceso a la página de contacto en caso de que sea necesario editar el pedido.
- Para tiendas internacionales, un botón para cambiar el idioma y la moneda.

Para obtener más información sobre la investigación y ver ejemplos visuales de cada criterio, [consulta el informe completo aquí.](#)

Commented [GA1]: Se debe poner enlace al artículo traducido, una vez publicado. O eliminar esta oración del todo

Commented [GA2R1]: