

Servicios incluidos en el contrato de gestión integral de Amazon

Externalización del canal Marketplaces

Gestionamos la cuenta del cliente de forma continuada, asumiendo todas las tareas necesarias para garantizar el éxito en Amazon y otros marketplaces.

PROCESO DE TRABAJO

1. Reunión inicial de análisis

Analizamos junto con el cliente qué marketplaces son más adecuados según sus productos/servicios e intereses (mercado nacional o internacional).

2. FASE 1: Análisis estratégico

Una vez seleccionados los marketplaces, realizamos un análisis detallado para cada producto/servicio:

- **Estudio de demanda:** volumen de búsquedas mensuales, palabras clave y competitividad.
 - **Análisis de la competencia:** productos similares, precios y ventas mensuales.
 - **Reseñas de producto:** valoraciones y comentarios de los clientes finales.
 - **Propuesta de portfolio:** selección de productos con mayor potencial de éxito.
 - **Estudio de rentabilidad:** cálculo de todos los gastos (fees, logística, comisiones...) para el portfolio propuesto, tanto a nivel nacional como internacional.
 - **Estimación de resultados:** previsión de ventas, inversión necesaria y rentabilidad esperada.
-

3. FASE 2: Lanzamiento

Con el portfolio definido, iniciamos la implementación en el marketplace:

- **Apertura y configuración de la cuenta:** asesoramiento y gestión según permisos de acceso.
- **Publicación de productos:** carga de los productos con SEO optimizado, recomendaciones de fotografías y textos de venta (copywriting).
- **Estrategia de lanzamiento:** definimos un plan para posicionar los productos de forma rápida y eficiente.

- **Ejecución de campañas publicitarias (PPC):** configuración inicial.
 - **Primera optimización:** ajustamos las campañas según los objetivos de rentabilidad establecidos por producto.
-

4. FASE 3: Gestión continua y optimización

Gestión logística (opcional, si el cliente externaliza la logística):

- Creación de los envíos.
- Envío de directrices logísticas (unidades, centros de distribución, etiquetas).

Optimización publicitaria:

- Revisión de campañas 2 veces al mes.
- Ajustes para mantener el % de gasto publicitario dentro de los objetivos por producto.

Mejora continua de los listings:

- Optimización mensual para mejorar posicionamiento según evolución de palabras clave y tendencias de búsqueda.

Gestión de la Store y contenido enriquecido (A+) (Amazon).

Seguimiento mensual con informes detallados:

- **Informe de ventas:** por producto, familia y país.
- **Facturas:** tanto de la plataforma como de las ventas realizadas.
- **Resumen de acciones:** acciones realizadas y resultados obtenidos.
- **Informe de publicidad:** impresiones, clics, CTR, conversiones, ventas y ACoS por campaña.
- **Seguimiento de posicionamiento:** evolución de palabras clave.
- **Propuesta de acciones:** nuevos productos, mercados, campañas y acciones promocionales.

Reunión mensual (2ª semana de cada mes):

- Revisión de resultados y definición de acciones futuras.
- Revisión/ajuste de objetivos de inversión publicitaria.
- Planificación de ofertas, promociones y estrategias de expansión.