GUÍA GRATUITA · ES BELLEZA

Los 10 errores que frenan las ventas de tu tienda

Una guía práctica para responsables de tienda, Area Managers y pequeños comercios: qué revisar, por qué importa y qué hacer esta semana.

César Real Ardite · Retail real, contado desde la tienda.
esbelleza.org

ANTES DE EMPEZAR

Cómo usar esta guía

Muchas tiendas no venden menos por falta de esfuerzo, sino por decisiones de gestión que se repiten sin revisarse. Esta guía recoge diez errores habituales en tiendas de perfumería, cosmética y comercio de proximidad. Cada uno incluye una explicación breve y una acción práctica para llevar a la tienda esta misma semana.

Léela entera una vez y vuelve después al error que más se parezca a lo que ocurre en tu tienda. No es una lista para aplicar de golpe, sino una herramienta de revisión.

01
No conocer el punto de partida

Sin saber cómo está la tienda hoy, cualquier objetivo es una intuición. Muchas tiendas trabajan sin una foto clara de sus ventas, su conversión, su ticket medio o sus unidades por ticket, y después no pueden saber si algo ha mejorado de verdad.

ACCIÓN PRÁCTICA

Anota los datos de las últimas cuatro semanas: ventas, tickets, conversión, ticket medio y UPT. Esa será tu referencia antes de cambiar nada.

02
Confundir tráfico con ventas

Que entre mucha gente no significa que la tienda venda bien. Un día con mucho tráfico y pocas compras puede esconder falta de atención, colas, roturas de stock o un equipo mal repartido en la hora punta.

ACCIÓN PRÁCTICA

Compara entradas y tickets por franjas horarias durante una semana. Busca la franja donde más clientes salen sin comprar y observa qué ocurre en ella.

03

Mirar solo la facturación y no la conversión, el ticket medio o las UPT

La facturación dice cuánto se ha vendido, pero no por qué. La misma cifra puede venir de más clientes, de compras más grandes o de más unidades por cliente. Sin separar esos indicadores, es imposible saber qué hay que trabajar.

ACCIÓN PRÁCTICA

Cuando revises la facturación, desglósala siempre en conversión, ticket medio y UPT. Elige el indicador más débil como foco del mes.

04

Poner objetivos poco concretos

«Hay que vender más» no es un objetivo: es un deseo. El equipo necesita saber qué cambiar, cuánto y en qué plazo. Un objetivo vago genera presión, pero no orienta el trabajo.

ACCIÓN PRÁCTICA

Reescribe el objetivo actual con un indicador, una cifra y una fecha. Por ejemplo: subir las UPT de 1,4 a 1,6 en cuatro semanas.

05

Hacer reuniones sin seguimiento

Una reunión que termina sin responsables, sin acciones y sin fecha de revisión se olvida en pocos días. El equipo aprende que se habla mucho y se cambia poco.

ACCIÓN PRÁCTICA

Cierra cada reunión con tres datos por escrito: qué se hará, quién lo hará y cuándo se revisará. Empieza la siguiente reunión revisando esos compromisos.

06

No detectar bien las necesidades del cliente

Recomendar antes de escuchar lleva a ofrecer el producto equivocado. El cliente que dice «solo estoy mirando» muchas veces tiene una necesidad que no ha sabido explicar o que nadie le ha preguntado.

ACCIÓN PRÁCTICA

Practica con el equipo dos o tres preguntas abiertas para el inicio de la venta: para quién es, para qué momento, qué ha usado antes. Observa si se usan durante la semana.

07

Olvidar la venta complementaria

La venta complementaria no es insistir: es completar lo que el cliente necesita. Cuando no se trabaja, las UPT se estancan y el cliente se va sin algo que le habría resultado útil.

ACCIÓN PRÁCTICA

Define para tus productos principales un complemento natural y cómo explicarlo en una frase. Revisa al final de la semana si las UPT han cambiado.

08

Formar a todo el equipo igual

Cada persona tiene un punto de partida distinto. Una formación igual para todos aburre a quien ya domina el tema y se queda corta para quien empieza. El resultado es poco aprendizaje y poca aplicación.

ACCIÓN PRÁCTICA

Identifica para cada persona del equipo una habilidad concreta a mejorar. Prepara una formación breve adaptada a ese nivel y acompáñala en tienda.

09

Cambiar demasiadas cosas a la vez

Cuando se lanzan cinco acciones al mismo tiempo, nadie sabe cuál ha funcionado. El equipo se dispersa y los resultados, buenos o malos, no se pueden explicar.

ACCIÓN PRÁCTICA

Elige una sola acción, pruébala durante dos o tres semanas y mide su efecto en el indicador que querías mejorar antes de añadir otra.

10

No aprender de los resultados

Revisar los números solo para saber si se ha cumplido el objetivo desperdicia información. Lo que funciona y lo que no funciona enseña cómo vende realmente la tienda.

ACCIÓN PRÁCTICA

Al cerrar cada mes, anota qué acción se probó, qué resultado dio y qué decisión tomas a partir de ahí: mantener, ajustar o abandonar.

PARA CERRAR

Un error cada vez

No hace falta corregir los diez errores a la vez. Elige el que más pese hoy en tu tienda, aplica la acción propuesta y comprueba el resultado. La mejora sostenida llega de ese ciclo: dato, diagnóstico, foco, acción, comprobación y corrección.

Más artículos sobre gestión, KPIs, liderazgo y atención al cliente en esbelleza.org. Contacto: hola.esbelleza@gmail.com