



**Tu Tienda en Línea
No Vende Sola**

Hola, soy Francisco Chávez

- CEO de Cervexxa.mx, plataforma líder en cervezas artesanales.
- Más de 30 años asesorando proyectos digitales, con mi agencia, FCDigital.
- Apasionado por la innovación y la inteligencia artificial generativa
- Profesor a nivel diplomado y maestría.



Preparación Académica

- IIS – ITESM CEM 1998
- MATI 00 – ITESM CEM 2000
- MCE – ITESM Cuernavaca 2005
- Posgrado en Inteligencia Artificial Generativa – IEBS 2023.
- MBA y Master en Negocios Digitales – ENEB 2024-2026



IEBS **ENEB**

Cervexxa



- Lanzamiento de Cervexxa.mx en 2016.
- El ecosistema digital de Cervexxa se compone de **14 tiendas en línea** y un club de suscripción mensual.
- Reconocimientos en los **Premios eCommerce 2023, 2024 y 2025.**



The eCommerce Game



- El juego simula un año completo en la vida de una tienda online.
- Los jugadores gestionan recursos, toman decisiones estratégicas y se adaptan a los cambios del entorno.
- Es perfecto para entender cómo se construye, se lanza y se escala un negocio digital.

Fuckup Nights

Fuckup
NIGHTS

eCommerce CDMX

404
Page not found

La página que buscas no existe o fue movida.

Volver al inicio

Queremos escuchar tus **404**

23 de septiembre | 18:30
CUSCO Salamanca 26, Roma Norte

CERVEXXA
ARTESANAL & IMPORTADA

CUSCO
PERUVIAN CUISINE

fcdigital

Fuckup
NIGHTS

Cuernavaca

Estamos de regreso
¿Qué podría salir mal?

10 de septiembre | 18:00
Mamuka's Grill Teopanzolco 55

CERVEXXA
ARTESANAL & IMPORTADA

MAMUKA'S
grill

La Foto

fcdigital



Idea Central

Una tienda en
línea no es una
página web

Es un sistema comercial
completo.



El error más común

**“Ya tengo tienda...
¿por qué no vendo?”**

- Porque abrir la tienda es solo el inicio.



Primeros pasos

Prepara tu tienda para vender

- Antes de invertir en visitas, revisa:
 - Producto adecuado para vender online
 - Cliente claramente definido
 - Propuesta de valor
 - Inventario disponible
 - Pagos activos
 - Envíos claros
 - Políticas visibles



La pregunta clave

¿Por qué deberían comprarte a ti?

- Tu ventaja puede ser:
 - Especialización
 - Curaduría
 - Asesoría
 - Servicio
 - Productos difíciles de encontrar
 - Experiencia de compra
 - Confianza



Especialización

Caso Cervexxa

La operación debe adaptarse al cliente

- Cervexxa inició con un modelo más simple, pero los clientes querían armar cajas con cervezas de diferentes marcas.
- Eso obligó a evolucionar el modelo operativo.

• Aprendizaje:

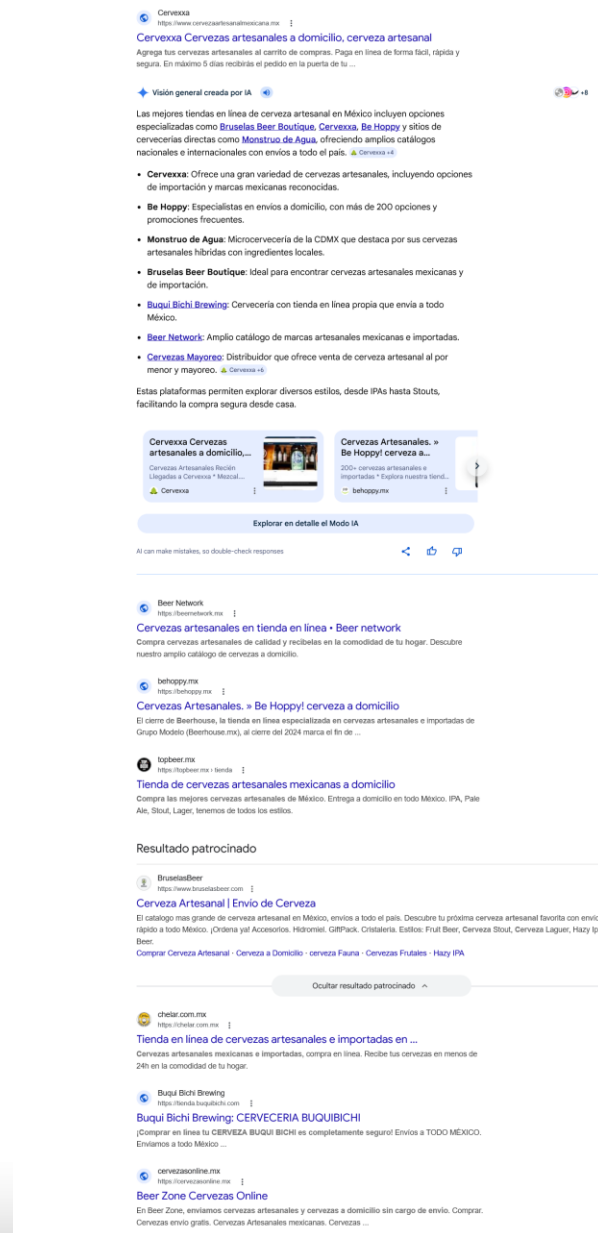
No diseñes tu tienda solo desde lo que es cómodo para ti. Diseñala desde cómo quiere comprar tu cliente.



Tráfico orgánico

No necesitas más visitas. Necesitas mejores visitas.

- El objetivo no es atraer a todo el mundo.
- El objetivo es atraer personas con intención real de compra.
- Canales clave:
 - Google / SEO
 - Redes sociales
 - Contenido útil
 - Base de datos propia



SEO práctico para PYMES

Aparece cuando el cliente está buscando

- Trabaja en:
 - Categorías claras
 - Títulos entendibles
 - Descripciones completas
 - Preguntas frecuentes
 - Guías de compra
 - Comparativas
 - Contenido que resuelva dudas reales
- **Tip:** escribe como busca tu cliente, no como habla tu empresa.



Redes sociales

Las redes generan interés, la tienda debe cerrar la venta

- No uses redes solo como catálogo.
- Publica contenido que ayude a decidir:
 - Cómo se usa
 - Para quién sirve
 - Qué problema resuelve
 - Qué lo hace diferente
 - Casos reales
 - Testimonios
 - Recomendaciones



Conversión

¿Por qué alguien que ya entró no compra?

- Normalmente por tres razones:
 - No entiende bien el producto
 - No confía lo suficiente
 - El proceso tiene fricciones
 - La conversión se trata de reducir dudas.

**CERVEZZA**
ARTESANAL & IMPORTADA

Q Buscar cervezas

 \$920.00 

ARMA TU PACKCERVEZAS MEXICANASCERVEZAS BELGASCERVEZAS USACERVEZAS IMPORTADASDESTILADOSEXTRASBLOG

Inicio / Pago

Pago

☐ ¿Ya eres cliente? [Haz clic aquí para acceder](#)

☐ ¿Tienes un cupón? [Haz clic aquí para introducir tu código](#)

Detalles de facturación

NOMBRE *

Francisco

APELLIDOS *

Chávez

NOMBRE DE LA EMPRESA (OPCIONAL)

PAÍS/REGIÓN *

México

DIRECCIÓN DE LA CALLE *

Casa

Colonia, Apartamento, habitación, escalera, etc.

LOCALIDAD / CIUDAD *

Monterrey

REGIÓN / ESTADO *

Elige una opción...

CÓDIGO POSTAL *

Tu pedido

PRODUCTO	SUBTOTAL
Cantillon Sang Bleu x 1	\$920.00
SUBTOTAL	\$920.00
SHIPMENT	ENVÍO NACIONAL (1 ARTÍCULOS, 2.128 KG): \$179.00
TOTAL	\$1,099.00

CRÉDITO O DÉBITO



Proceso de compra rápido y seguro con Link

Número de tarjeta

1234 1234 1234 1234



Fecha de vencimiento

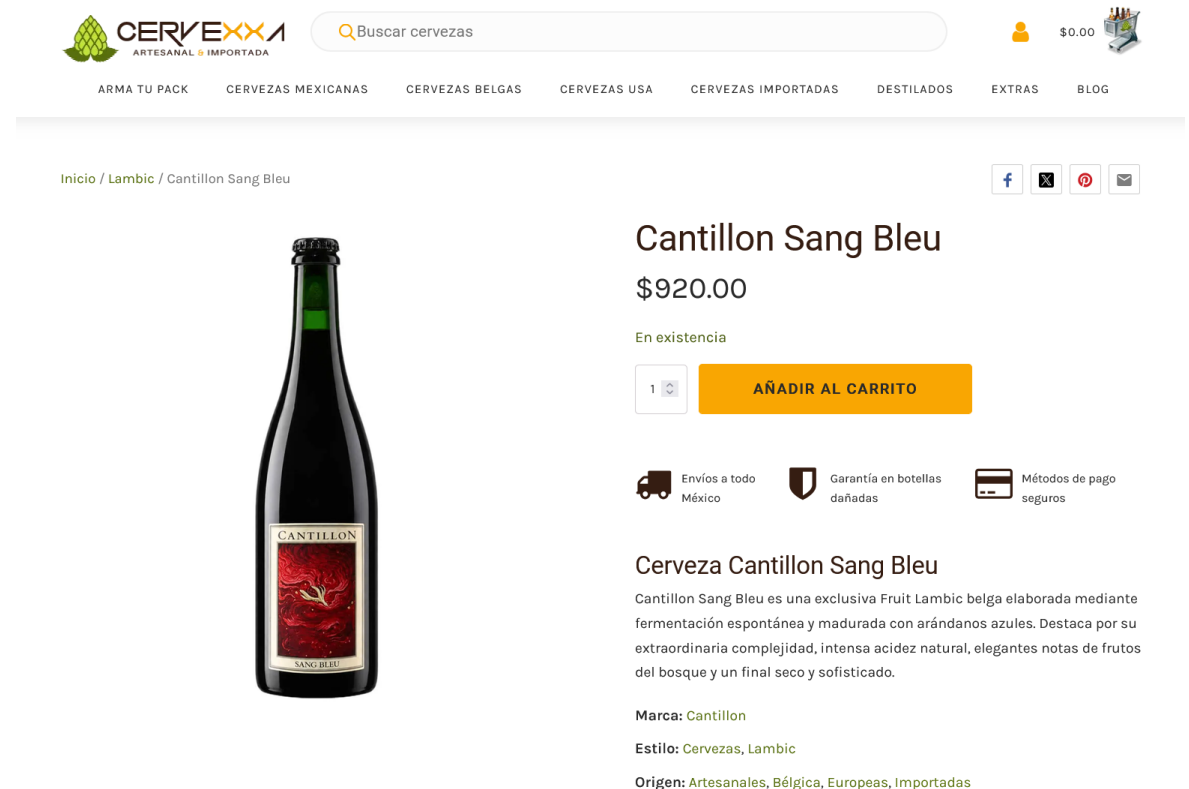
Código de seguridad



Tu página de producto debe responder

5 preguntas básicas

- 1.¿Qué es?
 - 2.¿Para quién sirve?
 - 3.¿Por qué me conviene?
 - 4.¿Cuánto pagaré en total?
 - 5.¿Qué pasa si tengo un problema?
- Si tu tienda no responde esto, el cliente se va.



Logística

La venta no termina cuando te pagan

- El pedido todavía debe:
 - Confirmarse
 - Prepararse
 - Empacarse
 - Enviarse
 - Entregarse
 - Atenderse si hay problema

La logística también es parte de la experiencia de marca.



Dolores reales de una tienda online

Lo que casi nadie te dice al inicio

- Nadie visita la tienda
- Hay visitas, pero no compran
- Hay ventas, pero no utilidad

- El inventario se descontrola
- La operación consume demasiado tiempo
- Los clientes preguntan siempre lo mismo

Todo esto es parte de la curva de aprendizaje.



Tienda propia vs marketplace

No compiten: se complementan

- **Marketplace:**
Alcance, confianza, validación y ventas rápidas.
- **Tienda propia:**
Marca, datos, recompra, relación directa y control.
- **Idea clave:**
El marketplace puede darte una venta.
La tienda propia puede ayudarte a construir un cliente.



La ruta práctica

Para que tu tienda sí venda

1. Define bien tu producto y cliente
2. Construye una propuesta de valor clara
3. Resuelve pagos, inventario y logística
4. Atrae tráfico con contenido útil
5. Reduce dudas para convertir más
6. Mide, aprende y mejora
7. Complementa tienda propia y marketplaces



Una tienda en línea no vende sola

Vende cuando conectas:

Producto + Tráfico + Confianza + Operación + Aprendizaje

La tienda no es el final del proceso.
Es el inicio de un canal de negocio.



¡Conectemos!

- **Francisco Chávez**
 - francisco@fcdigital.com.mx
 - [linkedin.com/in/franciscochavez/](https://www.linkedin.com/in/franciscochavez/)
 - 777 161 7101
- **FCDigital**
 - fcdigital.com.mx
- **Cervexxa**
 - cervexxa.mx
- **The eCommerce Game**
 - theecommercegame.mx

