

ESCALA TU CUENTA DE AMAZON

MAXIMIZAR INGRESOS Y VENTAS



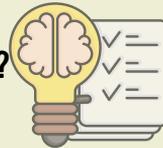
escrito por
Adam Hariri



BIENVENIDO/A.

EN ESTE EBOOK APRENDERÁS ESTRATEGIAS CLAVE PARA OPTIMIZAR TU CUENTA, AUMENTAR TUS VENTAS Y CORREGIR LOS ERRORES COMUNES QUE LIMITAN TU CRECIMIENTO, ESPECIALMENTE EN EL ÁREA DE PPC, DONDE MUCHOS VENDEDORES PIERDEN DINERO.

¿QUÉ APRENDERÁS?



1. CÓMO ANALIZAR TU CUENTA Y DETECTAR ÁREAS DE MEJORA.

2. CÓMO EVITAR ERRORES QUE FRENAN TU CRECIMIENTO.

3. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA VISIBILIDAD, OPTIMIZACIÓN Y CONVERSIÓN DE TUS PRODUCTOS (LISTING)

4. POR QUÉ TU PPC ESTÁ PERDIENDO DINERO Y CÓMO SOLUCIONARLO.

5. CÓMO ESCALAR TU CUENTA DE MANERA EFICIENTE.

SOY ADAM EL HARIRI, EXPERTO EN MARKETING EN AMAZON. CON AÑOS DE EXPERIENCIA AYUDANDO A VENDEDORES COMO TÚ, HE CREADO ESTE ENFOQUE PRÁCTICO PARA QUE PUEDAS OBTENER RESULTADOS REALES.

1 - Analiza tu cuenta y detecta lo que no funciona

Antes de mejorar algo, hay que entender qué está fallando. Muchos vendedores se lanzan a invertir en campañas o subir nuevos productos sin revisar a fondo el estado real de su cuenta.

En esta sección aprenderás a ver tu cuenta como un experto:

11- La Salud de la Cuenta.



12 - Cómo identificar productos que frenan tu crecimiento.



13 - Qué señales indican que tu listado necesita mejoras.



14 - Dónde se te está yendo el dinero sin retorno ¡sí, aquí entra el PPC!.



No se trata solo de vender más, sino de corregir lo que está mal para que todo lo demás funcione mejor.

1.1 - Analiza la salud de tu cuenta

Uno de los primeros puntos críticos que todo vendedor debe revisar es la salud de la cuenta. Amazon mide esta salud con indicadores clave como:

- ÍNDICE DE RENDIMIENTO DE PEDIDOS (OPR)
- TASA DE DEFECTOS EN PEDIDOS (ODR)
- ÍNDICE DE RENDIMIENTO DE ENVÍOS
- ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO DE POLÍTICAS



Mantener estos indicadores en niveles óptimos no solo evita suspensiones, sino que refuerza tu posicionamiento como vendedor confiable.

Si alguno cae por debajo de los límites aceptables, tu cuenta puede ser restringida o incluso cerrada, afectando directamente tu visibilidad y ventas.

RECOMENDACIÓN: REVISAR EL PANEL DE SALUD DE TU CUENTA AL MENOS 1 VEZ POR SEMANA Y TOMAR ACCIÓN INMEDIATA ANTE CUALQUIER ALERTA.

Policy Compliance

Healthy

Account Health Rating

200

This rating reflects your adherence to Amazon's selling policies. [Learn more.](#)



Suspected Intellectual Property Violations

0

Received Intellectual Property Complaints

0

Product Authenticity Customer

0

Shipping Performance

Seller Fulfillment

Late Shipment Rate

Target: under 4%

Pre-fulfillment Cancel Rate

Target: under 2.5%

Valid Tracking Rate

Target: over 95%

ÍNDICE DE RENDIMIENTO DE PEDIDOS (OPR)

El OPR evalúa cómo gestionas los pedidos: tiempos de envío, cancelaciones y cumplimiento en general. Es especialmente importante si vendes bajo el modelo FBM (Fulfilled by Merchant), ya que eres tú quien gestiona la logística.

Amazon establece un mínimo del 97% de rendimiento. Si bajas de ese umbral, estás enviando señales negativas a la plataforma: que no eres fiable para cumplir pedidos de forma eficiente.

¿Qué afecta al OPR?

-RETRASOS EN EL ENVÍO



-ÓRDENES CANCELADAS POR EL VENDEDOR



-NO PROPORCIONAR NÚMERO DE SEGUIMIENTO VÁLIDO



Ejemplo práctico:

Imagina que en una semana recibes 100 pedidos.

De esos, 2 se envían con 2 días de retraso,

1 lo cancelas porque no tenías stock,

y en 2 no añades número de seguimiento.

Aunque no parezca mucho, esos 5 pedidos representan un 5% de fallos.

👉 Resultado: tu OPR cae al 95%, y Amazon te notifica que estás en riesgo de restricción.

Consejo:

Ten una hoja de cálculo donde hagas seguimiento semanal de tu cumplimiento. Y si vendes por FBM, usa operadores logísticos con integración directa para automatizar el tracking.

⚠ TASA DE DEFECTOS EN PEDIDOS (ODR)

La ODR (Order Defect Rate) es uno de los indicadores más críticos. Mide la satisfacción del cliente y Amazon lo vigila de cerca porque afecta directamente la experiencia del comprador.

Tu ODR debe mantenerse por debajo del 1%. Superar ese umbral puede llevar a restricciones inmediatas, suspensión de ASINs o incluso de la cuenta completa.

¿Qué cuenta como defecto?

--RECLAMACIONES POR GARANTÍA DE LA A A LA Z

--COMENTARIOS NEGATIVOS (1 O 2 ESTRELLAS)

--REEMBOLSOS PROCESADOS FUERA DE TIEMPO O MAL GESTIONADOS



📌 Ejemplo práctico:

Supongamos que vendes 200 productos este mes.

Recibes 1 valoración de 1 estrella por un envío dañado.

Otro cliente abre una reclamación A-Z por no recibir el producto a tiempo.

Con solo esos 2 incidentes en 200 pedidos, ya estás en 1% de ODR, el límite máximo. Si sumas un tercer fallo, tu cuenta estaría en riesgo inmediato de suspensión.

Consejo:

Actúa rápido: responde mensajes en menos de 24h, contacta con los clientes descontentos antes de que dejen una mala reseña y soluciona todo lo posible antes de que abran una reclamación.

ÍNDICE DE RENDIMIENTO DE ENVÍOS

Este índice evalúa la puntualidad y eficiencia con la que gestionas los envíos. Aplica únicamente a vendedores FBM, ya que si usas FBA, Amazon se encarga de la logística.

Los dos factores que más afectan este índice son:

Tasa de envíos a tiempo (**mínimo 97%**)

Porcentaje de seguimiento válido cargado (**mínimo 95%**)

Ejemplo práctico:

Imagina que esta semana gestionas 50 pedidos FBM.

En 3 de ellos envías con un día de retraso.

En 2 no subes ningún número de seguimiento

Eso significa:

Envíos a tiempo: $47/50 = 94\%$ → Por debajo del mínimo

Seguimiento válido: $48/50 = 96\%$ → Aprobado, pero justo.



 **Resultado:** Amazon detecta que no estás cumpliendo con los estándares de envío, y te puede degradar el rendimiento, limitar el Buy Box o incluso restringir el FBM.

Consejo:

Si gestionas tus propios envíos, automatiza el proceso con un ERP o herramienta que cargue el tracking automáticamente. Además, usa siempre servicios de envío que den número de seguimiento confiable.

Índice de Cumplimiento de Políticas

Este indicador mide tu capacidad para seguir las normas de Amazon. No tiene una métrica visible como las anteriores, pero Amazon lo evalúa en silencio y actúa cuando ve repetidas violaciones.

¿Qué afecta este índice?

-PUBLICAR PRODUCTOS PROHIBIDOS O RESTRINGIDOS



-INFRINGIR DERECHOS DE AUTOR O MARCAS REGISTRADAS (COPYRIGHT O TRADEMARK)



-USAR TÍTULOS, DESCRIPCIONES O IMÁGENES QUE NO CUMPLEN LAS POLÍTICAS



-MANIPULACIÓN DE RESEÑAS O INTENTOS DE SALTARSE EL SISTEMA



Ejemplo práctico:

Subes un producto con el nombre de una marca conocida para ganar clics, aunque el producto no es original. Amazon detecta una posible infracción de propiedad intelectual y te envía una advertencia.

Una sola infracción grave puede:

 Eliminar el producto, restringir tu cuenta o incluso suspenderla.

Y si acumulaste varias advertencias en semanas anteriores (aunque no te lo recuerden), la suspensión puede ser inmediata y sin aviso previo.

Consejo:

Lee y repasa las políticas de Amazon cada trimestre. Muchas veces cambian sin aviso visible, y lo que estaba permitido antes puede causar problemas hoy. Además, utiliza herramientas de compliance o verificación de ASINs si subes muchos productos nuevos.

1.2 Identificar productos que frenan tu crecimiento

Uno de los principales retos en Amazon es identificar qué productos están afectando negativamente tu negocio. Si un producto no genera el rendimiento esperado, puede estar absorbiendo recursos valiosos que podrían invertirse en productos más rentables.

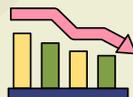


-Baja rotación de inventario (PIVOTAR)

Si un producto no se vende en 2-3 meses, es hora de reconsiderar su futuro. Por ejemplo, productos estacionales como decoraciones navideñas que no se han vendido deben retirarse antes de que sigan generando costos adicionales.

-Márgenes de beneficio bajos

Si un producto solo te genera 2€ de beneficio por unidad, probablemente no sea rentable. Revisa si esos productos realmente justifican el esfuerzo, o si es más rentable buscar productos con márgenes más altos o reducir costos.



-Baja demanda

Asegúrate de que haya suficiente demanda para el producto que estás vendiendo. Herramientas como Helium 10 o Jungle Scout te permiten analizar la demanda y la competencia en el mercado. Si la demanda es baja, mejor evita invertir grandes cantidades en él. (Usa LONG TAILS) para enfocarte en tu nicho dentro de un micronicho, y hazte el rey de esas palabras para que no tengas ni si quiera competencia.



-Reseñas negativas y mala calificación



Las malas reseñas afectan las ventas. Si un producto recibe varias reseñas negativas, responde profesionalmente y ofrece soluciones como reembolsos o reemplazos. Si las reseñas no mejoran, considera retirarlo del inventario.

-Baja visibilidad en los resultados de búsqueda



Si tu producto no aparece entre los primeros resultados de búsqueda, invierte en optimización SEO y publicidad PPC para aumentar su visibilidad. (Hablaemos de ello más adelante)

Ejemplo práctico:

Imagina que tienes un juguete educativo que no se vende bien. Después de analizar las reseñas negativas y la baja demanda, decides retirarlo del inventario para evitar más costos. Prueba a romper los patrones (LISTING) que hay entre tú y la competencia o buscar juguetes educativos para niños (LONG TAIL), verás la diferencia.

Consejo:

Actúa rápido: cuando un producto no esté funcionando. Si tiene malas reseñas, baja demanda o márgenes bajos, retíralo o ajusta la estrategia. No esperes a que se solucione solo, ya que esto puede afectar tu rentabilidad y reputación.

1.3 Qué señales indican que tu listado necesita mejoras

Tu listado en Amazon es el primer punto de contacto con tus clientes potenciales. Si no estás generando ventas o si las conversiones son bajas, podría ser señal de que necesitas mejorar la calidad de tu listado. Aquí te dejo algunas señales clave que indican que tu listado necesita ajustes y cómo optimizarlo:

Señales de que tu listado necesita mejoras:

-Bajas ventas a pesar de la visibilidad

Si tu producto aparece en los resultados de búsqueda, pero no está generando ventas, hay algo en tu listado que no está convenciendo al cliente. Esto puede estar relacionado con un mal uso de las imágenes, un título poco optimizado o una descripción que no resalta los beneficios.

-Poca conversión de visitas a compras

Si el tráfico de tu listado es bueno, pero las conversiones son bajas, lo que probablemente esté fallando es la comunicación visual y textual en el listado. En este caso, es crucial revisar cómo presentas tu producto y los elementos de persuasión que estás utilizando.

-Bajas calificaciones o reseñas negativas

Si las reseñas de tu producto son malas o promedio, podría ser señal de que no has logrado transmitir correctamente lo que el cliente está buscando o que el producto realmente no cumple con las expectativas.

-SEO poco optimizado

Si no estás apareciendo entre los primeros resultados de búsqueda de tus palabras clave relevantes, el SEO de tu listado necesita mejoras. Aprovecha todo el título, los bullet points y la descripción para incluir palabras clave que los clientes realmente buscan.



Cómo mejorar tu listado para aumentar las ventas:

Rompe patrones con las fotos de tu competencia (formas, colores, estilos)

Las imágenes son una de las primeras cosas que los compradores ven, y muchas veces la competencia sigue los mismos patrones visuales (por ejemplo, productos sobre fondo blanco). Para destacarte, puedes romper esos patrones utilizando diferentes enfoques en tus fotos.

-Formas y Composición:

Juega con diferentes encuadres y formas de mostrar el producto. Si todos muestran el producto de frente, opta por ángulos más creativos. Además, asegúrate de que las fotos no solo muestren el producto aislado, sino también en situaciones de uso real.



-Colores:

Utiliza colores que contrasten con los de tus competidores. Si la mayoría usa tonos neutros, prueba con colores vibrantes que llamen la atención del cliente.



-Fotos lifestyle:

Agrega fotos de estilo de vida que muestren cómo se usa tu producto en situaciones cotidianas, en lugar de solo fotos del producto aislado. Las fotos lifestyle ayudan a los clientes a visualizar cómo tu producto encaja en su vida diaria, creando una conexión emocional.



Ejemplo:

Si vendes una mochila para senderismo, muestra a una persona caminando por la montaña con la mochila, no solo la mochila sobre una mesa.

Consejo:

Diferencia tu listado de la competencia usando imágenes creativas. Si todos usan un fondo blanco, prueba con un fondo natural, o incluso juega con patrones y texturas de fondo para resaltar el producto.

Optimiza el SEO de tu listado

Aprovecha todo el título para incluir palabras clave relevantes y específicas. El título debe ser claro, descriptivo y contener las palabras clave más importantes, pero sin ser excesivamente largo. Ejemplo: "Auriculares inalámbricos con cancelación de ruido, Bluetooth 5.0, batería de 30 horas, para trabajo y deporte."

-Bullet points:

No los desperdicies. Los bullet points son clave para destacar las características principales de tu producto de manera clara y concisa. Asegúrate de usar frases orientadas a la venta y que incluyan palabras clave. Cada punto debe responder una pregunta que podría tener tu cliente, como: "¿Por qué este producto es mejor que otros?", "¿Cómo va a mejorar mi vida?", "¿Es fácil de usar?"



-Aprovecha A+ Content (A+)

Amazon te permite agregar A+ Content (contenido de marca) a tu listado si eres un vendedor registrado en Amazon Brand Registry. Esta sección permite agregar imágenes adicionales, comparaciones de productos, y textos enriquecidos que ayudan a explicar mejor las características de tu producto.

-Beneficios del A+ Content:

Mejora la conversión al proporcionar más detalles y una presentación más atractiva. Ayuda a construir una marca más fuerte con imágenes y contenido bien diseñado. Diferencia tu listado de la competencia, mostrando tus productos de manera más profesional.



Optimiza la descripción y las reseñas

Asegúrate de que la descripción sea clara, completa y persuasiva. No dejes información importante fuera. Además, responder a las reseñas de los clientes muestra tu atención al detalle y compromiso con la satisfacción del cliente. Si hay críticas negativas, intenta resolver los problemas públicamente, lo que genera confianza.

Ejemplo práctico:

Tienes un mochila para senderismo que no se vende bien, aunque tiene muchas impresiones. Al revisar el listado, ves que las fotos son muy básicas (solo el producto en fondo blanco) y la descripción es muy genérica. Decides actualizar el listado siguiendo estas mejoras:



-Fotos:

Agregas imágenes de la mochila en acción, mostrando a alguien usando la mochila en un sendero de montaña. Usas un fondo natural y contrastas con colores vibrantes que destacan el producto.

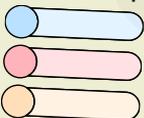
-SEO:

Optimizas el título para incluir palabras clave como "mochila para trekking" y "mochila impermeable para excursiones".



-Bullet points:

Resaltas las características clave como la resistencia al agua, la capacidad de almacenamiento y las correas ergonómicas.



-A+ Content:

Agregas una tabla comparativa con otras mochilas de tu marca, mostrando sus características y beneficios.



Consejo:

Rompe la monotonía de tus listados. Al igual que el SEO, la presentación visual de tu producto debe destacarse. Las fotos de estilo de vida y el contenido enriquecido (A+) no solo hacen que tu producto se vea más atractivo, sino que también ayudan a que los clientes se imaginen usándolo, lo que aumenta las probabilidades de conversión.

1.4 - ¿Dónde estás perdiendo dinero sin darte cuenta?

Sí, el PPC es uno... pero no el único

Vender en Amazon no se trata solo de generar ingresos, sino de no dejar que los costes invisibles se coman tus beneficios. Aquí van los focos de fuga más comunes:

Las 5 formas más comunes de tirar dinero en Amazon:

1. PPC descontrolado (De PPC hablaremos mas a fondo luego)

- Clics sin ventas
- Palabras clave inútiles
- ACoS por las nubes
- Revisa tus campañas cada semana. Elimina lo que no convierte y duplica lo que sí.



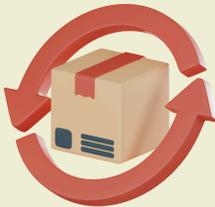
2. Almacenamiento FBA mal gestionado

- Stock acumulado = penalizaciones
- Pagas más por productos que no se mueven
- Vigila el inventario lento y usa alertas para evitar pagos innecesarios.



3. Muchas devoluciones

- Descripciones confusas
- Fotos poco claras
- Problemas de calidad
- Escucha a tus clientes. A veces una buena imagen o un bullet aclaratorio evita devoluciones masivas.



4. Margen mal calculado

- Vendes, pero sin ganancia real
- No cuentas con tarifas FBA, PPC, IVA, comisiones...
- Siempre calcula todo antes de fijar tu precio. No vendas solo por vender.



5. Promociones sin estrategia

- Cupones agresivos
- Descuentos mal pensados
- Haz promociones cuando tengas un objetivo claro: subir ranking, limpiar stock o posicionar.



Ejemplo real que le puede pasar a cualquiera

Vendes mochilas para portátil.
Campañas activas sin revisar.
Promos del 40% que no controlaste.
Almacenas 400 unidades sin rotación.
Fotos que no muestran bien el tamaño real.



Resultado:

Vendes, pero con cada venta pierdes 2€.

¿Qué hiciste?

Recortaste palabras inútiles del PPC
Quitaste la promo
Subiste una foto con el portátil dentro para ver el tamaño
Calculaste tus márgenes reales



Resultado:

Pasaste a ganar 4,50€ por unidad y bajó el número de devoluciones.

Consejo de experto en Amazon:

No vendas por vender. Vende con cabeza.

Haz revisiones mensuales: campañas, márgenes, fotos y devoluciones. Solo así sabrás si estás ganando dinero... o solo moviendo cajas.

2. Cómo evitar errores que frenan tu crecimiento en Amazon

Creer en Amazon no solo es cuestión de vender mucho, sino de evitar los errores que frenan tu progreso. Estos fallos son más comunes de lo que parece, incluso entre vendedores con experiencia. Aquí te muestro los más frecuentes, con ejemplos reales y soluciones que funcionan.



2.1 No analizar los datos de ventas

Qué pasa:

Muchos vendedores cometen el error de asumir que “si vendo, todo va bien”. Pero vender no significa escalar. Puedes estar vendiendo y aun así perder dinero. ¿Por qué? Porque no estás mirando datos clave como:

- **La tasa de conversión (CVR):**

si es baja, estás perdiendo tráfico sin cerrar ventas.

- **El ACOS (Coste publicitario sobre ventas):**

si es muy alto, tus campañas no son rentables.

- **El CTR (Click Through Rate):**

si es bajo, tu listing no está generando interés.

- **El volumen real de búsquedas vs. clics que generas:**

si hay mucha búsqueda y pocos clics, no destacas frente a tu competencia.

La falta de análisis convierte tu tienda en Amazon en una lotería. Estás tomando decisiones a ciegas, basadas en intuición, no en datos.

Ejemplo real:

Juan lanza una campaña automática sin segmentar y no revisa los informes. Al cabo de un mes, descubre que ha gastado 400€ y ha generado 6 ventas, pero todas vinieron de una sola palabra clave. El resto del presupuesto se quemó sin retorno.

Consejo:

Evalúa semanalmente el rendimiento de tus campañas y tus listados. Revisa las métricas de Amazon ads y los informes de rendimiento. Apaga lo que no convierte y potencia lo que funciona.

2.2 Mala gestión del inventario



Qué pasa:

Muchos vendedores no entienden que el inventario es capital dormido. Cada producto parado en el almacén es dinero que no rota, y si te quedas sin stock, Amazon te penaliza duramente:



-Tu posicionamiento se cae.

-Pierdes la Buy Box.

-Tus competidores te sustituyen en segundos.

-Te bajan los rankings orgánicos.

-Además, si acumulas exceso de inventario, Amazon te cobra tarifas de almacenamiento prolongado, que a largo plazo pueden comerse tu rentabilidad. Es un problema de equilibrio: ni mucho, ni poco.

Ejemplo real:

Sara no calculó bien su rotación para Navidad. Se quedó sin stock una semana antes del pico de ventas. Cuando repuso, había perdido su ranking orgánico y tardó dos meses en volver a su posición anterior.

Consejo:

Controla tu inventario con previsiones mínimas de 30 días. Usa el IPI (Índice de rendimiento de inventario) como referencia. Si cae por debajo de 400, corrige ya. Herramientas como SoStocked o Amazon Restock Reports son clave.

2.3 Precios poco competitivos

El precio no es solo una cifra: comunica valor, posicionamiento y confianza. Si no está bien pensado, espanta a tus potenciales clientes o te deja sin margen.



Qué pasa:

No estás ni compitiendo por valor ni por precio. Si tu producto es más caro y no lo justificas, pierdes. Si es más barato y no tienes volumen, pierdes también.

Ejemplo real:

Pedro puso su producto a 14,99 €, pero su ficha no justificaba el precio. Sus competidores ofrecían más por menos. Resultado: cero ventas en semanas.



Consejo:

Posiciónate. Si vendes más caro, destaca con fotos premium y valor percibido. Si vendes barato, usa volumen, promociones y reviews. El precio solo funciona cuando va acompañado de una estrategia.

No ignores el Buy Box si vendes productos compartidos. Amazon da preferencia al precio total más bajo (producto + envío). Incluso si tu producto es más barato, podrías perder la venta por tener gastos de envío más altos.

Además, testea. Usa herramientas como Splitly o simplemente prueba subir y bajar precios en ciclos de 3 días para encontrar el punto óptimo donde vendes más y mantienes margen.

2.4 Fichas de producto mal optimizadas

Tu ficha de producto es la cara visible de tu tienda en Amazon. Si no está bien optimizada, aunque tengas el mejor producto, estarás perdiendo ventas. No se trata solo de subir imágenes bonitas, sino de hacer que tu ficha trabaje para ti, utilizando las mejores prácticas de SEO y persuasión para convertir a los visitantes en compradores.

Qué pasa:

No destacas frente a la competencia. Estás perdiendo la oportunidad de utilizar el SEO interno de Amazon, de aprovechar el espacio de los bullet points para vender los beneficios (no solo características) y de captar la atención del cliente con imágenes de calidad. Además, si no usas el A+ Content, estás dejando una herramienta poderosa fuera de tu alcance.

Ejemplo real:

Lucía vendía organizadores, pero sus imágenes eran genéricas, sin contexto ni estilo. Su ficha solo mencionaba el material del producto y sus dimensiones, sin resaltar cómo solucionaba el problema del cliente. Mientras tanto, sus competidores usaban imágenes lifestyle con personas en situaciones cotidianas, mostraban el producto en uso, y tenían una ficha optimizada con A+ Content que detallaba todos los beneficios. Resultado: Lucía no alcanzó ventas significativas, y sus competidores dominaron el ranking.



Consejo:

Rompe patrones. Usa imágenes lifestyle, que muestren tu producto en contexto. Las fotos de productos son importantes, pero las fotos en acción, donde se ve cómo se usa el producto, crean conexión emocional. Además, en tus bullets, no solo menciones el material; destaca cómo el producto mejora la vida del cliente: ¿es fácil de usar? ¿es ecológico? ¿te ahorra tiempo?

2.5 No cumplir con las políticas de Amazon

Amazon es muy estricto con sus políticas para proteger a los consumidores y mantener un entorno de compra confiable. No cumplir con estas políticas, aunque sea sin intención, puede llevarte a sanciones severas, desde suspensiones temporales hasta la pérdida total de tu cuenta. Esto puede afectar gravemente tus ventas, tu reputación y, en algunos casos, incluso tu negocio entero.

Las políticas de Amazon cubren una amplia variedad de aspectos, desde cómo manejar los envíos hasta el contenido de tus listings, la calidad de tu producto y el trato con los clientes. Si violas alguna de estas normas, estarás poniendo en riesgo todo tu esfuerzo.



Qué pasa:

Cuando no sigues las políticas, Amazon te sanciona rápidamente. Las consecuencias pueden ser tan graves como la eliminación de tus productos, suspensión temporal o incluso la cancelación permanente de tu cuenta. Las reglas son claras y están diseñadas para garantizar la seguridad y satisfacción del cliente. Aquí algunos de los errores más comunes que los vendedores cometen:

-Promesas no verificables:

Usar frases como "El mejor producto del mercado", "Garantía de por vida", "Resultados 100% asegurados" pueden ser vistas como afirmaciones engañosas y, por lo tanto, violan las políticas de Amazon. Esto puede generar una suspensión inmediata.

-Incentivar reviews:

Ofrecer descuentos o productos gratis a cambio de opiniones positivas es una violación directa de las políticas de Amazon. Aunque lo hagas de manera indirecta o bien intencionada, Amazon lo considera manipulación de reseñas, lo que puede llevar a sanciones.

-Uso incorrecto de palabras clave:

El abuso de palabras clave irrelevantes o engañosas en los títulos, descripciones o bullet points también está prohibido. No solo afecta la visibilidad de tu producto, sino que Amazon lo puede considerar como intento de manipulación del sistema.

-No seguir las normativas de envío y entrega:

No cumplir con los tiempos de entrega establecidos, especialmente si eres parte del programa Fulfillment by Amazon (FBA), puede afectar tus métricas de rendimiento y resultarte en sanciones.

Consejo profesional:

Cumple con todas las políticas de Amazon y revisa constantemente tus listings para asegurarte de que no violen ninguna norma. Asegúrate de que tus afirmaciones sean verificables y objetivas. Amazon no tolera el uso de frases como 'el mejor' o 'garantía de por vida', a menos que tengas pruebas claras de esas afirmaciones.

Antes de publicar tu producto, revisa cada palabra y asegúrate de que no estás haciendo promesas que no puedes cumplir. Evita las trampas de las reseñas; si alguien te ofrece hacer un intercambio de opiniones, recházalo de inmediato. También, mantente al tanto de las actualizaciones de las políticas de Amazon. Hazlo proactivamente, no solo cuando ya haya un problema.

Cómo evitar problemas adicionales con las políticas:

- **Mantén tu información al día:** Revisa las políticas de Amazon periódicamente. Amazon cambia sus reglas, y es tu responsabilidad estar al tanto de las actualizaciones.
- **Haz pruebas antes de lanzar productos:** Si vas a agregar un producto nuevo, haz una revisión exhaustiva de las políticas relacionadas. Muchos vendedores cometen el error de lanzar productos sin investigar si el contenido o el tipo de afirmaciones que hacen están permitidos.
- **Usa Amazon Seller Central para aprender:** Amazon tiene recursos educativos dentro de Seller Central donde puedes estudiar las mejores prácticas, y estar informado sobre lo que está permitido y lo que no.
- **Planifica un plan de acción ante cualquier error:** Si cometiste un error, reacciona rápido. Crea un plan de acción detallado para corregir cualquier violación y demostrar tu compromiso con las políticas de Amazon. Cuanto antes lo hagas, menos tiempo perderás en la restauración de tu cuenta.

Recuerda:

Cumplir con las políticas de Amazon no solo te protege de sanciones, sino que también garantiza que tus clientes reciban un servicio de calidad. Una vez que te acostumbras a seguir las reglas, tu experiencia como vendedor será mucho más fluida y exitosa.

3. Estrategias para mejorar la visibilidad, optimización y conversión de tus productos

Para escalar en Amazon no basta con estar. Hay que destacar. Y para destacar, necesitas dos cosas: visibilidad, optimización constante y conversión. A continuación te muestro estrategias comprobadas que están funcionando hoy en día. Si las aplicas bien, verás resultados.

SEO Optimizado: Sin SEO, es como si tu producto estuviera flotando en medio del océano, sin saber que hay al norte, y al sur. ¿Cómo te van a comprar?

El algoritmo de Amazon necesita entender tu producto para mostrarlo. Si no trabajas el SEO, estás invisible.



ESTRATEGIA:

-Investiga palabras clave reales con herramientas como Helium 10, Jungle Scout o Cerebro.

-Asegúrate de que tus keywords estén bien distribuidas en el título, bullets, descripción y backend.

-No repitas palabras. Usa sinónimos y long tails para captar más búsquedas.

Ejemplo práctico:

Un vendedor de rodilleras pasó de la página 7 a la 1 solo cambiando su título: añadió “deportivas, para Crossfit y running”. Resultado: +300% de tráfico en 14 días.

Consejo:

El SEO no es magia, es método. Aporta variedad de términos, pero siempre con sentido para el usuario.

Imágenes que rompen patrones

La mayoría de vendedores usan las mismas fotos de estudio. Eso aburre. Tu misión es destacar visualmente desde el primer segundo.

Estrategia:

Usa colores distintos al de tu competencia (si todos usan fondo blanco, tú prueba un entorno contextual).

Crea fotos lifestyle con el producto en uso real.

Añade infografías con beneficios y diferencias.

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
|  <p>Heromesh® 30W Cargador USB-C Fuente de 2 Puertos USB A+C con 2m Cable de Carga PD Cargador rápido Compatible con iPhone 15/16 Pro...</p> <p>1199€ 1538€ con un cupón Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido. Añadir a la cesta</p> |  <p>Heromesh® Paquete de 2 Cables de Carga rápida para iPhone de 2m (Certificado Apple MFi) USB Tipo C a Lightning Cable de Carga for Apple iPhone14...</p> <p>1199€ 1630€/Comisil Ahorra 5 % al comprar 4 de esta selección Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido. Entrega más rápida el dom, 20 de abr Añadir a la cesta</p> |  <p>Belkin Cargador de Pared Doble USB Tipo C de 65 W, Carga Rápida 3.0 con Tecnología GaN, cargador USB para iPhone 16, 15, 14, 13, iPad Pro, Air...</p> <p>3399€ Recomendado: alibaba Entrega GRATIS entre el 22 - 23 de abr Más opciones de compra 29,56 € (22+ ofertas usadas y nuevas) Recíbelo más rápido Añadir a la cesta</p> |  <p>2 Pinos Cargador de Pared USB-C GaN 65W USB-C Enchufe de Cargador Carga Rápida Adaptador Corriente Tipo-C PD3.0 Charger para...</p> <p>2899€ Ahorra 5 % al comprar 4 de esta selección Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido. Entrega más rápida el dom, 20 de abr Añadir a la cesta</p> |  <p>70W Cargador USB-C Compatible para MacBook Air MacBook Pro 13 14 15 16 Pulgadas 2024 2023 2022 2021 2020, M1 M2 M3 Mac Portátil...</p> <p>2699€ con un cupón Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido. Entrega más rápida el dom, 20 de abr Añadir a la cesta</p> |
|  <p>Cargador Xiaomi 33W para Redmi 13, Note 13, 13Pro, 12S, 12, 11S, Xiaomi 11, Lite 11i, Mi Pad 5, 6, Xiaomi Proto X5,Xiaomi Tipo C...</p> <p>1099€ Recomendado: alibaba Ahorra 5 % al comprar 4 de esta selección Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido. Entrega más rápida el dom, 20 de abr Añadir a la cesta</p> |  <p>Heromesh® Cable USB-C a USB-C para iPhone 16/15/Max/Pro/Mini, paquete de 2 60W USB-A a Cable USB 19ft, tipo de cable de carga para...</p> <p>999€ 1,000€/unidad Ahorra 5 % al comprar 4 de esta selección Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido. Entrega más rápida el dom, 20 de abr Añadir a la cesta</p> |  <p>Heromesh® Egletes Enchufes Ladron Enchufes Regleta Enchufe Plano 4000u,Enchufe Multípote, 3 USB, 1 Tipo-C y Interruptor, Cargador USB...</p> <p>1899€ Ahorra 5 % al comprar 4 de esta selección Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido. Entrega más rápida el dom, 20 de abr Añadir a la cesta</p> |  <p>Heromesh® KAIMENGLONG Adaptive Cargador Rápido para Samsung Galaxy S22 S21 S21FE S21+ S20FE S20 S20 Ultra S10 S10e S9 S8 A80 A72 A71...</p> <p>999€ 1,000€/unidad Ahorra 5 % al comprar 4 de esta selección Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido. Entrega más rápida el dom, 20 de abr Añadir a la cesta</p> |  <p>Heromesh® NIU Cable USB A USB-C, (2m) QC 3.0 y 3.1A Cable USB-C Carga Rápida, Alicacion Trenzado de Nylon Cable USB Tipo-C Cargador Compatible...</p> <p>699€ Recomendado: alibaba Ahorra 5 % al comprar 4 de esta selección Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido. Entrega más rápida el dom, 20 de abr 1 característica de sostenibilidad Añadir a la cesta</p> |

¿Cual de todos los cargadores está rompiendo los patrones?

Exacto, los cargadores negros se están diferenciando, y precisamente son los que mas estan vendiendo, de echo, hay uno que es Best Seller:

Cumple todo lo que hablamos antes:

- *Buen titulo (con SEO):*
- *Rompe patrones con las fotos de la competencia*
- *Buen precio (también diferenciado)*
- *Calidad y buen cumplimiento de la normativa.*

Más vendido



Patrocinado

INIU Cable USB A USB C, [2m] QC 3,0 y 3,1A Cable USB C Carga Rapida, Aleación Trenzado de Nylon Cable USB Tipo C Cargador Compatible c...

4,6 ★★★★★ (27,7 mil)

4 mil+ comprados el mes pasado

6⁹⁹ € Recomendado: 9,99€

Ahorra 5 % al comprar 4 de esta selección

Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido

Entrega más rápida el dom, 20 de abr

1 característica de sostenibilidad

Añadir a la cesta



Patrocinado

KAIMENGLONG Adaptive Cargador Rápido para Samsung Galaxy S22 S21 S21FE S21+ S20FE S20 S20 Ultra S10 S10e S9 S8 A80 A72 A71 A51...

4,0 ★★★★★ (2,6 mil)

100+ comprados el mes pasado

9⁹⁸ €

9,48 € con un cupón

Entrega GRATIS el mar, 22 de abr en tu primer pedido

Entrega más rápida el dom, 20 de abr

Añadir a la cesta



A+ Content bien trabajado

Aprovecha el contenido A+ para educar, emocionar y convertir. Es gratis si eres brand registered.

Estrategia:

Comparativas con productos genéricos.

Historia de marca emocional.

Beneficios visuales, no solo texto.

Ejemplo práctico:

Una marca de suplementos subió su conversión del 8% al 13% tras implementar un A+ con testimonios e infografías.

Consejo:

Si tu A+ parece un folleto aburrido, nadie lo leerá. Que sea visual, con textos breves y bien diseñados.



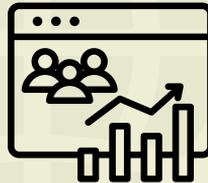
*Estas simples
imagenes te
pueden hacer
vender hasta un
x3 mas*

Tráfico externo (TikTok, Instagram, influencers)

Amazon premia las visitas externas con más visibilidad orgánica. Además, puedes generar una comunidad real que compre más de una vez.

Estrategia:

- Crea videos cortos en TikTok enseñando el producto en uso.
- Colabora con microinfluencers en Instagram.
- Usa Amazon Attribution para medir qué fuente te da mejores resultados.



Ejemplo:

Una marca de organizadores de escritorio triplicó sus ventas al viralizar un video en TikTok mostrando el antes y después de una mesa.

Consejo:

El tráfico externo no es solo para generar ventas, también mejora tu posicionamiento interno en Amazon. Es una palanca brutal.

4. Por qué tu PPC está perdiendo dinero y cómo solucionarlo

El PPC en Amazon puede ser una herramienta brutal para escalar tu negocio... o una máquina de quemar dinero si no sabes cómo manejarlo. Aquí te explico por qué estás perdiendo dinero (aunque no lo sepas) y cómo revertir la situación.



Razones por las que tu PPC está perdiendo dinero:

4.1 Campañas sin estructura ni objetivos definidos

Muchos lanzan campañas sin saber lo que buscan: ¿ventas? ¿visibilidad? ¿palabras clave nuevas? Sin un objetivo claro, es imposible optimizar.

Qué pasa:

Gastas en clics que no convierten porque no estás midiendo ni ajustando nada.



Ejemplo real:

Un vendedor lanzó 5 campañas automáticas sin revisarlas. Gastó 300 € en una semana sin ni una venta. ¿Por qué? No segmentó, no optimizó y no excluyó palabras clave irrelevantes.

Consejo:

Siempre empieza con una campaña de descubrimiento, luego separa en campañas por tipo de match y producto. Y mide ROAS o ACOS SEMANALMENTE.



4.2 No tienes segmentadas tus campañas

Uno de los errores más comunes: meter todas las palabras clave en una sola campaña esperando que Amazon haga magia. Pero eso no pasa.



Qué pasa:

Sin segmentación, los datos se mezclan, el presupuesto se reparte mal y no puedes saber qué está funcionando realmente. Algunas keywords se comen todo el dinero sin convertir, mientras otras con potencial ni se muestran.

Consejo:

Divide y vencerás. Crea campañas separadas con objetivos claros:

- Genéricas:** Para captar tráfico nuevo (ej: “botella deportiva”).
- De marca:** Para proteger tu nombre (ej: “Botellas FitZone”).
- De competencia:** Para aparecer junto a marcas rivales.
- ASIN targeting:** Para mostrarte dentro de fichas específicas donde puedes destacar.

Esto te permite ajustar pujas individualmente, ver qué estrategia convierte mejor y cortar lo que no da resultados. Ganas control, eficiencia y ROI.



4.3 No analizas las métricas importantes



Muchos vendedores solo miran el ACoS, pero ese número por sí solo no refleja el verdadero rendimiento de tus campañas.

Qué pasa:

Un ACoS bajo puede parecer positivo, pero si las palabras clave no generan ventas reales, el gasto publicitario no se justifica. Un ACoS alto podría ser aceptable si las keywords están atrayendo clientes de alto valor.

Consejo:

No te limites al ACoS. Mira también estas métricas clave:



-Total ACoS (TACoS): Incluye ventas orgánicas + PPC, mostrando la rentabilidad general.

-CTR (Porcentaje de clics convertidos): Un CTR bajo puede indicar que tus keywords o tu listing no son lo suficientemente atractivos.

-Coste por venta (CPS): Mide el coste total de publicidad por cada venta.

Ejemplo:

Imagina que vendes una línea de auriculares. Tienes dos keywords: “auriculares baratos” y “auriculares premium”:

“Auriculares baratos” tiene un ACoS bajo, pero no genera ventas.

“Auriculares premium” tiene un ACoS alto, pero cada venta trae un cliente dispuesto a gastar más.

Si solo miras el ACoS, podrías pensar que la campaña con ACoS bajo es la mejor, pero en realidad, la campaña con ACoS alto es la que te está trayendo clientes de más valor.

4.4 No optimizas tu listing antes de hacer PPC



Si tu ficha de producto no está optimizada, todo el tráfico que consigas con PPC será en vano. Es como poner un anuncio atractivo pero con una tienda desordenada que nadie quiere entrar.

Qué pasa:

Si inviertes en PPC y tus fotos, título o bullet points no están optimizados, estarás pagando por visitas que no se convierten en ventas. Esto no solo es un mal gasto, sino que también afectará tu ranking orgánico a largo plazo.

Consejo:

Antes de lanzar una campaña PPC, asegúrate de que tu listado esté totalmente optimizado. Aquí tienes lo que debes mejorar (Hemos hablado de ello en el punto 3):

-SEO del título y bullets:

-A+ Content: ducto y te permite destacarte frente a la competencia.

-Reseñas: Usa Amazon VINE, si te cuesta conseguir reseñas al principio.



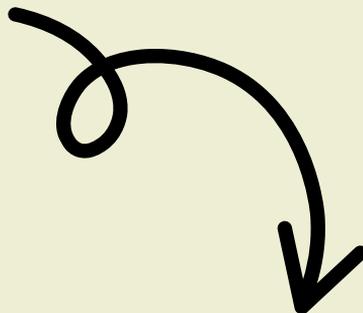
Ejemplo:

Un vendedor de mochilas para senderismo decidió mejorar su listado antes de lanzar una campaña de PPC. Rediseñó sus fotos, incluyó imágenes lifestyle mostrando a personas usando las mochilas en la montaña, y optimizó su título y bullets con palabras clave más específicas. En cuanto lanzó su PPC, vio un aumento del 30% en las conversiones y un ACoS mucho más bajo.



TENGO UNA ESTRATEGIA PROBADA DE PPC QUE APLICO A MIS CLIENTES PARA MULTIPLICAR TUS CONVERSIONES PERSONALMENTE. AL FINAL DE ESTE EBOOK TE CUENTO COMO TU, PODRÍAS IMPLEMENTARLA TAMBIÉN. PD: NO TE VA A COSTAR 1000 NI 2000 EUROS COMO MUCHAS AGENCIAS...

SIGAMOS



5 Cómo escalar tu cuenta de manera eficiente

Escalar en Amazon no se trata de añadir productos al azar o duplicar presupuesto sin más. Escalar de forma profesional es aplicar un plan estratégico, optimizado y basado en datos. Aquí te dejo las claves reales para hacerlo bien:

5.1 Crea un sistema de productos ganadores (y evita vender “más de lo mismo”)

Escalar no es solo lanzar más productos, sino lanzar productos con más potencial. Muchos vendedores fallan aquí: repiten el mismo modelo, con el mismo branding, en mercados saturados.

Consejo:

-Estudia los subnichos donde ya tienes ventas y busca qué le falta al cliente actual.

-Usa la herramienta de “Market Tracker” (Helium10) o “Product Opportunity Explorer” de Amazon para detectar patrones de búsqueda con poca competencia.

-Apuesta por productos con margen real, buena logística y posibilidad de crear una marca.

Escala con intención, no por volumen.



5.2 Crea un embudo fuera de Amazon para alimentar tu cuenta



El tráfico externo es una de las claves más potentes para escalar una cuenta sin depender solo del PPC. Y Amazon lo premia con mejor posicionamiento.

Estrategias que funcionan:



Crea una cuenta de Instagram y TikTok donde muestres cómo se usa tu producto, resultados, comparaciones, trucos.

Crea un lead magnet (ej: una mini guía gratis) en una landing y capta emails. Luego redirígelos a tu producto con una oferta.

Usa influencers micro para conseguir ventas iniciales y reviews.



El vendedor que controle tráfico externo será el que escale más rápido y más fuerte.

5.3 Optimiza la rentabilidad antes de aumentar el presupuesto

Muchos creen que escalar es meter más presupuesto a lo loco. No. Primero debes maximizar cada euro invertido.

Cómo hacerlo:

-Analiza el TACoS, no solo el ACoS.

-Pausa palabras clave que gastan pero no venden.

-Aumenta el CTR del listing para pagar menos por clic (mejorando imágenes, título y reviews).

No escales campañas malas. Escala lo que ya da beneficios.



4. Aprovecha campañas de remarketing y branded (marca)

Muchos vendedores descuidan su propio tráfico. Y hay gente que ya ha visto tu producto, pero aún no ha comprado.

Estrategias clave:



- *Crea campañas de remarketing (Sponsored Display) para impactar a los visitantes que no compraron.*
- *Haz campañas de marca (Sponsored Brands + Vídeo) para reforzar tu presencia y proteger tus resultados.*

Un cliente necesita ver tu producto varias veces para confiar. Ahí es donde escalas realmente.

5. Lanza productos complementarios que se vendan juntos (cross-selling)

La manera más rentable de escalar no es solo lanzar nuevos productos, sino crear un catálogo que se retroalimente entre sí.

Haz esto:

- *Identifica qué productos se compran juntos (Amazon lo muestra abajo de cada listing).*
- *Crea bundles o lanzamientos secuenciales.*
- *Aprovecha el contenido A+ y los módulos de "Otros productos de esta marca" para hacer cross-selling dentro del mismo listing.*

Cuanto más ventas al mismo cliente, menos te cuesta conseguirlo.





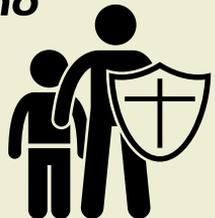
5.6 Protege tu margen y tus operaciones

Un error común al escalar es perder el control del negocio por mal cálculo.

Aspectos clave que debes tener claros:

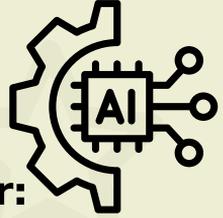
- **Coste exacto por producto (incluye PPC, comisiones, logística, aduanas...).**
- **Punto de equilibrio: cuánto puedes invertir sin entrar en pérdidas.**
- **Reposición: mantén stock sin sobrecomprar. Usa herramientas como SoStocked o Forecast.ly.**

Escalar sin números claros es como acelerar con los ojos cerrados.



5.7 Automatiza lo repetitivo y céntrate en lo estratégico

Si estás haciendo tú mismo el 100% de las tareas, no estás escalando: estás sobreviviendo.



Qué puedes automatizar o delegar:

- **Gestión de PPC** → Usa herramientas como Perpetua, Quartile o un freelancer.
- **Creación de imágenes** → Usa un diseñador o herramientas como Canva + Midjourney para pruebas.
- **Análisis de métricas** → Ten dashboards automáticos con DataHawk, Sellerboard o Google Sheets + integraciones

Tu valor está en tomar decisiones, no en hacer tareas repetitivas.

¿Quieres que implemente todo lo de este ebook por ti?

Ya tienes el conocimiento. Ahora tienes dos caminos:

◆ **Camino 1:** *Poner en práctica todo lo que has aprendido aquí, paso a paso, con tiempo, pruebas y errores.*

◆ **Camino 2:** *Dejar que un profesional lo haga por ti, aplicando exactamente estas estrategias para que empieces a ver resultados antes y sin complicaciones.*

Yo me encargo de todo

- ✓ ANALIZO TU CUENTA Y DETECTO LOS ERRORES QUE TE ESTÁN FRENANDO.
- ✓ OPTIMIZO TU FICHA DE PRODUCTO CON SEO REAL QUE CONVIERTE.
- ✓ CREO CAMPAÑAS DE PPC SEGMENTADAS, RENTABLES Y CON SEGUIMIENTO SEMANAL.
- ✓ TE AYUDO A ESCALAR TU CUENTA CON ESTRATEGIAS DE VISIBILIDAD, EMBUDOS EXTERNOS Y PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS.
- ✓ TE ENTREGO INFORMES CLAROS PARA QUE SEPAS QUÉ ESTÁ FUNCIONANDO EN CADA MOMENTO.

TAN SOLO ESCRÍBENOS (DEJO ABIERTAS 5 PLAZAS POR EL MOMENTO), O RESERVA AQUÍ:

keaxagency@gmail.com

[CLICK AQUÍ PARA MI LINKEDIN](#)