

100 KPIs de Ecommerce aplicadas al Retail Físico

Comparativa completa entre KPIs digitales y su interpretación en tienda física

KPI en Ecommerce	Equivalente en Retail	¿Se mide en Retail?
CTR (Click Through Rate)	Personas que entran tras ver el escaparate	Rara vez
Tasa de rebote	Clientes que entran y salen sin comprar	A veces, no sistemáticamente
Tiempo en página	Tiempo en tienda	A veces, con sensores o cámaras
Scroll depth	Zonas del local recorridas	Raramente
Conversión	% de visitantes que compran	Estimado visualmente
CPA (Coste por adquisición)	Coste por cada venta	Muy difícil de calcular
ROAS	Retorno de acciones promocionales	Sí, de forma general
Leads generados	Clientes que dejan sus datos	Poco frecuente
Engagement (redes sociales)	Clientes que comentan o recomiendan	No medido
Embudo de conversión	Proceso ver/tocar/preguntar/comprar	No se mapea
Páginas por sesión	Zonas visitadas del local	Raramente
Recurrentes vs nuevos	Clientes fieles vs nuevos	Sí
Valor medio por pedido	Ticket medio	Sí
Abandono de carrito	Clientes que se arrepienten antes de pagar	No se mide
Velocidad de carga	Rapidez en atención	No se mide, pero se percibe
Errores 404	Producto fuera de stock o no encontrado	Sí
Tasa de clic en newsletter	Clientes que responden a mailing físico	No se mide
Click-to-call	Llamadas recibidas tras ver escaparate	No medido
Visitas orgánicas	Clientes que vienen sin haber visto anuncio	No medido
Visitas de pago	Clientes traídos por promoción	A veces
Tráfico por canal	Origen de clientes (boca a boca, cartel...)	No se mide
Scroll en home	Tiempo mirando escaparate	No medido
Tasa de apertura de email	Personas que abren publicidad en buzón	No medido
Número de impresiones	Gente que ve el cartel o escaparate	Estimado
Eventos por sesión	Acciones realizadas por cliente	No medido
Tasa de conversión de landing	Conversión de acción promocional	Sí, si se mide bien
Formulario completado	Cliente que deja ficha o encuesta	A veces
Sesiones por usuario	Visitas recurrentes	Sí
Tiempo hasta conversión	Tiempo hasta decidir comprar	No se mide
Carrito medio	Unidades por ticket	Sí
ROI por canal	ROI por acción promocional	Sí
Tasa de salida	Dónde abandona el cliente el recorrido	No medido
Tasa de retención	Fidelidad	Sí

100 KPIs de Ecommerce aplicadas al Retail Físico

Coste por clic (CPC)	Coste por atraer a un cliente	No calculado
Click en botón de WhatsApp	Cliente que pide ayuda en tienda	No se mide
Video views	Clientes que ven una demo	Sí, si hay muestras
Test A/B	Comparación entre dos presentaciones o zonas	Rara vez
Checkout completado	Compra finalizada	Sí
Customer lifetime value	Valor del cliente a largo plazo	Difícil de medir
Upselling rate	Venta de productos complementarios	Sí
Cross selling	Venta cruzada	Sí
Click-through to product	Interés por un producto	No medido
Tasa de suscripción	Clientes que se registran en un programa	Sí
Interacciones por sesión	Interacciones por visita	No medido
Tasa de devolución	Devoluciones	Sí
NPS	Satisfacción del cliente	Sí, si se encuesta
Bounce de email	Publicidad que no llega o se ignora	No medido
Tiempo de carga por página	Velocidad en la experiencia	No medido
Tasa de salida por URL	Zona del local que provoca abandono	No medido
Exit rate	Clientes que abandonan sin llegar al fondo del local	No medido
Número de sesiones	Visitas al local	Sí, con conteo manual o sensores
Páginas vistas	Estantes o secciones visitadas	No medido
Redención de cupón digital	Uso de vales físicos o descuentos	Sí
Interacción con banners	Interacción con cartelera en tienda	No medido
Tasa de clic en CTA	Clientes que responden a carteles/acciones	No medido
Formularios abandonados	Clientes que empiezan proceso de fidelización y no terminan	No medido
Errores en checkout	Problemas en caja	Sí
Campañas activas	Promociones visibles en tienda	Sí
Testimonios o reseñas	Opiniones en tienda o buzón de sugerencias	A veces
Engagement con stories	Clientes que interactúan con pantallas o animaciones	No medido
Newsletter activas	Boletines físicos o comunicados en tienda	Rara vez
Tasa de activación de cuenta	Clientes que se registran en programa fidelización	Sí
Interacciones por producto	Clientes que tocan, prueban o preguntan por un producto	No medido
Tasa de repetición de compra	Clientes que vuelven a comprar	Sí
Tasa de retención mensual	Clientes que repiten mensualmente	A veces
Valor del carrito abandonado	Potencial pérdida por clientes que se marchan	No medido
CTR por dispositivo	Clientes atraídos por digital en móviles	No aplicable
Compras móviles	Clientes que usan móvil para comparar en tienda	Sí, si se observa

100 KPIs de Ecommerce aplicadas al Retail Físico

Check-ins físicos	Clientes que escanean o se registran	Sí
Referencias desde buscadores	Clientes que llegan tras buscar online	No se mide
Tráfico directo	Clientes habituales o de referencia directa	No medido
Tráfico por email	Clientes que vienen tras recibir un email	A veces
Campañas de retargeting	Carteles que recuerdan promociones anteriores	No aplicable
Tasa de asistencia a evento	Clientes que acuden a actividades en tienda	Sí
Clientes omnicanal	Clientes que combinan online y tienda	Difícil de identificar
Conversión desde app	Compras iniciadas en app y finalizadas en tienda	No medido
Usuarios únicos	Clientes individuales	Sí, si se identifica
Segmentación por comportamiento	Agrupación por hábitos en tienda	No habitual
Tasa de cancelación	Devoluciones o anulaciones	Sí
Tasa de actualización de perfil	Clientes que modifican datos	No se mide
Coste por impresión	Coste de materiales visuales por cliente	Rara vez calculado
Coste por visita	Gasto medio para atraer una visita	No calculado
Influencers impactados	Clientes que visitan tras recomendación	No medido
Duración media por zona	Tiempo en secciones concretas	A veces, con sensores
Rendimiento por categoría	Ventas por familia de producto	Sí
CTR de productos sugeridos	Interés en cross-selling físico	No medido
Productos añadidos a favoritos	Productos por los que preguntan pero no compran	No medido
Duración del audio en tienda	Música activa y su efecto	No medido
Campañas con influencers	Colaboraciones visibles en tienda	Sí
Tasa de visualización de vídeo	Clientes que miran pantallas	Rara vez
Tasa de interacción con catálogo	Clientes que hojean folletos	No medido
Rebote por tipo de tráfico	Abandono según origen del cliente	No medido
User Flow	Ruta habitual del cliente por la tienda	No mapeado
Click en carruseles	Clientes que interactúan con pantallas táctiles	Rara vez
Participación en encuestas	Clientes que responden cuestionarios	Sí
Descuento aplicado	Promociones ejecutadas en caja	Sí