

Tips para mejorar la conversion de tu tienda de cafe de especialidad

Una guia breve para tostadores que quieren vender mejor online sin perder claridad, criterio ni margen. El objetivo no es meter mas widgets, sino quitar friccion en los momentos donde hoy la compra se enfria.

Si tu cafe es bueno pero la tienda obliga a pensar demasiado, casi siempre hay palancas claras: selector de molido, lectura de la ficha, construccion de packs, suscripcion y recompra movil.

Que vas a encontrar

- Como hacer que el selector de molido ayude en vez de bloquear.
- Que debe resolver una ficha de producto para cafes complejos.
- Como plantear bundles y suscripciones sin sensacion de parche.
- Que mirar en movil para no perder recurrencia y recompra.

Berritu trabaja Shopify, CRO y arquitectura comercial para marcas que necesitan una tienda a la altura de su producto.

1. El selector de molido tiene que reducir dudas

En cafe de especialidad, el selector de molido no es un detalle tecnico: es parte del producto. Si obliga al usuario a interpretar demasiado, la conversion baja porque justo en el momento de compra aparece una duda que la tienda no resuelve.

- Agrupa los metodos de preparacion con etiquetas que la gente entienda: espresso, moka, filtro, prensa, aeropress.
- Acompaña cada opcion con una ayuda de una linea. El cliente no quiere una clase, quiere seguridad para elegir.
- Deja clara la opcion en grano como valor por defecto cuando tenga sentido comercial.
- Si vendes cafe rotativo o lotes especiales, evita selectores infinitos y muestra solo lo que cambia la decision.

Idea fuerza: si el cliente duda sobre el molido, no esta eligiendo cafe; esta gestionando riesgo.

2. La ficha debe vender el lote, no solo listar datos

Muchas fichas enseñan demasiadas cosas al mismo nivel: origen, notas, proceso, tueste, envío, suscripción y recomendaciones sin jerarquía. Para un café complejo, eso genera ruido. La ficha buena ordena la lectura para que primero se entienda, luego se compare y por último se compre.

- Arriba del todo: nombre del café, formato, notas clave y CTA visible sin tener que cazarlo.
- Debajo: una explicación corta de perfil de taza y para quien es ese café.
- Mas abajo: origen, variedad, altura, proceso y tostado presentados como apoyo, no como muro de datos.
- Usa pruebas de confianza reales: reviews útiles, frecuencia de recompra, envío y umbral gratis si aplica.

Regla práctica: la ficha tiene que responder que voy a notar, es para mi y como lo compro hoy antes de ponerse enciclopédica.

3. Bundles y suscripciones deben sentirse naturales

Cuando el bundle o la suscripción parecen un añadido técnico, el usuario percibe que la tienda le empuja. Cuando están bien planteados, ayudan a comprar mejor y a volver con menos fricción.

- Crea packs con una lógica clara: descubrimiento, espresso diario, filtro semanal, regalo o iniciación.
- En suscripción, reduce el número de decisiones simultáneas: frecuencia, cantidad y molido suelen ser suficientes.
- Deja muy visibles pausa, cambio y cancelación. La confianza mejora cuando el control es obvio.
- En recompra, usa atajos: volver a pedir lo mismo, recordatorios útiles y acceso rápido desde móvil.

Si la recurrencia se siente complicada, el cliente no la interpreta como servicio; la interpreta como compromiso.

4. La conversion de cafe se juega mucho en movil

Buena parte de la primera visita y de la recompra ocurre en el telefono. Si el sitio tarda, si el CTA desaparece o si el selector salta raro, la tienda pierde inercia justo donde deberia ser mas facil comprar.

- Revisa velocidad real en fichas y carrito, no solo en la home.
- Mantén CTA y resumen de compra visibles sin tapar información importante.
- Simplifica bloques visuales pesados, sliders innecesarios y apps que cargan antes de tiempo.
- Piensa la recompra como un camino corto: entrar, identificar el café, ajustar molido o frecuencia y confirmar.

La tienda no tiene que impresionar en movil: tiene que mantener el impulso de compra.

5. Siguiete paso recomendado

Haz una revision sencilla de tu tienda con estas cinco preguntas: el molido se entiende rapido, la ficha ayuda a decidir, el bundle tiene logica, la suscripcion se percibe flexible y la recompra movil tarda menos de un minuto. Si respondes no a dos o mas, ya tienes una prioridad clara.

Si quieres una lectura externa, en Berritu revisamos tiendas de cafe desde la conversion, la arquitectura comercial y la base tecnica. Escribenos en kaixo@berritu.com o entra en berritu.com/cafe.