

Informe de ejemplo

Diagnóstico de una marca de cosmética facial y capilar en Amazon España (Marca B) · 22 de octubre de 2026

Qué es este documento. Es un ejemplo real de cómo entrego un diagnóstico. Los datos son públicos: los he leído en Amazon España el 22/10/2026 sin acceso a la cuenta. He ocultado el nombre de la marca y los códigos de producto. En el diagnóstico de tu marca, con acceso a la cuenta, reviso también publicidad, salud de la cuenta, precios, Buy Box e inventario.

6

fichas revisadas

15

mejoras concretas

7

de prioridad alta

Lo más urgente

- 1. Textos que no son del producto.** La crema facial con vitamina C tiene sus 4 viñetas hablando de brochas, maquillaje y perfumes. La mascarilla de leche de cabra dice estar «hecha de material resistente para un uso prolongado». El cliente no sabe qué compra, y Amazon (y su asistente Rufus) leen información equivocada.
- 2. Palabras clave a la vista del cliente.** El set de rutina diaria muestra una viñeta que empieza por «SEO: duradero, hidratación, cuidado, elegante». Da imagen de descuido y no ayuda a posicionar.
- 3. Fichas con 1 o 2 fotos y títulos de hasta 181 caracteres.** El límite actual de Amazon España para el título es de 75 caracteres. Dos fichas tienen una sola imagen.

Lo que está bien

- Valoraciones altas: entre 4,3 y 4,7 estrellas en las 5 fichas en las que las he comprobado.
 - Contenido A+ en las 5 fichas en las que lo he comprobado.
 - Vendidos y enviados por Amazon en las fichas comprobadas: la logística está resuelta.
- La base es buena. Lo que falla es el contenido de las fichas, y eso se corrige rápido.

Las 15 mejoras, ordenadas por prioridad

Cada mejora dice en qué ficha está, qué he visto exactamente y por qué importa. Así sabes qué tocar sin interpretar nada.

Nº	Ficha	Qué he visto (dato)	Por qué importa	Nivel
1	Crema facial vitamina C	Las 4 viñetas describen brochas, maquillaje, cuidado de la piel en general y perfumes.	El cliente no encuentra qué hace la crema; texto equivocado para Amazon y Rufus.	Alta
2	Set rutina diaria	Una viñeta visible dice «SEO: duradero, hidratación, cuidado, elegante».	Palabras clave a la vista: imagen de descuido. Su sitio es el campo oculto de palabras clave.	Alta
3	Mascarilla leche de cabra	Viñetas de plantilla: «Producto de calidad óptima», «Hecho de material resistente para un uso prolongado».	No describen una mascarilla; restan confianza.	Alta
4	Mascarilla leche de cabra	Una sola imagen.	Sin textura, modo de uso ni tamaño a la vista, la ficha suele convertir menos.	Alta
5	Exfoliante facial	Una sola imagen.	Igual que la anterior, en un producto que necesita enseñar textura y uso.	Alta
6	Crema facial caléndula	Título de 181 caracteres; la marca aparece al final.	Supera el límite de 75: riesgo de que Amazon lo recorte o lo marque; en móvil se corta.	Alta
7	Exfoliante facial	Título de 163 caracteres; la marca al final («de MARCA B»).	Mismo riesgo; la marca debe ir delante.	Alta
8	Champú leche de cabra	Título de 138 caracteres; la marca en medio.	Supera el límite de 75.	Media
9	Crema facial caléndula	Solo 2 imágenes.	Quedan huecos de imagen sin usar.	Media
10	Crema facial vitamina C	Título en inglés («Wake Me up Face Cream»).	En Amazon España se busca en español: pierde búsquedas.	Media
11	Mascarilla leche de cabra	Título de 35 caracteres sin marca, tamaño ni tipo de piel.	Faltan los datos que el cliente usa para decidir.	Media
12	Set rutina diaria	Título de 27 caracteres sin marca y sin decir qué incluye el set.	El cliente tiene que abrir la ficha para saber qué compra.	Media
13	Set rutina diaria	Viñetas genéricas («Un toque de confianza que acompaña tu estilo»).	No dan ningún dato del producto.	Media
14	Todas	La marca aparece de 3 formas: al principio, al final o no aparece.	Una estructura única ayuda a reconocer la marca y a las búsquedas de marca.	Media
15	Crema facial vitamina C	Solo 4 viñetas.	Hay 5 huecos; uno sin usar es espacio perdido.	Baja

Antes y después: títulos

Estructura única para toda la marca: **Marca + Qué es + Dato clave**, en 75 caracteres como máximo y en español.

Antes	Car.	Después (propuesta)	Car.
CALÉNDULA Crema facial calmante para piel seca, sensible o deshidratada Hidratación intensa y nutrición Vegana y con extracto de caléndula A partir de 12 años 50 ml de MARCA B	181	Marca B Crema Facial Caléndula Calmante Piel Seca y Sensible, Vegana, 50 ml	75
Champú Leche de Cabra con Keratina de MARCA B – Fortalece, Hidrata y Realza los Rizos Naturales – Sin Silicona, ni Parabenos ni SLES – 400ml	138	Marca B Champú Leche de Cabra y Queratina, Sin Silicona ni Parabenos, 400ml	75
Marca B Vitamin C.B3 Niacinamide Wake Me up Face Cream 50ml	57	Marca B Crema Facial Vitamina C y Niacinamida (B3) Wake Me Up, 50 ml	68
Mascarilla Facial de Leche de Cabra	35	Marca B Mascarilla Facial de Leche de Cabra + [tipo de piel] + [tamaño]	71
Línea X Set de Rutina Diaria	27	Marca B Set Rutina Facial Diaria Línea X + [productos que incluye]	66

Lo que va entre corchetes es información que la ficha actual no da y que tiene que confirmar la marca. Nunca invento propiedades de un producto.

Antes y después: una viñeta

Antes (crema facial vitamina C, viñeta 1)	Después (propuesta)
«Accesorios de belleza: Brochas, esponjas y herramientas para la aplicación de maquillaje.»	VITAMINA C Y NIACINAMIDA (B3): crema facial de 50 ml pensada para la rutina de mañana. [Qué aporta a la piel y para qué tipo de piel, según la ficha técnica de la marca].

Imágenes: los 7 huecos que propongo

1. Principal con fondo blanco · 2. Textura del producto · 3. Modo de uso en pasos · 4. Ingredientes clave · 5. Para qué tipo de piel o cabello · 6. Tamaño real en la mano · 7. La rutina completa de la línea.

Plan priorizado de 4 semanas

Semana 1	Corregir las viñetas equivocadas (crema vitamina C, mascarilla y set); quitar el «SEO:» visible y pasar esas palabras al campo oculto; acortar los títulos de 181 y 163 caracteres.
Semana 2	Completar las imágenes: mascarilla, exfoliante y crema de caléndula hasta 7 cada una.
Semana 3	Aplicar la estructura de título única al resto (champú, mascarilla, set y crema de vitamina C, en español).
Semana 4	Medir: sesiones y conversión de cada ficha antes y después (con acceso a la cuenta) y decidir el siguiente bloque.

Qué incluye el diagnóstico de tu marca

- Todo lo de este ejemplo, en todas tus fichas principales.
- Con acceso a la cuenta: publicidad (búsquedas que gastan sin vender), salud de la cuenta, precios y Buy Box, inventario y fichas suprimidas, variantes y reseñas.
- Un plan priorizado: qué tocar primero, qué después y por qué.
- Lo hago yo, de principio a fin, y te lo explico sin tecnicismos.

Diagnóstico de cuenta: 260 €. Para clientes fundadores, 130 €.

Garantía: si el diagnóstico no te da al menos 10 mejoras concretas (en qué ficha, qué cambiar y por qué), no lo pagas.

Sin gasto perdido: si en los 30 días siguientes contratas la gestión integral, te descuento los 130 € del primer mes.

Entrega en 2 días laborables desde que tengo acceso a la cuenta. Precio de fundador para las 5 primeras marcas, a cambio de tu opinión si quedas contento. Impuestos aparte.

Nadie puede garantizar resultados en Amazon. Lo que sí garantizo es la calidad y la utilidad de lo que te entrego.

¿Quieres el de tu marca? Escríbeme a info@insytia.com o pide antes la revisión de 3 fichas sin coste en insytia.com. Te respondo yo.

Un saludo,

Carlos Acosta · Insytia