

¿Cómo Vendo por Internet?

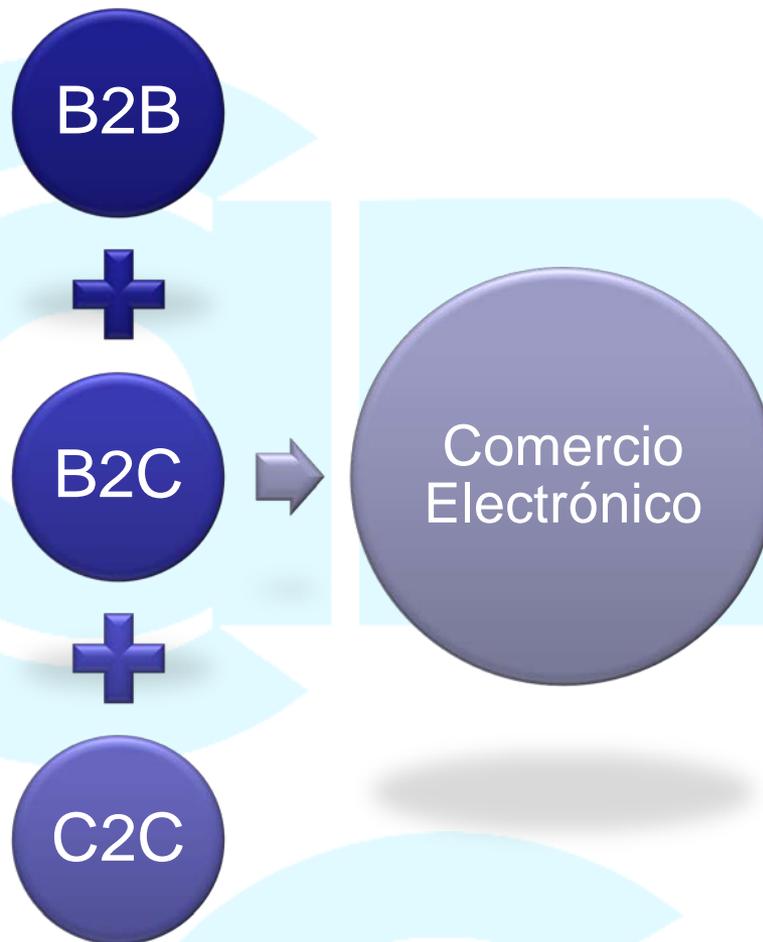
25 de marzo de 2020

Objetivos

- Presentar datos sobre el E-commerce en la Argentina
- Entender al comprador online.
- Conocer los canales disponibles para vender online.
- Descubrir qué podemos hacer para vender más y mejor.
- Conclusiones.



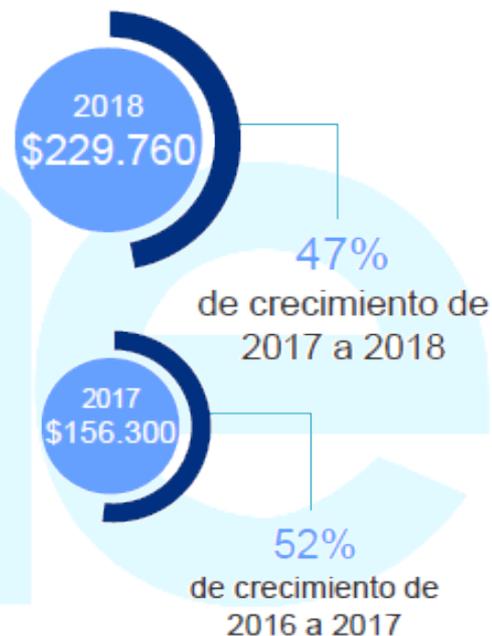
El E-commerce en la Argentina



LA FACTURACIÓN DEL E-COMMERCE EN 2019 FUE DE

\$403.278 
millones

Representa un **76%**
de crecimiento anual



Inflación anual 2019 según Indec: 53,8%

Fuente: Cámara Argentina de Comercio Electrónico

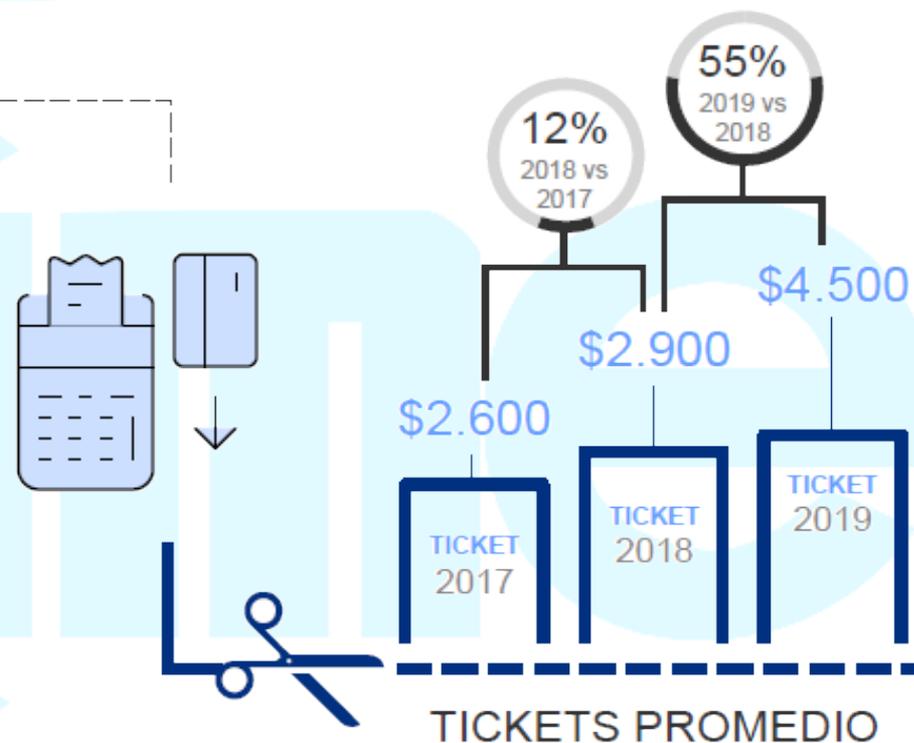
E-commerce 2019 – Ordenes de Compra

Estos más de
403 MIL MILLONES
corresponden a
89 MILLONES
de órdenes
de compra

12%
2019 vs
2018

229 MIL MILLONES de pesos | 2018
79 MILLONES de ordenes | 2018
156 MIL MILLONES de pesos | 2017
60 MILLONES de ordenes | 2017

32%
2018 vs
2017

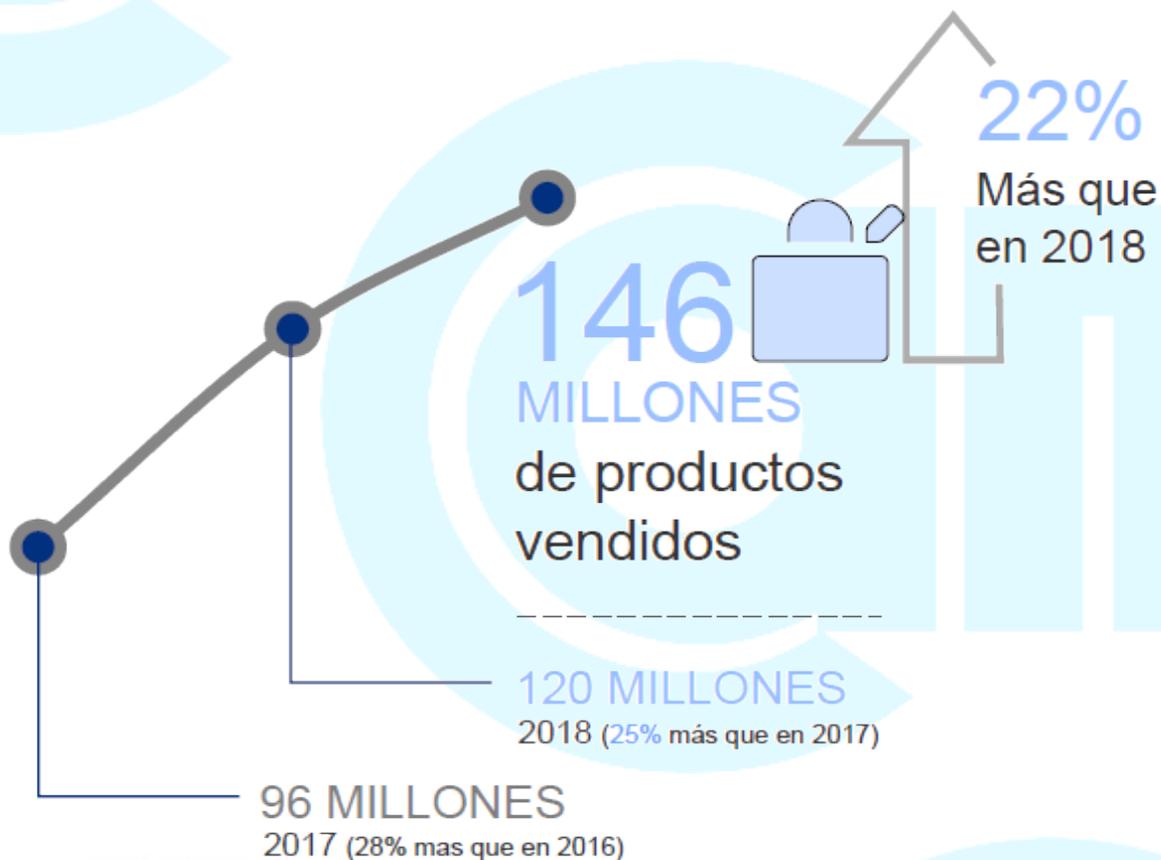


Inflación anual 2019 según Indec: 53,8%

Fuente: Cámara Argentina de Comercio Electrónico

Profesor Ing. Diego Arcusin

E-commerce 2019 – Unidades Vendidas



¿qué rubros impulsan este crecimiento en unidades?



ALIMENTOS Y BEBIDAS



ARTICULOS PARA EL HOGAR Y HERRAMIENTAS

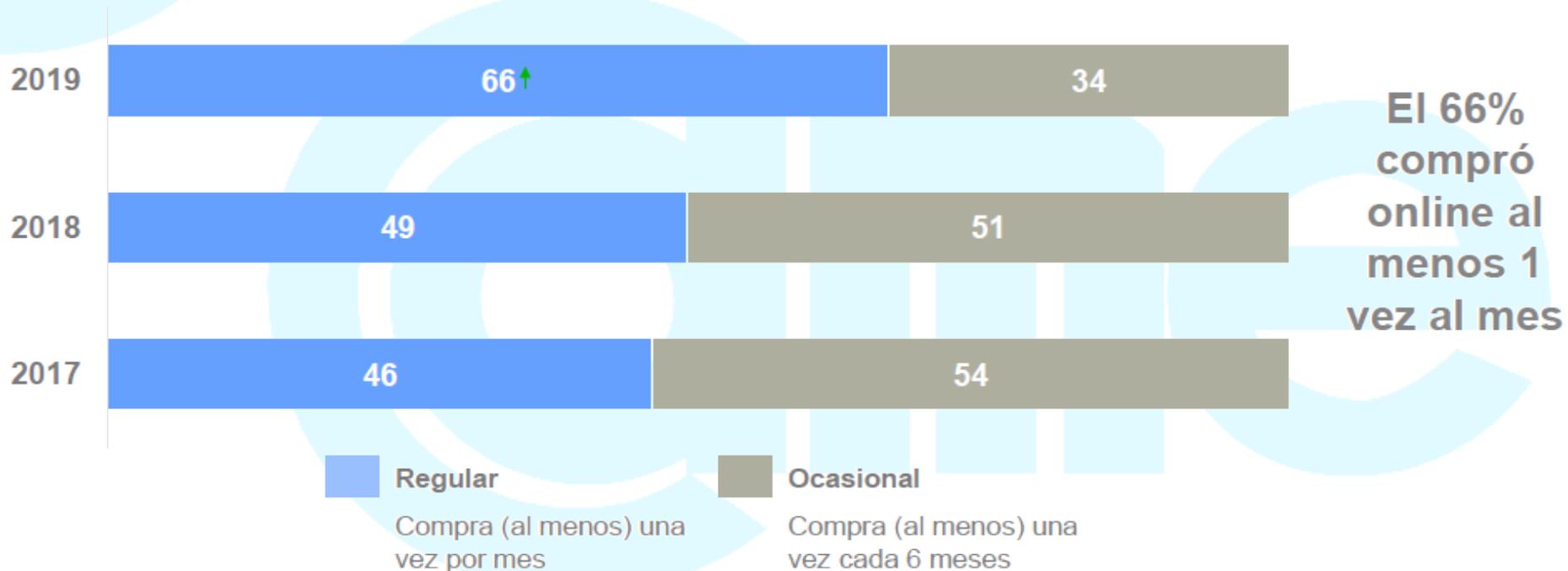


INDUMENTARIA (deportiva y no deportiva)



Fuente: Cámara Argentina de Comercio Electrónico

Cada vez compramos más seguido



Datos en %

Fuente: Cámara Argentina de Comercio Electrónico



Categorías más compradas

Ranking de categorías más populares



Ranking de categorías más populares compradas por 1° vez en 2019



Fuente: Cámara Argentina de Comercio Electrónico



Se investiga Online para comprar Offline

FUENTES DE INFORMACIÓN PRE COMPRA

92%

Buscó en alguna fuente online

Buscador de páginas webs



76%

Sitio de marketplace



50%

Sitios web de fabricantes/ marcas



34%

DISPOSITIVOS DE BÚSQUEDA UTILIZADOS

Mobile



54%

Desktop



45%

¡Tener o no presencia online impacta también en las ventas tradicionales!

Fuente: Cámara Argentina de Comercio Electrónico

El Comprador Online

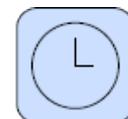
- Buscan referencias
- Comparan información
- Hablan de las Marcas
- Comentan
- Comparten
- Recomendán
- Califican
- Defienden (o Atacan)
- Influencian



¿Por qué la gente compra online?



Esfuerzo / Energía **69%**



Tiempo **53%**



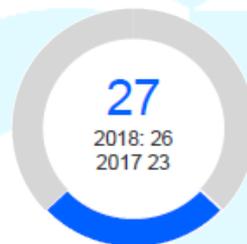
Dinero **28%**



Todo el proceso de compra me resulta fácil y sencillo de realizar



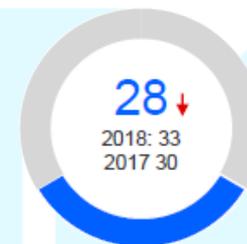
Puedo comprar en cualquier momento



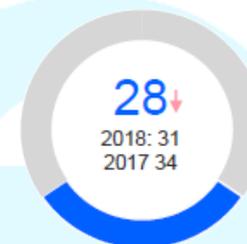
Puedo comprar y enviar a mi domicilio



Ahorro tiempo



Encuentro productos más rápidamente que en tiendas físicas



Los descuentos son mejores que en la tienda física

Datos en %



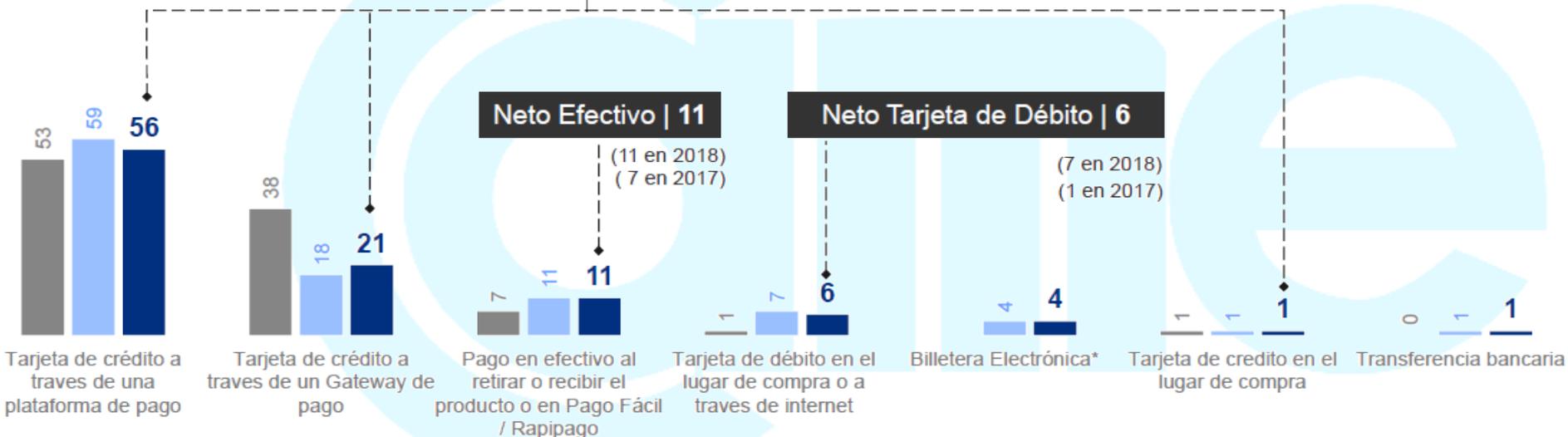
Fuente: Cámara Argentina de Comercio Electrónico

¿Cómo pagan? – Ecommerce 2019

Neto Tarjeta de Crédito | 78

(78 en 2018)
(92 en 2017)

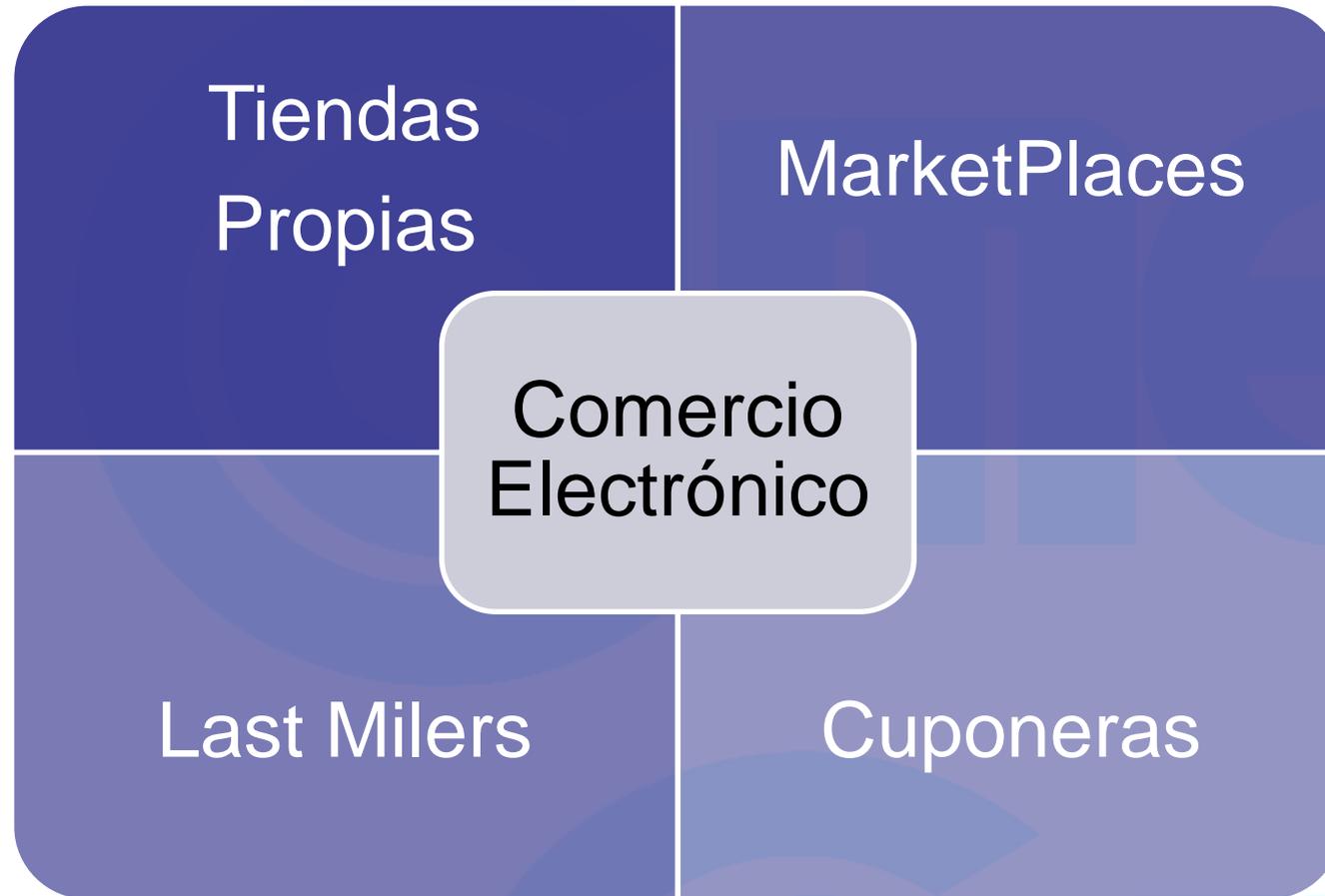
■ 2017 ■ 2018 ■ 2019



Datos en %



¿Dónde compran?



Marketplaces

¿Qué es un Marketplace?

Es un sitio web / App que utiliza tecnología de Internet para crear mercados que reúnen a compradores y vendedores.

En general su modelo de ingresos se basa en comisiones por transacciones.



mercado
libre

TURISMO CITY

amazon



tienda SALTA

ebay



PedidosYa



Alibaba.com

Marketplaces

- Ideales para comenzar a vender online o para complementar un sitio propio de Comercio Electrónico.
- Requieren poca inversión.
- Reducen las complejidades tecnológicas y de integración.
- Muy poco tiempo de implementación.
- Resuelven las complejidades de la generación de tráfico.
- Visitantes con intención de compra.
- Competencia por precio.
- Mal gestionado puede afectar el posicionamiento de la marca.

Tiendas Propias

Tiendas Propias

- Mayor complejidad tecnológica.
- Mayores tiempos de implementación.
- Requiere acciones para generar tráfico.
- Mayor Control.
- Mayor independencia.
- Menores costos variables.
- Menor competencia.



osCommerce



shopify



**mercado
shops**



PrestaShop

Woo

COMMERCE



tiendanube



Magento®



VTEX

Tiendas: Plataformas Tecnológicas

- Softwares comerciales
- Software libre
- Desarrollos a medida
- Software as a service

Al elegir la plataforma, se deben evaluar las capacidades a nivel Front-End y Back-End



**mercado
shops**

Woo

COMMERCE



osCommerce



shopify



tiendanube



PrestaShop



Magento®



VTEX

Tips para Mejorar las Ventas

Algunos Tips para la Tienda

- Incluya información que de confianza:
 - Dirección Física
 - Teléfonos
 - Datos AFIP
 - Garantías y certificaciones.
 - Historia de la Empresa
- Incorpore mecanismos de contacto ágiles
 - WhatsApp
 - Redes Sociales
 - Chat
- Integre la tienda con redes sociales y Google Mi Negocio.



¡Mas Tips para la tienda!

- Diseñe buenas experiencias de compra.
 - Facilite la lectura.
 - Facilite las búsquedas.
 - Utilice los colores inteligentemente.
 - Reduzca los tiempos de carga.
 - Pocos clicks para cerrar una compra.
 - KISS (Keep it Simple Stupid!).
- Ofrezca múltiples formas de entrega.
- Evalúe ofrecer envío gratuito.
- Incorpore múltiples medios de pago.
- Sume descuentos y financiación.
- Estimule la calificación y los reviews.



¿Cómo presentar los productos?

- Incluya la mayor cantidad de información relevante posible, pero jerarquizada.
- Características Técnicas + Ventajas y Beneficios.
- Incluya Palabras Claves para ser encontrado fácilmente.
- Múltiples imágenes detalladas del producto.
 - El producto solo (Buena Calidad, Fondo Blanco)
 - El producto en situación de uso.
 - Información técnica.
- Clarifique las variantes disponibles y facilite su selección.
- Si es posible, sume videos.
- Garantías y certificaciones.



Preguntas / Consultas

- Responda las consultas con rapidez. Respuestas tardías impactan en pérdida de ventas.
- Si una pregunta se repite sistemáticamente, evalúe incorporar la información en la descripción.



Envíos

- Ofrezca la mayor variedad de formas de entrega posibles: Retiro, Entrega en el día. Entrega standard, etc.
- Despache a tiempo la mercadería. ¡Cumpla con las expectativas de tiempos de los clientes!
- Embale apropiadamente la mercadería. Evite devoluciones y reclamos.



Minimice Reclamos y Devoluciones

- Analice las causas origen de reclamos y devoluciones.
- Incorpore información precisa en los productos que eliminen cualquier ambigüedad.
- Corrija procesos que no funcionan de la manera esperada.
- Ante dudas contáctese con el cliente para requerir información antes del envío.



- Las ventas se multiplican durante fechas especiales como HotSale, Cybermonday, Día de la Madre o Navidad.
- Incorpore ofertas para las fechas especiales.
- Analice ofrecer cuotas y envío gratuito durante los eventos.
- Asegúrese de contar con stock suficiente para el evento.
- Evalúe extender el horario de atención durante estas fechas.
- Prepare de antemano paquetes de productos de alta rotación.



¡Mas Consejos!

- Publique la mayor cantidad de productos posibles.
Mas productos = Mas ventas.
- Monitoree el stock y los productos inactivos.
- Aumente el ticket promedio ofreciendo:
 - Lotes de productos, y
 - Combos de productos que habitualmente se vendan juntos.
- Estudie a la competencia.
- Evalúe tendencias del mercado.

INTERNET

Llamar la atención

Buscadores (SEO y SEM) / Redes Sociales
Publicidad

VISITANTES RELEVANTES

Generar interés

Sitio Web: Diseño / Navegación adecuada /
Beneficios / Estrategias de Suscripción

INTERESADOS

Fomentar el deseo

Estrategias de Comunicación
Email-Mkt / WhatsApp / Redes Sociales

PROSPECTOS

Convicción + Acción

Testimonios / Casos de Éxito / Fidelización
Promociones / Llamados a acción

\$\$ CLIENTES \$\$

Algunas claves para el éxito

- Segmentar a los clientes y generar propuestas para cada segmento.
- Facilitar la navegación y simplificar los procesos de compra.
- Cuenten con herramientas flexibles e integradas con otros softwares de la empresa.
- Precio, promoción y financiamiento son claves para la compra online.
- Garantice la facilidad en la búsqueda y la consistencia entre la información online y offline.
- Aporte referencias claras, imágenes y reviews para obtener un proceso de compra exitoso que también garantice re-compra!
- Capacite adecuadamente a los RRHH involucrados.
- Comuníquese proactivamente con los clientes.
- Pruebe cambios y ¡Mida resultados!
- Piense en móvil.



The Future Is Now!



En nombre de la CAME, ¡Muchas Gracias!
Diego Arcusin

 www.digikol.com.ar

 dja@digikol.com.ar

 ar.linkedin.com/in/diegoarcusin

 [@diegoarcusin](https://www.instagram.com/diegoarcusin)