

# Mejores prácticas en el comercio electrónico



**td** tendencias digitales

Carlos  
Jiménez

# Mejores prácticas



Usabilidad

Páginas de  
productos

Check out y  
medios de  
pago

Marketing

# Usabilidad

## Velocidad de descarga rápida

Ofrecer barra de estatus de  
navegación

## Imágenes

52% de los latinoamericanos  
considera que las imágenes  
influyen sus decisiones de  
compra  
(Tendencias Digitales)

## Facilidad

Evitar grandes categorías  
de productos, pasos  
excesivos y registros  
innecesarios

## Navegación

## Carrito de compra

Visible en cada página,  
posibilidad de "guardar  
compra"

## Contacto-Chat online

52% considera que los datos de  
contacto aumentan su confianza,  
esto es 33% para el chat en línea  
(Tendencias Digitales)

# Páginas de productos

Lo básico:



- Nombre del producto
- Precio
- Fotografías
- Características
- Calificación y *reviews*
- Llamados a la acción

- Productos recomendados
- Contenidos asociados
- Aplicaciones del producto / servicio
- *Threshold messaging* (descuentos, envío gratis, etc.)
- Botones para compartir en medios sociales / *email* / *Whatsaap*
- Agregar a *wishlist*

# La transparencia de precios es clave

57% considera que los precios claros son clave en su decisión de compra

y

21% abandonó productos en el carrito por costos inesperados  
(Tendencias Digitales)



# Videos de productos y servicios

Los compradores son 64-85% más propensos a  
comprar un producto que ofrece un video  
(*Shopify*)

33% de los latinoamericanos declara que los  
videos son una fuente de información clave  
(Tendencias Digitales)

# Funcionalidad de búsqueda

- Filtros por características
- Productos sugeridos
- Autocompletado
- Ordenar resultados por: *ratings* / más vendido, nuevos productos

# Checkout y medios de pago

## Notoriedad

Botón de *checkout* grande y visible

## Simplificar registro

Usar información del *checkout* para crear la cuenta y evitar registros previos

## Carrito editable

Facilitar a los clientes agregar, eliminar o actualizar, guardar para después

## Medios de pago

Ofrecer diferentes opciones conocidas

## Envío

Comunicar claramente costos y tiempos de envío

## Confirmación

Crear página de confirmación de compra y agradecimiento + correo electrónico



# Cifras relacionadas con los envíos

(Free shipping)

**83%** Declaran que el envío gratis es el factor más importante para la decisión

(Same day delivery)

**80%** Desearían tener su paquete el mismo día  
(17% de los retailers lo ofrece, 76% ofrece *next day delivery*)  
(Fit for Commerce Omnichannel Retail Index)

**12%** Dejó productos en el carrito por tiempos de entrega no convenientes  
(Tendencias Digitales)

# Marketing

Todo comienza en la tienda online

73%

Busca información en la página del vendedor para decidir la compra  
(Tendencias Digitales)

SEO

Mejores  
prácticas

Ayudar al  
consumidor  
en su viaje

# La recompra es clave en el *ecommerce*

Aumentar  
la confianza

1

Experiencias previas 60%

2

*Reviews* 66%

3

*Ratings* 59%

4

Impacto social 32% - 47%  
(comentarios en redes, recomendaciones)

# Otras prácticas de *marketing* para el *ecommerce*

- 1 Combinar avisos publicitarios con *email marketing* (según FB incrementa la probabilidad de compra en un 22%).
- 2 Insistir con el *retargeting* para aumentar conversión
- 3 Aplicar tácticas diferenciadas de acuerdo a las diferentes fases del "viaje del consumidor"
- 4 Automatizar el *marketing* para las tareas repetitivas
- 5 Construir una comunidad alrededor del contenido
- 6 Crear *buyer personas* para 3 - 5 clientes ideales



# Email marketing: el gran aliado

Tácticas de *marketing* con mayor ROI según profesionales del *marketing*



Nota: Social media figura en 7mo. lugar con un 44% (eConsultancy)



# Mensajes finales

3  
mensajes

Datos

1

Define claramente el lugar del ecommerce en tu estrategia de negocio.

2

Para vender por internet no solamente hay que estar en internet: aplica los principios básicos de los negocios a tu ecommerce.

3

Integra los canales digitales con los puntos de venta físicos en una estrategia multicanal.

Podemos seguir esta  
conversación en:

@carlosjimeneznet



[www.carlosjimenez.info](http://www.carlosjimenez.info)