

# Retos y oportunidades para vender más en navidad

# Las proyecciones indican que las ventas durante esta navidad podrían bajar.

Fuentes: Big Commerce y Cámara de comercio electrónico

Las condiciones económicas a nivel global no son buenas en **2023**.

## 23%

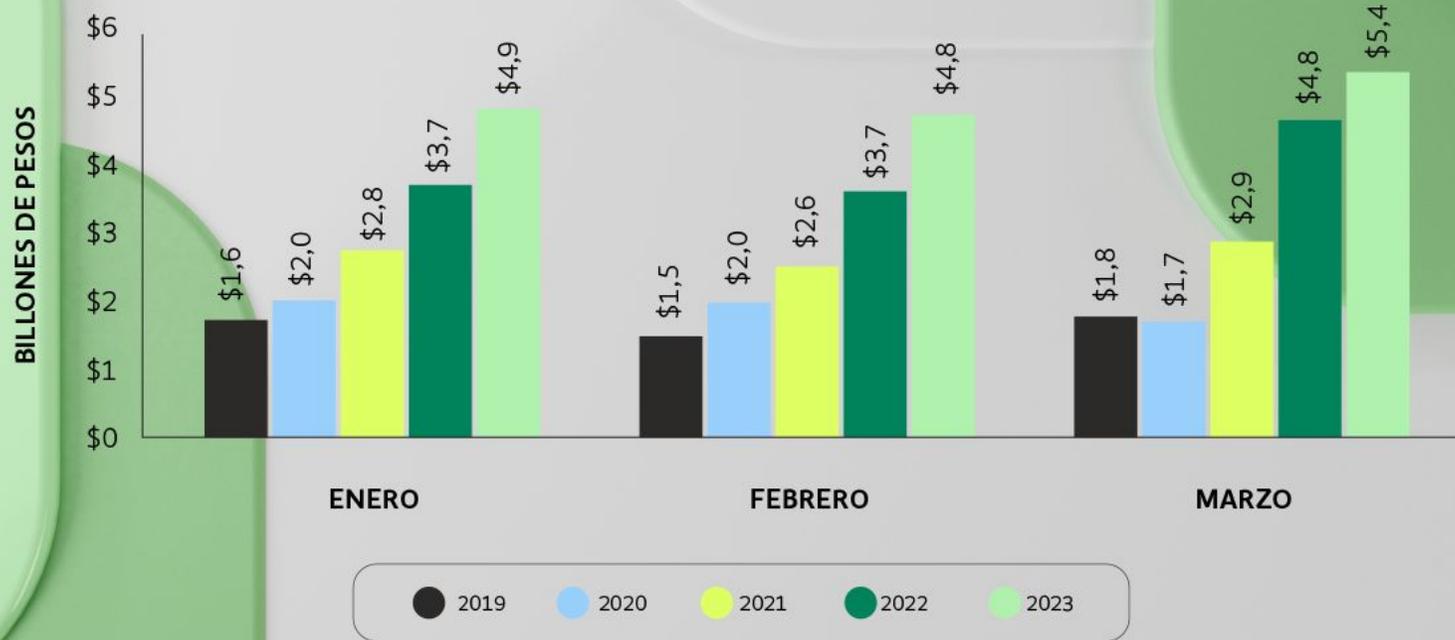
de compradores en línea dicen que la inflación les obligará a **bajar sus gastos significativamente**.

## 43%

de comerciantes en línea asegura haber ordenado menos inventario para sus tiendas que el año anterior.

En Colombia, durante el primer trimestre de 2023, la tasa de conversión promedio fue de **1.01%** una disminución de 0,19% con respecto a la tasa promedio del último trimestre de 2022.

## Valor de las ventas en línea primer trimestre 2019-2023



Fuente: Cámara de comercio electrónico

*La inflación  
está latente,  
pero el crecimiento  
del eCommerce  
sigue su curso*

**12**

Incremento en las transacciones  
en línea durante el primer  
trimestre.

**%  
24**

Incremento en el total de ventas  
en línea vs el 2022.

**%  
1073.531 de  
pesos**

Ticket promedio trimestral de las ventas en línea.

# ¿Cuánto gastan los colombianos durante navidad?

**32,8** billones de pesos



Esto gastaron los colombianos en navidad. Unos **4,9** billones de pesos **menos** que en la Navidad del 2021.

Esto representa una caída del

**12,9%** ↓



Fuente: Cámara de comercio electrónico

# ¿Qué nos motiva como colombianos a comprar en línea?

El 90% de consumidores adopta medidas para ahorrar.

El momento del pago sigue siendo un decisor crucial.



## Motivadores de compra en línea

Envío gratis

57.6%

Pago ágil y sencillo

42.1%

Envío al día siguiente

41.6%

Cupones y promociones

38.7%

Reseñas de usuarios

32.9%

Políticas de devoluciones fáciles

30.2%

Programas de fidelización

28.8%

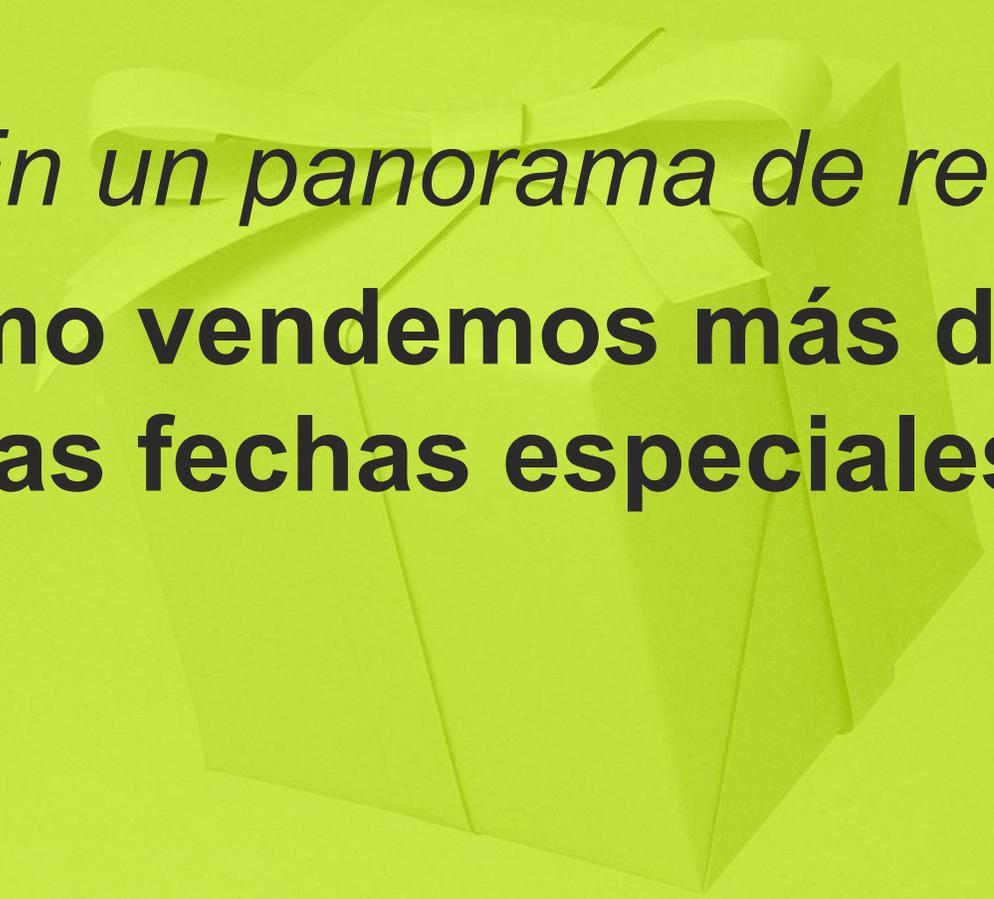
Fuente: Cámara de comercio electrónico

*Como vemos,*  
**el momento del pago se ha convertido en un factor crucial** *para las ventas en línea.*

Elegir correctamente una pasarela de pago es una decisión muy importante que deben tomar los líderes de eCommerce.

Esa decisión beneficiará la experiencia de los clientes, la facturación de la empresa e incluso el porcentaje de conversión.

**Comparar las ventajas, herramientas y medios de pago es la mejor forma de tomar la decisión correcta.**



*En un panorama de retos*  
**¿Cómo vendemos más durante  
las fechas especiales?**

# *En los detalles está el éxito*

Desde un plan de marketing enfocado en navidad, hasta el momento del pago; hay muchas cosas que podemos hacer para vender más.

# ¿Qué tecnologías podemos usar?



## Optimización de nuestro eCommerce para búsquedas de voz

Los asistentes de voz se han tomado los hogares del país (Google Nest, Alexa).



## QuickCommerce

Creación de modelos de negocio que facilitan entregas a gran velocidad (Envíos en menos de media hora, incluso). Durante las fiestas, es habitual que exista una saturación en los servicios logísticos. Si aún no has empezado a planear, hazlo desde ahora.

# ¿Qué tecnologías podemos usar?



## Inteligencia artificial en eCommerce

Existen plataformas eCommerce capaces de proveer servicios con inteligencia artificial automatizada, que pueden integrarse con chatbots, email y FAQs automáticos de venta.



## Integración con marketplaces

Plataformas como Shopify se integran con ellos para proveer una experiencia completa tanto de compra, como de venta.

# Tips para optimizar landings de producto

## ¿Qué elementos debe tener una landing page?



### **Hero Image:**

Una imagen, fotografía, gráfico, video u otro tipo de diseño que aparece al inicio de un sitio web. Sirve para destacar el mensaje, sus productos o la esencia de una compañía



### **Título:**

Corto, atractivo y optimizado para motores de búsqueda

*Tip: Si quieres asegurarte de que tu título y textos están optimizados para aparecer en Google, apóyate en las nuevas herramientas de inteligencia artificial.*



### **Párrafo de indexación:**

Redacta un texto de 400 palabras que contenga palabras clave relacionadas con tu producto o servicio. La redacción debe sentirse fluida.

*Tip: Utiliza Google Search Console para realizar un diagnóstico de posicionamiento orgánico (SEO). Realizando este diagnóstico, encontrarás la percepción de Google sobre tu página y podrás realizar mejoras para alcanzar una buena posición en motores de búsqueda.*

# Tips para optimizar landings de producto



## Contenido:

Crea vitrinas de producto con llamados a la acción muy atractivos. El precio siempre deberá estar visible y, si cuentas con beneficios exclusivos, destácalos con íconos dentro de la imagen



## Y lo más importante: *Pruébalo todo*

Anticípate al momento de vender y realiza un análisis de tráfico en tu página web.

Durante las festividades, las páginas tienden a colapsar debido al aumento de usuarios. Hacer pruebas tanto de carga, como de tu pasarela, es importante para que no tengas rebotes.

# Destaca tu eCommerce *con elementos atractivos*



Utiliza herramientas como contadores, banners y más para **dar un sentido de urgencia**

Incluye la **información sobre la fecha especial** en el home de tu sitio web

**Unifica** las comunicaciones de tus canales

Si cuentas con **reseñas de producto en tu eCommerce**, es el momento de utilizarlas, esto será decisivo para lograr conversiones



# Presupuesto y KPIs definidos: *claves para vender más*

## Define un presupuesto y canales de difusión

Para ganar hay que invertir, aunque tu inversión debe ser planificada y congruente con los objetivos que hayas establecido.

Determina los canales que usarás y el presupuesto que invertirás en dichos canales.

---

## ¿Cuáles serán tus KPIs?

Alinear tus métricas con los objetivos que trazaste durante la festividad en la que participarás es crucial para saber si cumpliste tus metas.



# Prepárate *a nivel logístico*



## Manejo de inventario:

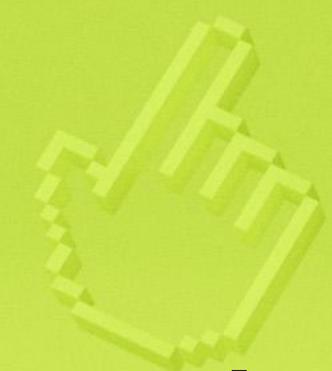
Se trata de un elemento clave para preparar tu negocio durante las festividades. Realiza proyecciones de ventas con base en fechas anteriores. Si es la primera vez que participas, los objetivos establecidos te ayudarán a proyectar el inventario que necesitas para cubrir la demanda.

Recuerda que tu inventario depende de las labores de tus colaboradores; proveedores de materias primas, mayoristas, entre otros. Por eso, lo mejor que puedes hacer es anticiparte y planear con algunos meses de ventaja.



# *Servicio al cliente*

Un solo canal de servicio no es suficiente. Durante los días especiales, las personas buscan soluciones rápidas, es importante que tengas a tu equipo capacitado y disponer de varios canales para la autogestión o la asistencia personalizada.



# Impulsa tus ventas con oportunidades *como nuestra vitrina comercial*

Impulsaremos las ventas de los comercios que hacen parte de Wompi en una vitrina comercial, que funcionará como un eCommerce durante 4 días. Ustedes se encargan de los productos, **nosotros de los esfuerzos** (pauta, posicionamiento y landing page) para que vendan más.



**Del 2 al 6 de noviembre**

# ¿Qué nos motiva como colombianos a comprar en línea?

El 90% de consumidores adopta medidas para ahorrar.

El momento del pago sigue siendo un decisor crucial.



## Motivadores de compra en línea

Envío gratis

57.6%

Pago ágil y sencillo

42.1%

Envío al día siguiente

41.6%

Cupones y promociones

38.7%

Reseñas de usuarios

32.9%

Políticas de devoluciones fáciles

30.2%

Programas de fidelización

28.8%

Fuente: Cámara de comercio electrónico

# *Démosle al pago* **la importancia que merece**



## **Uso de Chatbots para mejorar el proceso de compra**

Las barreras de los chatbots son cosa del pasado . La inteligencia artificial nos permite entrenarlos para garantizar conversaciones fluidas y casi humanas



## **Crear flujos de comunicación personalizados para cada momento de la compra**

Acompañar al usuario desde otros canales durante las etapas de awareness, consideración y decisión.



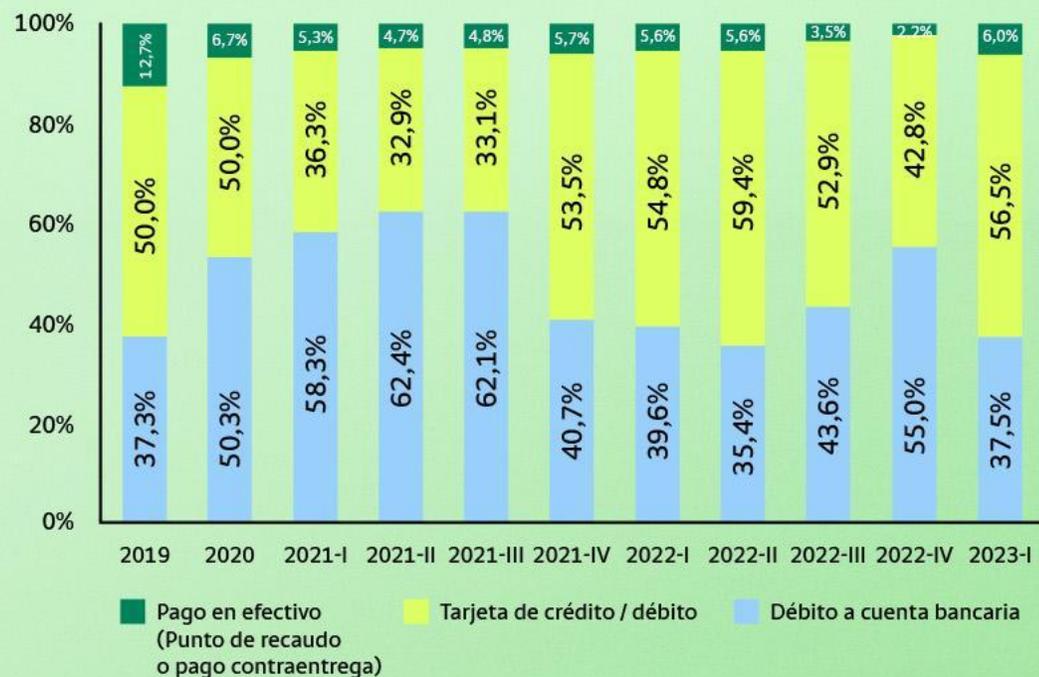
## **Proveer diferentes métodos de pago**

La variedad en los **métodos de pago** es fundamental para los usuarios. El uso de métodos como **billetteras digitales, transferencias bancarias, pagos con diferentes tipos de tarjetas o incluso otros tipos de moneda** pueden aumentar las conversiones

# Colombia: ¿Cómo se comportan los medios de pago en eCommerce durante 2023?

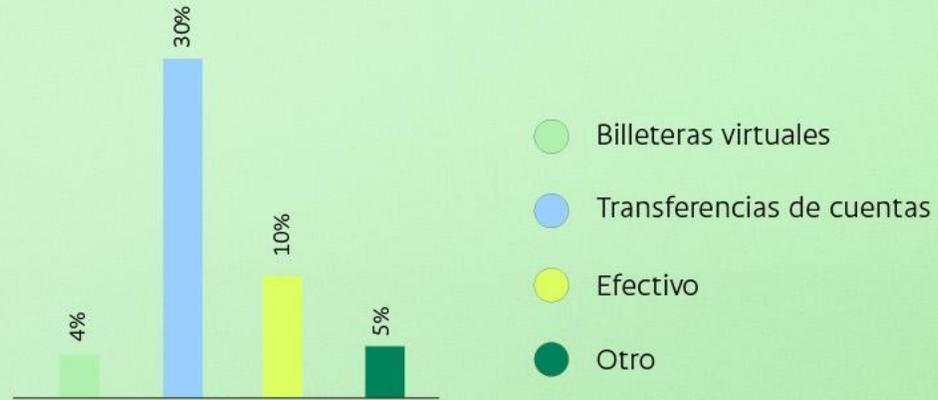
- ◆ 8% de las compras de cada persona se realizan a través de internet
- ◆ El 56% de las transacciones se realiza con tarjetas débito o crédito.
- ◆ 21% de los pagadores usan billeteras virtuales.

Fuente: Cámara de comercio electrónico





# Métodos alternativos de pago más usados en Colombia



1



Tenemos las tarifas más bajas el mercado y **el primer mes gratis** en el plan avanzado.

2



Recibimos tarjetas de **cualquier banco o país.**

3



Te abonamos todos los días hábiles **sin que te cueste más.**

4



Tenemos medios exclusivos como **Nequi, Botón Bancolombia** y **Puntos Colombia.**

5



Sin cláusulas de permanencia ni costos fijos **¡Solo pagas por transacción exitosa!**

6



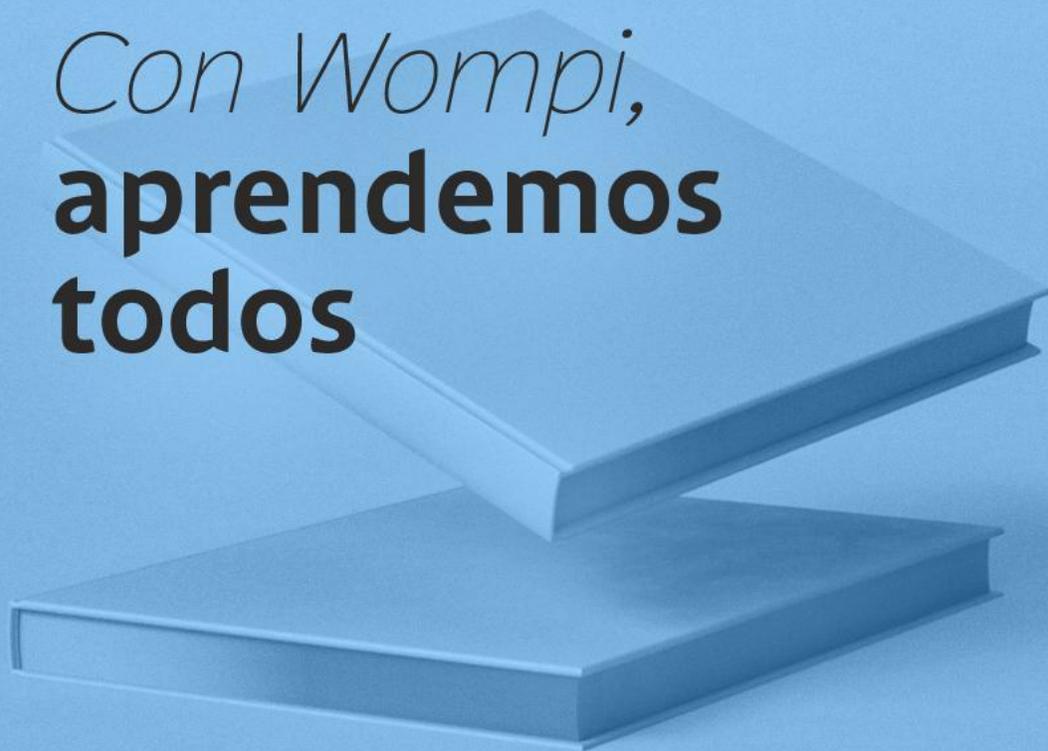
Tenemos capacidad para procesarle a los negocios **más grandes de Colombia.**

7



Tenemos **tokenización exclusiva** para tarjetas, Nequi y Botón Bancolombia.

*Con Wompi,*  
**aprendemos  
todos**



En Wompi creamos contenidos relevantes para nuestra industria porque sabemos que el conocimiento es fundamental para vender más.



Escanea este código  
y accede a nuestro contenido  
totalmente gratis.



*Si quieres estar en contacto,  
escribe a través de LinkedIn.  
Podrás encontrarme como*

**Andrés Merino Roldan**



G R A C I A S