

## El 50% de los usuarios comprará desde un móvil o tablet

### 13 consejos para que tu eShop no muera el Black Friday

- *Las tiendas online no sólo deben ofrecer descuentos, sino diferenciarse de la competencia con estrategias como el WhatsApp Marketing o un buen packaging.*
- *Los errores de traducción o redacción pueden suponer una pérdida de hasta un 25% de ventas.*

**Madrid, 21 de noviembre de 2016.-** Centenares de miles de compradores online buscan encontrar las mejores ofertas y avanzar así sus compras navideñas en el periodo de ventas más esperada del año, el Black Friday. Conscientes de la importancia que tiene para las tiendas online el viernes negro **acens** ([www.acens.com](http://www.acens.com)), proveedor líder de servicios de Cloud Hosting, Hosting, Housing y Soluciones de Telecomunicaciones para el mercado empresarial ofrece una serie de recomendaciones para que una tienda online saque el máximo partido a este día (y al resto del año).

El canal de venta que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años es el móvil y durante el Black Friday no será diferente, se espera que más del 50% de usuarios acceda desde un dispositivo móvil, ya sea un smartphone o tableta. Pero más allá de la adaptación de nuestra web al móvil, algo que ya conocemos, es necesario aprovechar otras posibilidades que nos brinda la tecnología para hacer que nuestro comercio crezca y que a menudo no son tenidas en cuenta. Desde su experiencia en el desarrollo de soluciones para el **comercio electrónico**, acens destaca las siguientes recomendaciones, claves para evitar que tu eShop muera este viernes negro:

1. **Contenidos bien redactados y traducidos.** Una tienda online con errores de traducción y redacción, ya sea en las especificaciones de producto o en las condiciones de envío, puede perder hasta un 25% de sus ventas. Piensa en qué idiomas necesitas tener traducida tu página.
2. **Genera confianza en el cliente ampliando tu capacidad de interacción** con usuarios con un blog, precios, envíos, foros... Y no sólo hables de tus productos en tu blog o en redes sociales. Ofrece consejos, cosas amenas que no tengan nada que ver con tu empresa, noticias del sector, etc. Luego ya puedes buscar cómo enlazar contenido a tu web de forma creativa.
3. **Atención virtual al cliente 24 horas.** WhatsApp, Facebook Messenger o Instagram son algunas de las herramientas que te permitirán mayor cercanía con los mayores impulsores del ecommerce, los millennials. Utilizan de forma natural a cualquier hora del día estas herramientas para resolver de forma rápida y sencilla dudas ante una posible compra. Obviar esto puede ser un gran error.
4. **Prueba el Eye tracking.** Enamora con el diseño de tu web. Hazla llamativa con colores, descuentos, cuenta atrás, etc. Incluso si dispones de presupuesto puede ser interesarte hacer un análisis de Eye tracking, es decir, testar a dónde miran los usuarios cuando acceden a tus páginas.
5. **Motívalos a que vuelvan a comprar y conviértelos Clientes Premium.** Según Adobe un cliente que repite gasta 3 veces más, y si adquiere productos una tercera vez gasta 7 veces más respecto a la primera adquisición. Por ello cuando un cliente ha realizado una compra puedes ofrecerle un cupón de

- descuento para que repita. Y empresas como Booking premian la fidelidad de sus clientes cuando han hecho varias reservas haciéndoles Premium, ofreciéndoles mayores descuentos y ventajas respecto al usuario estándar.
6. **El producto entra por los ojos.** Mira si te compensa contratar a un fotógrafo y modelos para tener imágenes más profesionales, ya que hacen que se perciba el producto con más calidad. Tienes galerías gratis como Pixabay e Iconfinder. Es mejor que aparezca gente usando el producto, incluyendo fotos ampliables y de detalles (conexiones del aparato, tipo de tejido...). Y ante la duda, el fondo blanco siempre queda bien.
  7. **La información debe ser relevante y atractiva.** Según el tipo de producto puede variar el nivel de detalle requerido, pero el cliente cada vez más exige descripciones exhaustivas.
  8. **Incluye opiniones de tus clientes para que confíen más en tu producto.** Permite que se evalúen tus productos y que tus clientes dejen sus opiniones, ya que esto da confianza a otros posibles compradores. Esta información también favorecerá el posicionamiento SEO de tu web.
  9. **En Internet compra gente de todas las edades.** No sólo los millennials compran en internet sino también los menos jóvenes, de hecho el 66% de los mayores de 50 años compran online con regularidad. Piensa en ofrecer descuentos personalizados usando el lenguaje y el canal de comunicación apropiado. A los millennials les gustan los memes, vídeos o incluso la gamificación, mientras que los seniors prefieren buscar información en webs especializadas y prensa antes de comprar.
  10. **Recordatorio de compras inacabadas.** No dejes carritos abandonados, envía emails de seguimiento de compras no finalizadas por el cliente, cupones... para intentar completar la compra no realizada.
  11. **Genera una experiencia única de confianza y seguridad en la entrega.** Haz un seguimiento del pedido del cliente, envía emails en diferentes momentos sobre el estado del pedido.
  12. **La venta no termina en el pedido. ¿Cómo es tu packaging?** Para el 34% de los compradores online el packaging afecta a su percepción de la marca. De ellos, el 61% considera que un buen packaging hace que la marca parezca exclusiva, y al 49% le genera más ilusión al recibir o abrir un paquete.
  13. **Incluye toda la información relativa a tu empresa en la web.** No olvides incluir la página "Quiénes somos", para que el comprador sepa que detrás de la web hay gente responsable y tenga más cercanía. Puedes usar fotos con nombre o cargo, o hacer un vídeo de presentación. La página de política de devoluciones es fundamental, ya que se ve mucho, por ello la información debe estar clara para que el usuario no tenga dudas. Si es necesario encarga los textos legales a una empresa especializada, si no puede haber multas por mala protección de datos, gestión de la calidad...

# 13

## consejos que no sabías para que tu eShop no muera el **BLACK**friday (ni el resto del año)

1

Actually  
Actualmente

Los errores de traducción y redacción provocan perder hasta un 25% de tus ventas

2



No hables sólo de tus productos, también de temas que interesen a tus usuarios

3



Usa el Conversational commerce para vender a través de apps de mensajería como **WhatsApp**

4



Prueba el **Eye tracking** para testar dónde miran tus usuarios

5



Motívalos a que vuelvan a comprar, ya que un cliente que repite gasta **3 veces más**

6



Usa fotos con **alta resolución** y ampliables, para que tus productos se perciban con más calidad

7



Ofrece **información relevante**, atractiva y con muchos detalles

8



Incluye **opiniones de tus clientes** para que otros confíen en tu web

9



En Internet compra gente de **todas las edades**, ofrece descuentos según cada perfil

10



Envía **emails recordatorios** para finalizar la compra cuando abandonen el carrito

11



Haz que el cliente sepa en todo momento el **estado de su pedido**

12



Incluye la información de tu empresa y la **política de devolución** para que el comprador esté tranquilo

13



La venta no termina en el pedido. Un buen **packaging mejora la percepción** de tu marca

FUENTE  
Elaboración propia



**Infografía: 13 consejos para que tu eShop no muera el Black Friday**

**Vídeo: Rockillos, tienda online de moda rockera para niños**

**Principales errores a la hora de montar una e-Commerce**

Puedes encontrar más información sobre Cloud Hosting, Internet y Tecnología en el [blog](#) de acens. También puedes suscribirte al boletín de noticias [aceNews](#), ver vídeos en [acens.tv](#) y seguirnos en [Facebook](#) (acenstec), [Twitter](#) (@acens) e [Instagram](#) (@acens\_com).

#### **Acerca de acens**

**acens**, empresa del grupo Telefónica, ofrece servicios de “Hosting”, “Housing” y Soluciones de Telecomunicaciones para el mercado empresarial, y es pionera en el desarrollo de las soluciones de Cloud Hosting más completas y competitivas del mercado. Desarrolla su actividad desde 1997 y ofrece sus servicios en España, Brasil, Perú y México. Además, posee dos Data Centers en España con más de 6.000 metros cuadrados, siendo una empresa líder en su sector de actividad. En la actualidad, la cartera de clientes supera los 67.000, con un amplio abanico de servicios contratados que comprenden desde el alojamiento de páginas web hasta soluciones de VPN (Red Privada Virtual) con “outsourcing” de servidores y aplicaciones y tránsitos de salida a Internet y soluciones de nube híbrida, públicas y privadas, para cubrir todas las necesidades tecnológicas y de negocio de las empresas.

**acens** gestiona 325.000 dominios y 1 millón de cuentas de correo de clientes. Aloja 130.000 webs en sus 6.500 servidores que ocupan 2 Petabytes de almacenamiento, y administra un caudal de salida a Internet superior a los 4 Gigabits a través de una red troncal multioperador con presencia en los puntos neutros (Espanix, Catnix...). **acens** Cloud Hosting ofrece a pequeñas y a grandes empresas modelos de trabajo más flexibles, seguros y eficaces, tanto en entornos de clouds privados como en públicos y mixtos.

#### **Para más información:**

Noizze Media para **acens**  
*Carmen Tapia / Ricardo Schell*  
[ctapia@noizzemedia.com](mailto:ctapia@noizzemedia.com) / [ricardo.schell@noizzemedia.com](mailto:ricardo.schell@noizzemedia.com)  
646 892 883 / 699 983 936

**acens**  
*Inma Castellanos*  
[inma@acens.com](mailto:inma@acens.com)