

Las ventas de comercio electrónico en San Valentín crecen un 20%

En el periodo comprendido entre el 1 y 14 de febrero las ventas de los comercios online han crecido un 20% respecto a otros meses ordinarios

Tener una buena interfaz, la promoción e integración en redes sociales y plataformas de comercio electrónico y la configuración en varios idiomas y múltiples plataformas de pago puede ayudar a incrementar las ventas hasta un 30%

Madrid, 15 de febrero de 2012.- El tópic del español romántico se confirma en San Valentín. Las ventas de comercio electrónico durante el 1 y el 14 de febrero, día de Cupido, se incrementaron un 20% respecto al volumen de negocio de un mes normal, según se desprende del último estudio elaborado por acens (www.acens.com), proveedor líder de servicios de Cloud Hosting, Hosting, Housing y Soluciones de Telecomunicaciones para el mercado empresarial entre más de mil clientes y tiendas de comercio electrónico.

Para las empresas y en particular las PYMES estos días representan una nueva oportunidad de incrementar sus ventas y para ello ya no es sólo recomendable sino forzoso su presencia y correcto posicionamiento online en internet. En España se calcula que el volumen asociado al concepto ROPO (búsqueda online para comprar offline) es de 38.000 millones de euros. Pero la red no es sólo un recurso utilizado para comparar precios y productos sino que además uno de cada cinco españoles compra por internet habitualmente. En periodos de ventas especiales como navidad o festividades como la de San Valentín es donde se concentran el mayor número de estas operaciones y donde se hace esencial que la propuesta de valor de una empresa sea diferencial.

Sin embargo, la realidad es que tan solo el 45,3% de las empresas de comercio minorista tienen página web, mientras que sólo el 27% de las PYMES y autónomos y el 53% de las PYMES de mayor tamaño (entre 50 y 199 empleados), afirma disponer de un terminal punto de venta (según datos del SIE 11 de Fundación Telefónica).

Recomendaciones para incrementar las ventas

Lanzarse al comercio online cada vez resulta más fácil gracias a herramientas como acenShop que permiten crear tiendas virtuales en tan sólo unas horas. Sin embargo, a la hora de diseñar tu tienda online conviene tener en cuenta cinco factores determinantes para aumentar las ventas gracias al incremento de la conversión de las visitas en clientes.

- 1) Disponer de un interfaz sencillo e intuitivo donde se facilite la búsqueda de información y productos y se asegure una agradable experiencia de compra. No hay que olvidar que según diferentes estudios uno de cada dos usuarios busca información en internet antes de realizar su compra o de buscar información en otro sitio. Así, el 67% de las PYMES que ha incorporado Internet al desarrollo de su actividad afirma que ha conseguido incrementar su productividad, además, dos de cada tres PYMES que han creado una página web propia, declaran que han ampliado sus ventas a otras áreas geográficas (Boston Consulting Group).
- 2) Fiabilidad, alta disponibilidad y seguridad, para prevenir posibles caídas o un inusual incremento de visitas ante una promoción. Disponer de servicios de cloud hosting permiten escalar en tiempo real las necesidades de ancho de

banda, evitando la fuga de clientes descontentos por caída de servicios y ahorrando costes, al pagar por el incremento de ancho de banda sólo por el tiempo en el que realmente se hayan producido los picos de demanda.

- 3) Crear una web multi idiomática y que permita varias opciones de pago, ya que puede incrementar las ventas hasta un 30%. Según datos de la CMT del primer trimestre de 2011, el importe de las transacciones desde el exterior con España fue de 312 millones de euros, lo que supuso el 15,2% del total, registrando un incremento interanual del 77,3%. La Unión Europea y América Latina fueron las áreas geográficas que compraron, de forma electrónica, más bienes de España.
- 4) Adaptación a formatos de dispositivos móviles. Es importante optimizar la página web y adaptarla a *tablets* y *smartphones* para no perder una oportunidad de ventas. El comercio móvil está reduciendo la distancia entre compras *online* y *offline*. El acceso a internet a través del móvil se ha duplicado en el último año y se aproxima al 9%. El uso de aplicaciones por parte de los usuarios de *smartphones* fue de 92 minutos al día, frente a los 72 minutos diarios que esos mismos usuarios pasan delante del PC navegando por la web. Además la confianza de las empresas en esta tendencia se materializa en el lanzamiento en España de aplicaciones móviles como la geolocalización de ofertas y promociones o el desarrollo de medios de pago móvil.
- 5) Contar con aplicaciones que permitan un buen posicionamiento online y hacer promoción online y conectarse e integrarse con las principales redes sociales y de comercio electrónico para atraer clientes potencialmente interesados o afines a nuestros productos, ya que el 75% de las compras proviene de los buscadores. También disponer de herramientas de marketing para analizar el comportamiento de nuestras visitas nos puede aportar pistas para mejorar o hacer ofertas y promociones puntuales. En este sentido, acenShop permite incluir hasta 20.000 productos por tienda además de contar con Google Analytics, blogs, foros y hasta 12 idiomas y exportación a Kelkoo y a Ciao.

Acerca de acens

acens, perteneciente al Grupo acens Technologies, es una empresa proveedora de servicios de "Hosting", "Housing" y Soluciones de Telecomunicaciones para el mercado empresarial y pionera en el desarrollo de las soluciones de Cloud Hosting más completas y competitivas del mercado. Desarrolla su actividad desde 1997, cuenta en la actualidad con presencia en Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, y posee dos Data Centers con más de 6.000 metros cuadrados, siendo una empresa líder en su sector de actividad. En la actualidad, la cartera de clientes supera las 100.000 empresas, 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 más de 200.000 dominios en Internet, aloja miles de servidores y administra un caudal de salida a Internet superior a los dos Gigabits a través de una red troncal multioperador con presencia en los puntos neutros (Espanix, Catnix...).

A través de acens Cloud Hosting ofrece tanto a pequeñas como grandes empresas modelos de trabajo más flexibles, seguros y eficaces tanto en entornos de clouds privadas como en públicas y mixtas.



Para más información:

Noizze Media para **acens**

Carmen Tapia / Ricardo Schell

ctapia@noizzemedia.com / ricardo.schell@noizzemedia.com

646 892 883 / 699 983 936

acens

Inma Castellanos

inma@acens.com