

acens analiza 1.000 comercios virtuales y da las claves para vender más

La especialización y la internacionalización pueden hacer incrementar las ventas online hasta un 25%

- *La apuesta por exportar productos locales o la búsqueda de nichos de producto son algunas claves que pueden permitir a una tienda virtual aumentar sus ventas hasta un 25%, según un análisis de acens sobre comercios online.*
 - *El producto “made in Spain” está muy bien valorado fuera de España, donde el 29% de las tiendas online vende al menos a otro país de la UE, una cifra que es superior a la media europea del 25%.*
 - *En algunos casos analizados las ventas internacionales suponen hasta el 75% de la facturación total de las ventas por internet, con mercados que duplican con creces el número de pedidos recibidos desde España.*

Madrid, 3 de junio de 2014.- **acens** (www.acens.com), proveedor líder de servicios de **Cloud Hosting**, Hosting, Housing y Soluciones de Telecomunicaciones para el mercado empresarial, ha dado a conocer algunas de las claves para ayudar a las empresas y emprendedores a aumentar sus ventas a través del **comercio electrónico**. Del análisis de más de 1.000 comercios virtuales, se desprende que gracias a la especialización en productos o a la apuesta por nichos de mercados, junto a la vocación de crecimiento internacional, la facturación de una tienda online puede incrementarse entre un 20% y un 25%.

De hecho, en algunos de los casos analizados las ventas internacionales llegan a suponer hasta el 75% del total de ventas de la tienda online, con mercados que duplican con creces el número de pedidos recibidos desde España.

Y es que las ventas mundiales de comercio electrónico superarán este año los 1,5 billones de dólares, un 20,2% más que el año anterior según datos de la consultora emarketer. Países emergentes como Argentina, Brasil o México liderarán parte del crecimiento del *ecommerce*, mientras que Europa aglutinará el 27% de las compras mundiales por internet, lo que supone una oportunidad de crecimiento para las tiendas online españolas.

Para ayudar a las empresas y emprendedores españoles a incrementar sus ventas, acens ha elaborado cinco recomendaciones a partir de la experiencia real de diferentes comercios virtuales.

- 1) **Apostar por la especialización.** Los productos “made in Spain” tienen muy buena aceptación fuera de nuestro país. Según datos de la European eCommerce Association el 29% de los minoristas online españoles vende al menos en otro país de la UE, un porcentaje que es ligeramente mayor al de la media europea, que es del 25%. Esto supone una oportunidad para productos especializados y típicos españoles tanto de alimentación (como el vino, quesos, aceite y naranjas) como de fabricación. Es el caso de *dorianguitars-store.com*: “Llevamos ya cuatro años exportando las guitarras españolas a una docena de países y recibimos visitas de usuarios desde Finlandia a Japón pasando por Argentina o Estados Unidos”, apunta Patxi de la Vega.
- 2) **Tener vocación internacional.** El 46% de los europeos compra a través de internet y las ventas online suponen el 7,2% de las ventas totales en tiendas, aunque en algunos países como Reino Unido o Alemania el porcentaje supera

ampliamente el de la media europea, según datos del Centre for Retail Research. Una de las claves para vender más está en adaptar la web a diferentes idiomas, como por ejemplo ha hecho decotmx.com traduciendo la tienda al inglés, al francés y al italiano, lo que le ha permitido incrementar exponencialmente sus ventas hasta el punto de que los mercados franceses e italiano ya representan el 68% del total de sus ventas online. Incluso han tenido que abrir una tienda específica para el mercado australiano. *“La internacionalización te abre el camino para publicitarte en páginas de dichos países y facilita que los usuarios de esas páginas puedan conocer tu página en su idioma, lo cual también les da mucha más confianza a la hora de comprar”*, explica Samuel Castellá, Socio Director de decotmx.com.

- 3) **Seguir estrategia multicanal.** Según Gartner, para 2017 las ventas online a través de *smartphones* superarán a las realizadas a través del ordenador. La tienda online no sólo abre un nuevo canal de venta sino que ayuda a fidelizar los existentes. *“Con la tienda virtual no sólo hemos podido incrementar la afluencia de público a nuestro garden, sino que además estamos vendiendo flores a toda España y hemos sorteado el reto de ofrecer servicio a aquellos clientes que tienen poco tiempo y prefieren hacer sus compras online”*, cuenta José Ramón López, responsable de gestión de la tienda online, web y redes sociales en Gardenencasa.
- 4) **Medios de pago y sellos de confianza.** Aunque dos de cada tres usuarios prefieren las tarjetas de crédito y débito para pagar sus compras, la utilización de plataformas de pago exclusivamente electrónico ha aumentado casi un 15% en el último año, según datos de Red.es. Disponer de sellos de confianza para las compras así como varias opciones de pago puede suponer incrementar las ventas hasta un 25%. Por ejemplo la tienda de vinos españoles Vinoscovigran.com incorporó la opción de pago con PayPal y es una de las formas de pago más usadas. *“Aproximadamente el 70% de las operaciones de compra el usuario prefiere pagar a través de su cuenta de PayPal”*, advierte José Luis Castillo, del Departamento de Administración.
- 5) **Diseñar y personalizar la tienda.** El uso de las redes sociales y de herramientas de **marketing digital** permiten tener un mejor conocimiento de los gustos de los clientes y adaptar la tienda a sus necesidades con promociones específicas. Permitir compartir imágenes, usar diferentes tipos de letra, incluir fotos con detalle de producto y descripciones, catalogar bien los productos, facilitar al cliente encontrar lo que busca, compartir en redes sociales extranjeras... son algunas de las señas de identidad de abracolors.com y que le han permitido fidelizar a sus clientes.

Puedes encontrar más información sobre Cloud Hosting, Internet y Tecnología en el [blog](#) de acens. También puedes suscribirte a nuestro boletín de noticias [aceNews](#) o seguirnos en twitter [@acens](#).



Videoentrevista a José Ramón López de Gardenencasa.es, tienda online para un vivero de plantas

Razones de peso por las que tener tu propia tienda online

Conoce más sobre las tiendas online de acens

Acerca de acens

acens es una empresa del grupo Telefónica pionera en el desarrollo de las soluciones de Cloud Hosting más completas y competitivas del mercado, proveedora de servicios de “Hosting”, “Housing” y Soluciones de Telecomunicaciones para el mercado empresarial. 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 casi 400.000 dominios en Internet, aloja miles de servidores y administra un caudal de salida a Internet superior a los cuatro Gigabits a través de una red troncal multioperador con presencia en los puntos neutros (Espanix, Catnix...).

acens Cloud Hosting ofrece a pequeñas y 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 / ricardo.schell@noizzemedia.com
646 892 883 / 699 983 936

acens
Inma Castellanos
inma@acens.com