



**Uno de cada cuatro usuarios gustaría entre 50 y 100 euros más si pudiera financiar sus compras**

## Seguridad, opciones de pago y devoluciones, los retos del ecommerce para el Black Friday (además de la luz y el stock)

- Más de la mitad de los clientes abandona su carrito de compra por considerar excesivos los gastos de envíos o por un plazo de devolución inferior a los 30 días. Ofrecer diferentes opciones de transportista, métodos de pago y devolución puede llegar a incrementar la tasa de conversión de ventas de un ecommerce hasta en un 40%.

**Madrid, jueves 18 de noviembre de 2021.-** Las noticias de las últimas semanas sobre los problemas de stock de materiales y la ausencia de mano de obra, en especial de transportistas, ha puesto en alerta a los consumidores que buscan garantías en sus compras este Black Friday y Navidad. Según datos del equipo de expertos en ecommerce de [acens](http://www.acens.com) ([www.acens.com](http://www.acens.com)), Part of **Telefónica Tech**, contar con un certificado de tienda online segura, ofrecer diferentes opciones y métodos de pago y envío, y devoluciones puede incrementar las ventas de una tienda virtual hasta en un 40% en esta campaña de Black Friday.

El equipo de expertos de acens ha querido analizar un año más la situación actual del comercio electrónico y compartir sus conclusiones y consejos sobre qué medidas han de implementar las tiendas online para superar con éxito esta campaña de compras navideñas anticipadas. Ofrecer opciones de pago y transporte como garantías de entrega y facilitar políticas de devoluciones, junto a la seguridad, son algunos de los retos adicionales que se suman al riesgo de falta de stock, abastecimiento y subida de coste energético, para aumentar la tasa de conversión y la fidelización de clientes durante esta campaña de Black Friday.

1. **Prepara tu stock:** planifica tu stock y sincroniza en tiempo real la disponibilidad de producto para evitar generar expectativas de compra en los usuarios que no puedas cumplir.
2. **Fomenta las recomendaciones y la venta cruzada:** aprovecha las funcionalidades de recomendaciones para ofrecer productos relacionados o incluir una relación de productos *best-sellers* en anteriores campañas. Las empresas que usan avanzadas técnicas de personalización y recomendación obtienen 20 dólares de retorno por cada dólar invertido, según Livelicker.
3. **Informa sobre los plazos de entrega y ofrece alternativas “a la espera”:** en caso de no disponer de un gran volumen de stock informa sobre el número de unidades disponibles y el plazo de entrega. Para plazos de entrega prolongados puedes ofrecer cupones de descuento o envío gratuito.
4. **Apuesta por una política de devoluciones clara y bien visible en tu web:** los largos periodos de devolución son atractivos para los consumidores. Un 51% no compraría en una tienda online cuyo plazo de devolución sea inferior a 30 días.
5. **Ofrece opciones de pago avanzado:** con PayPal Express, Redsys, Stripe, Skrill o Ingenico e incluso junto a opciones de pago offline como el pago contra reembolso o transferencia. Puedes ofrecer también la posibilidad de financiar compras a plazo bajo la fórmula “*Compra ahora y paga más tarde*”, con servicios como Fiizy. Según la plataforma logística Sendcloud 1 de cada 4 clientes gustaría entre 50 y 100 euros más en sus compras esta Navidad si pudiera financiar sus compras.
6. **Incorpora opciones de envío con diferentes transportistas:** ofrecer la posibilidad de seleccionar el tipo de envío e incluso el transportista puede suponer una gran diferencia. Soluciones de ecommerce como **Tu Tienda** incluyen conexión con una variedad de transportistas a seleccionar desde el propio comercio virtual (Zeleris, Correos, SEUR, Sendcloud o MRW entre otras).
7. **Especifica los gastos de envío:** valora ofrecer envíos sin gastos vinculados a una compra superior a un valor determinado. Más de la mitad de los clientes abandona su carrito de compra por



considerar que el precio de envío es excesivo, pero el 70% de los usuarios estaría dispuesto a elevar el importe de su compra si así alcanza el umbral de envío gratuito.

8. **Incorpora medidas de seguridad:** con el certificado SSL en los navegadores (Google Chrome, Explorer, Safari, Firefox, etc.) aparecerá el símbolo de un candado, de esta manera los datos de tu empresa y los de tus clientes estarán seguros y protegidos de ataques informáticos. Los navegadores reconocerán tu tienda como un sitio seguro, por lo que ganarás la confianza de tus clientes potenciales y podrás mejorar el SEO de tu negocio. Incluir la verificación de dos pasos en el canal de venta, utilizar un servicio de pago de confianza y mantener actualizado el software de la plataforma de pago online son otras medidas muy recomendables, así como usar una solución de TI y de ciberseguridad para proteger el negocio y los clientes.

Más allá de las recomendaciones específicas para Black Friday y Navidad, la tecnológica experta en soluciones cloud para empresas destaca también la importancia de realizar tareas previas y de mantenimiento de la tienda virtual. Como por ejemplo:

- **Analizar tu página de inicio:** actualiza tu página de inicio para que los visitantes puedan ver en primer lugar las ofertas, mostrando su precio original, descuento y fechas de la campaña.
- **Integrar tu ecommerce con plataformas marketplaces:** sincroniza tu tienda con Amazon e eBay.
- **Contar con un ecommerce adaptado:** adaptado a móviles, tablets y PCs.
- **Revisar la información que facilitas del producto:** detalles técnicos, utilidades del producto, opiniones e imágenes de calidad actualizadas.
- **Realizar acciones de email marketing y social media:** considera enviar boletines informativos y publicarlos en las redes sociales con anticipación. Según Campaign Monitor, los responsables de marketing reconocen un aumento de ingresos del 760% derivado de campañas de email marketing personalizadas.
- **Evaluar tu compromiso con la sostenibilidad:** según datos de diferentes estudios más del 80% de los consumidores a nivel mundial está preocupado por el impacto medioambiental y prefiere adquirir productos y servicios de empresas que se comportan de manera más sostenible. ¿Por qué no plantearte por ejemplo un packaging ecológico?

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](#), apuntarte a cursos gratuitos en [Formacionacens.com](#) y seguirnos en [Facebook](#) (acenstec), [Twitter](#) (@acens), [Instagram](#) (@acens\_com) e [iVoox](#) (acens Podcast).

#### Acerca de acens:

**acens**, Part of Telefónica Tech, es pionera en el desarrollo de soluciones Cloud para pequeñas y medianas empresas a las que ofrece soluciones flexibles, seguras y eficaces, tanto en entornos de cloud privados como en públicos y mixtos. Comenzó su actividad en 1997 y en la actualidad ofrece sus servicios en España, Brasil, Perú y México. Además, posee dos Data Centers en España con más de 6.000 metros cuadrados y su cartera de clientes supera los 100.000.

<https://www.acens.com/>

#### Acerca de Telefónica Tech:

**Telefónica Tech** es la empresa líder en transformación digital. La compañía ofrece una amplia gama de servicios y soluciones tecnológicas integradas en Ciberseguridad, Cloud, IoT, Big Data y Blockchain.

<https://tech.telefonica.com/>

# acens

Part of Telefónica Tech

NOTA DE PRENSA



**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)