

LA RUTA DE LA CONFIANZA ONLINE

Te invitamos a descubrir las consecuencias positivas de generar Confianza ofreciendo al cliente una experiencia de compra **IMÁGICA!**

80%

EDUCACIÓN DIGITAL
80% De los nuevos emprendimientos fracasan antes de su primer año por no saber como llegar a nuevos clientes.

» Estándares de calidad

- Seguridad
- Transparencia
- Experiencia del consumidor
- Reputación Online

75%

INFORMALIDAD
Perú tiene un 75% de informalidad. El Ecommerce podría ser una estrategia para motivarlos a formalizarse.

ADQUISICIÓN DE CLIENTES

«Reconocimiento»

- La empresa tiene presencia activa en las principales redes sociales, con una estrategia de contenidos que invitan a visitar la Web (tutoriales, unboxing, ebooks, etc).
- La oferta de la empresa puede/debe mostrarse y venderse por redes sociales y/o por los diferentes eMarketplaces del ecosistema.

«Consideración»

- La empresa cuenta con un sólido plan de contenidos y publica frecuentemente en el Blog de la Web, para alimentar el posicionamiento orgánico (SEO) de los productos/servicios que vende.

«Activación»

- La empresa ha trabajado correctamente la segmentación de Audiencias y sabe como generar tráfico de calidad para adquirir nuevos clientes.
- La Web tiene instalado correctamente pixeles de conversión, para generar estrategias de Retargeting y analítica Web, para identificar comportamientos del Usuario.
- La empresa está "AlwaysON": Se cuenta con un presupuesto para publicidad digital todos los meses del año.

EXPERIENCIA DE COMPRA

Medio de Pago

- La empresa tiene la capacidad de ofrecer medios de pago Online (Tarjeta de crédito/débito o Pagolinks) para mayor comodidad del Cliente, garantizando la privacidad y protección de Datos personales.
- Eliminar todos los distractores de compra: Otras ofertas, mostrar productos similares, banners, menus, etc.
- Asistencia efectiva por chat o teléfono 24/7, en cada etapa del proceso de compra.

«Decisión»

- Mostrar precios y ofertas sinceras (Sobretudo en los Cybers) y descripción detallada del producto, basado en insights, y stocks Online sincronizado con almacén.
- Colocar fotos reales del Producto. Lo que veo es lo que voy a recibir (Si hay video mejor)
- Políticas, términos y condiciones claras y visibles.

«Navegación»

- Muestra correctamente señales de Formalidad: Dominio y correo corporativo, Protección SSL, Dirección física.
- "Sello de Confianza Online" (Incluye puntuación del Sitio Web e historial de Testimonios)
- Diseño amigable y 100% responsive, con tiempo de carga no mayor a 5 segundos.
- Un buscador fácil de usar que me permita encontrar lo que necesito de manera inmediata.

- Oferta de Valor clara y mostrada en lugar visible en la Web.
- La Empresa se ve clara y sinceramente comprometida con un Propósito Social, como parte importante de su estrategia de Reputación Online.
- Mostrar opiniones y valoraciones verdaderas, sobre la experiencia de compra.
- No eliminar comentarios negativos, mostrar que se preocupan en brindar soluciones efectivas.

SERVICIO POST VENTA

«Delivery»

- Escoger proveedores logísticos que te permitan ofrecer notificaciones de status de la compra y trazabilidad del pedido, identificando a la empresa responsable de la entrega del producto.
- Diferentes opciones de Entrega el mismo día, pudiendo escoger por conveniencia, Horario y costo, incluyendo la posibilidad de recojo en tienda física o e-Locker.
- Compromiso de Entrega a Tiempo.

Cambios y/o Cancelaciones

- Flexibilidad en políticas de Cambios y Devoluciones.
- Política de solución de controversias simplificado.

«Servicio al Cliente»

- Humaniza tu Web con asistencia de dudas o reclamos 24/7. Si no se puede brindar una respuesta en menos de 5 minutos, automatizar con un Chatbot.
- Datos de contacto siempre visibles.
- Exhibe de forma visible Libro de reclamaciones, pero también fomentar los comentarios de Felicitaciones para ir creando cultura de reconocimiento.

RETENCIÓN Y FIDELIZACIÓN

«Reactivación»

- Se cuenta con una plataforma de Email Marketing que genere BBDD de clientes agrupados por afinidad e intereses.
- Enviar promociones por email ofreciendo Delivery Gratis.
- Email automatizado, con ofertas personalizadas para carritos abandonados y productos visitados, para reducir la tasa de abandonos y aumentar las ventas en tu Ecommerce.

«Contenidos»

- Se cuenta con un presupuesto mensual para generar y viralizar contenidos.

«Fidelización»

- Brindar herramientas para dejar puntuación por cada compra de producto o servicio, y sobre el proceso de compra en si, además de recomendaciones o sugerencias de mejora.
- Se cuenta con una herramienta (CRM, Excel) que le ayude a gestionar datos y recordatorios importantes (Cumpleaños, aniversarios, etc.)

40%

COMPRA OFFLINE
40% de los Peruanos aún prefiere ver, tocar, y probarse el producto antes de comprarlo, por eso evita comprar Online.

CÓDIGO DE CONDUCTA Y BUENAS PRACTICAS DE CONFIANZA ONLINE

FUENTE: CAPECE LAB (Desayunos de Innovación y co-creación junto a TOP PLAYERS de la industria del comercio electrónico)

ÚNETE A LA COMUNIDAD DE LA CONFIANZA ONLINE DEL PERÚ: WWW.CAPECE.ORG.PE



Escanea/Clic aquí para ver Entrevistas a expertos