



## Envíos gratuitos, una opción para que tu negocio sea sobresaliente durante el cierre del Buen Fin

- Según la AMVO, 62% de los consumidores esperan recibir sus pedidos en casa; 35% de ellos, desean que los tiempos de entrega sean más cortos.
- 7 de cada 10 usuarios consideran que las compras en línea son cada vez más seguras.

(Ciudad de México, 17 de noviembre del 2020).- El Buen Fin en su edición 2020 ha sido diferente a todas las que han surgido desde el 2011 debido a un par de factores: el primero es que, en esta ocasión tiene una mayor duración como estrategia de reactivación económica y para no saturar los comercios físicos; el segundo es la gran relevancia que tendrá *e-commerce* y los hábitos de compra omnicanal como medida preventiva ante el COVID-19.

Este punto viene acompañado de otro fenómeno que, a la par del comercio en línea, también ha crecido de forma importante: las entregas a domicilio. Este *boom* llega por los cambios en los hábitos de compra de los mexicanos, donde la conveniencia y practicidad forman parte de las principales razones para adquirir productos y servicios en línea, incluso, por encima del precio. La trazabilidad, la seguridad y las optimizaciones de ruta son prioritarios para un cliente al momento de escoger su servicio de envío.

De hecho, Netquest y AMVO han arrojado, por medio del Estudio de Venta Online 2020, que el 62% de los consumidores ha puesto como la principal razón para hacer compras el hecho de recibir sus productos a domicilio. Esto se suma a que durante el Buen Fin de este año, un 30% de los compradores en línea buscan beneficios como cupones, descuentos o entregas gratis, por lo que los negocios deben poner especial atención para mejorar sus ventas y no tener pérdidas al momento de ofrecer este tipo de facilidades. Todo esto da mayor fuerza al beneficio de los envíos gratuitos, convirtiéndolos en un aspecto decisivo para que un usuario realice una compra.

*“Los envíos gratuitos son cada vez más comunes, ya que van muy de la mano con el comercio electrónico, además de que son muy atractivos para los clientes. Hoy, estas dos prácticas son necesarias para tener un negocio de mayor éxito y alcance. Para las empresas es indispensable realizar entregas sin costo de manera rentable para aumentar la base de usuarios, pero sin comprometer los márgenes de ganancia de quienes ofertamos este servicio”,* dijo Christophe Milhères, *Managing Director* de Lalamove México.

Datos de [Red Stag Fulfillment](#) apuntan que hasta el 58% de las personas pueden abandonar la idea de comprar algo debido a los costos de envío, mientras que un 39% puede dar prioridad a una tienda en línea si tiene opción de envío gratis. Con base en estas estadísticas, compartimos unos útiles tips para ofrecer envíos gratuitos en este Buen Fin y no morir en el intento.

- **Establece una cantidad mínima de compra**

Ésta es una de las técnicas más probadas y efectivas, ya que el 34% de los consumidores en línea están dispuestos a hacer compras mínimas de al menos \$50 para obtener el envío gratis. La compra mínima parece ser más efectiva entre jóvenes de 18 a 24 años que pudieran gastar hasta \$150 a cambio de envío gratis.



- **Incluye la entrega en el precio del producto**

Opción simple, pero efectiva que también surge por la demanda de este beneficio. El 56% de los consumidores está dispuesto a aumentar el valor de su compra para obtener su envío gratis; por lo que añadir los costos de este envío en el precio final del producto es una de las prácticas más útiles para minimizar pérdidas, especialmente en artículos de poca competencia.

- **Utiliza plataformas de servicios de última milla**

Existen aplicaciones de última milla que brindan servicios de entrega de manera sencilla, práctica y segura. Hacer uso de ellas puede ser una opción viable financieramente para realizarlas; aplicaciones como Lalamove realizan las entregas el mismo día o incluso se puede armar una ruta con paradas múltiples para aprovechar un mismo viaje.

La oferta de entregas gratis no tiene que ser una pérdida para tu negocio. Aplicando las estrategias que más se adapten a tu forma de venta, podrás incluirla en tus operaciones, aumentando la atracción de clientes e incrementar tus ventas, las cuales, como ya se ha podido leer, dependen mucho de brindar envíos sin costo.