

**Comunicado de prensa**

Para mayor información contactar a:



**Media Relations:**

Roxana Bettinotti

Sr. Regional Marketing Manager – Latin

America North

Fiserv, Inc.

+52 55 9199 22975

roxana.bettinotti@fiserv.com

**Additional Contact:**

Martha C. VázquezPR Manager

another for Fiserv   
+52 237 110 2345

martha.vazquez@another.co

**Cómo prepararse para incrementar las transacciones este Hot Sale 2024**

***Una de las temporadas más importantes para el comercio digital requiere una planificación estratégica que amplifique la rentabilidad de sus propuestas comerciales.***

**CDMX, México, 9 de mayo de 2024**.- El Hot Sale es el evento de compras en línea más grande de México; sólo en la edición del 2023 generó [**29,949 millones de pesos**](https://www.amvo.org.mx/estudios/reporte-de-resultados-de-hot-sale-2023/) en ingresos, según datos de la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO). Esto significa un 29% más que en 2022, marcando una tendencia de crecimiento positivo año tras año.

La próxima edición del Hot Sale se celebrará desde 15 al 23 mayo. Aprovechar esta oportunidad requiere de una planificación estratégica y la implementación de determinadas medidas que impulsen las ventas. Aquí tienes cuatro acciones claves que los negocios pueden implementar para i**ncrementar las ventas durante el Hot Sale 2024.**

**1. Conocer a sus consumidores y escoger las ofertas adecuadas**

Analizar el comportamiento y los hábitos de los clientes es fundamental para ofrecer promociones atractivas y efectivas. Una oferta no sólo consiste en ofrecer rebajas, sino también en encontrar el valor agregado y beneficio diferencial que conecte con las preferencias de los consumidores. Ya sea un 3x2, kits, regalos, pagos diferidos, cashback, bonificaciones, etc., hay un amplio abanico de ofertas que se pueden adaptar a cada segmento de clientes. Este enfoque puede aumentar la probabilidad de conversión de venta, a la vez que construye fidelidad del consumidor hacia la marca.

**2. Meses sin intereses (MSI) para los productos de alto valor**

Según el estudio “[***Números que Hablan México***](https://www.fiserv.com.mx/numeros-que-hablan/)**”** de Fiserv, proveedor líder mundial de pagos y tecnología financiera, 2 de cada 3 usuarios de tarjeta de crédito utilizan los MSI para sus compras. Este instrumento de financiamiento incentiva el consumo de artículos o servicios de alto valor, que de otro modo podrían ser inaccesibles para muchos consumidores si tuvieran que pagarlos al contado. De esta forma los negocios pueden dar movimiento al inventario de artículos costosos que son más difícil de vender.

**3. Extender las promociones al piso de venta**

Replicar las mismas promociones digitales en las tiendas físicas contribuye a reducir la distancia entre las experiencias de compra *onlin*e y *offline,* brindándole a los clientes un servicio omnicanal. Unas de las ventajas de implementar esta estrategia, es que el consumidor puede disfrutar de una experiencia compra más inmersiva, lo cual es especialmente benéfico para los comercios de productos. Por otro lado, al extender las promociones a las tiendas físicas, se puede llegar a un público más amplio, incluyendo a aquellos que no están tan familiarizados con los eventos en línea o que prefieren la experiencia de compra tradicional.

Asegúrate de que las promociones y precios en e-commerce y piso de venta sean los mismas. En la era donde podemos acceder a la información a través de los celulares, el consumidor notará estas diferencias y le generará desconfianza, afectando el proceso de compra.

**4. Aceptar todo tipo de pagos**

Integrar tecnología que procese cualquier clase de pago es fundamental para satisfacer necesidades específicas de los consumidores. ¿Además del efectivo, qué métodos de pago prefieren usar los consumidores? Según el mismo estudio, *Números que Hablan México*, los métodos de pago favoritos de los mexicanos son tarjetas de débito (85%), tarjeta de crédito (66%) y tarjeta digital (34%). En cuanto a los canales de pago son las transferencias bancarias/SPEI (59%), códigos QR (18%) y billeteras digitales (16%).

Algunos consumidores prefieren la practicidad de las *e-wallets* o billeteras digitales,mientras otros que optan por el uso de tarjetas bancarias tradicionales. Las compañías que acepten una amplia gama de métodos de pagos en sus puntos de venta estarán mejor preparadas para manejar un gran volumen de transacciones, como las que se generan en el Hot Sale.

**Acerca de Fiserv**

Fiserv, Inc. (NYSE: FI), una empresa incluida en la lista Fortune 500, aspira a mover el dinero y la información de una forma que también se mueva el mundo. Como líder mundial en pagos y tecnología financiera, la empresa ayuda a sus clientes a obtener los mejores resultados a través de un compromiso con la innovación y la excelencia en áreas que incluyen soluciones de procesamiento de cuentas y banca digital; procesamiento de emisión de tarjetas y servicios de red, pagos, comercio electrónico, procesamiento adquirente para comerciantes y la plataforma de gestión de puntos de venta y negocios basada en la nube Clover®. Fiserv es miembro del índice S&P 500® y también forma parte de una de las Fortune® World's Most Admired Companies™. Visite [**fiserv.com**](https://www.fiserv.com/) y síguenos en las [**redes sociales**](https://www.linkedin.com/company/fiserv/)para obtener más información y las noticias más recientes de la compañía.

# # #