

¿Cómo y qué están comprando los mexicanos en línea?

El comercio electrónico ha permitido a los consumidores acceder a diversos productos y servicios con un solo click desde un dispositivo móvil o con sus computadoras. De hecho, en México, el crecimiento de las ventas en línea ha sido exponencial en los últimos años; mientras que en 2017 el 7% de los mexicanos compraba en línea, para el 2018 la cifra aumentó en 38%, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO).

Dentro de los preferidos por el público mexicano con acceso a internet encontramos que los productos de belleza, la ropa y accesorios, los boletos para eventos, viajes y hasta artículos de supermercado, siendo esto último una industria con un potencial de crecimiento debido a las promociones, eficiencia en tiempos y que hay una comunicación constante con el cliente para mayor tranquilidad.

Aunado a las diversas opciones de forma de pago, las promociones, descuentos, productos que no están disponibles en la tienda física o que no se venden en México; el ahorro de tiempo, la eficiencia y la variedad son las principales razones de las compras en línea. Además, con los comentarios o calificaciones, las personas pueden conocer más de un artículo y decidir adquirirlo o no.

Pero, más allá de ser una alternativa para los consumidores, representa una gran oportunidad para los empresarios para crear más y mejores estrategias e incursionar en nuevos canales de venta aprovechando el universo, cada vez más amplio, de internautas en el país, que actualmente es de 85 millones de usuarios, de acuerdo con la Asociación de Internet.

Aún cuando el inicio de las compras online en México era más bien bajo y la gente desconfiaba, para el 2018, 9 de cada 10 mexicanos ya compraban en línea, de acuerdo con una empresa de análisis de mercado. Y es que, conforme se mejoran los portales, se amplía la oferta y se garantiza mayor seguridad a los consumidores, incrementa también su confianza.

“Quienes no están vendiendo online se están perdiendo de una gran ocasión para darse a conocer y ampliar su público. Más allá del producto, deberán enfocarse en brindar un excelente servicio al cliente, cuidar la calidad en los materiales, garantizar tiempos óptimos de envío y devoluciones, formas de pago, etc., y así poder diferenciarse de la competencia. Y es que, muchas veces se cree que lo que se vende es lo único que importa, pero las personas toman en cuenta desde la página, hasta el empaque en el que viene”, aseguró Óscar Valero, director de Ventas Senior en América Latina de Manhattan Associates.

Que las empresas sepan analizar los datos de los consumidores, tanto en línea como en tiendas físicas, podrán determinar qué es lo que necesitan, lo que les gusta y lo que no y a partir de eso crear tácticas enfocadas a su público específico. El comercio electrónico en

México es una gran área de oportunidad para que diversos sectores se acerquen a las nuevas generaciones.

SOBRE MANHATTAN ASSOCIATES INC.

Manhattan Associates es un líder tecnológico en cadena de suministro y comercio omnicanal. Unificamos la información de toda la empresa para converger las ventas de punto final con la ejecución administrativa de la cadena de suministro. Nuestro software, plataforma tecnológica y experiencia inigualables, ayudan a impulsar tanto el crecimiento de primera línea como la rentabilidad neta de nuestros clientes. Manhattan Associates diseña, construye y entrega soluciones de vanguardia en la nube o en el punto de venta, para que así toda la tienda, a través de su red o desde su centro de distribución, esté lista para cosechar los beneficios del mercado omnicanal.