

CODERHOUSE

La especialización digital como la llave para el éxito este 14 de febrero

- Según la AMVO, 26% de los usuarios mexicanos planea hacer compras *online*, mientras que un 60% piensa hacerlo tanto por internet como en una tienda física; solo un 14% lo hará en un establecimiento.
- En promedio el mexicano gasta \$800 pesos en el regalo de San Valentín de acuerdo con el portal alemán de estadística en línea Statista.

Ciudad de México, 08 febrero de 2022.- El amor está en el aire y, con él llega **San Valentín**, una de las épocas más importantes para el **e-commerce** en el planeta. El 14 de febrero representa la **fecha al inicio de año con más compras dentro del sector retail**, ya que es el momento ideal para elevar el margen de ventas y registrar un crecimiento escalado.

Los preparativos para enfrentar la primera fecha de venta fuerte del año no pueden esperar. Ya que los enamorados comienzan la búsqueda del presente perfecto a principios de enero, pero el pico más alto de búsquedas sucede el 12 de febrero, lo que representa el **69% del rastreo de los regalos**, según una de las empresas más importantes en publicidad para apps móviles. Por ello, **“El Día de los Enamorados”** es una gran oportunidad para las ventas, debido a que el **93% de los mexicanos** buscan **promociones y descuentos especiales** este día a través de apps y sitios web.

Por tal motivo, **los sellers y negocios mexicanos tienen que contar con una preparación para potencializar sus canales de venta digital**. ¿Cómo? Actualizando sus conocimientos de *e-commerce* y desarrollando estrategias digitales de **marketing** que ayuden a mejorar la experiencia de compra digital al consumidor con múltiples formas de pago en línea para este **Día de San Valentín**.

Una de las herramientas más poderosas para impulsar las compras de San Valentín son los canales digitales, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), **4 de cada 10 usuarios mexicanos realiza alguna compra para este Día de San Valentín**. De este total, el 26% planea hacer compras online, mientras que un 60% piensa hacerlo tanto por internet como en una tienda física; solo un 14% lo hará en un establecimiento.

“La venta online cada día cobra mayor relevancia en México y Latinoamérica, por lo que los emprendedores y las personas que ya tienen un negocio fijo deben especializarse en herramientas de e-commerce, esto no solo les dará mayor margen de maniobra, si no los conocimientos para sacar el mayor provecho a cada uno de los canales digitales y plataformas de marketing digital con los que cuentan”, comparte **Sophie Kronk, VP of Strategy & Expansión Coderhouse México**, la plataforma de aprendizaje en línea y en vivo para el desarrollo de las habilidades digitales más demandadas de la actualidad.

CODERHOUSE

Pero las **exigencias del comercio en línea van más allá de saber vender**, los usuarios buscan cada día más una **mayor experiencia al momento de elegir sus productos**, por lo que contar con conocimientos de omnicanalidad, demanda que todo el equipo de una empresa de *e-commerce* cuente con herramientas para el crecimiento intelectual, impulsando y desarrollando nuevas metodologías de capacitación virtual. De esta manera generar una propuesta de valor que brinde una **solución integral de gran alcance a toda la compañía**.

*“En la actualidad **los sellers no solo pueden enfocarse en vender sus productos**, tienen que contar con una visión integral que les permita llevar a su empresa al siguiente nivel. Para lograrlo deben enfocarse en la evolución tecnológica de sus equipos de trabajo, para que juntos superen las expectativas que sus consumidores les exigen, especialmente en una época de ventas tan fuerte como es San Valentín”,* complementa **Sophie Kronk**, quien además agrega que, en el último tiempo, *“las empresas mexicanas han demostrado cada vez más interés en poner la tecnología al servicio de los consumidores, tal es así que los cursos más elegidos por las compañías para capacitar a sus colaboradores en Coderhouse son los relacionados al diseño de la experiencia del usuario.”*

La transformación digital llegó a un punto sin retorno en México y Latinoamérica, uno de los mercados con un crecimiento vertiginoso para la venta *online*. Las empresas tienen que cambiar su perspectiva sobre las tiendas en línea para vender sus productos, de ser un servicio extra a un canal de demanda que requiere de especializaciones tecnológicas cada vez más específicas con las que se puedan resolver las exigencias de un mercado desafiante.

-oOo-

Si deseas unirte a la comunidad de aprendizaje en línea y en vivo más grande de Latinoamérica y conocer más sobre los cursos y carreras que Coderhouse ofrece visita **coderhouse.com.mx**

Acerca de Coderhouse

Coderhouse es una plataforma de aprendizaje en línea y en vivo, que ofrece cursos y carreras para las habilidades más demandadas de la actualidad. Seleccionamos el mejor talento para enseñar a nuestros estudiantes y los apoyamos con mentores y otros recursos. Nuestros cursos están diseñados para que los estudiantes aprendan de una manera divertida y efectiva recompensando tanto su esfuerzo como sus resultados. Coderhouse tiene una tasa de finalización de sus cursos superior al 90%, lo que la distingue de otras escuelas digitales.

Coderhouse fue fundada en el año 2014 por los emprendedores Christian Patiño y Pablo Ferreiro como una escuela de programación presencial, ampliando su oferta académica tras su éxito inicial para incluir cursos de marketing digital y desarrollo web. Con el objetivo de llegar a más alumnos en toda la región con una propuesta de calidad pero a precios accesibles, en el 2019 Coderhouse dejó atrás la modalidad presencial y se convirtió en la primera escuela de educación 100% online y en vivo, con una plataforma que ofrece más de 30 cursos digitales en vivo.

Para mayor información visitar.

coderhouse.com.mx

CODERHOUSE

facebook.com/Coderhouse
twitter.com/CODERHOUSE
instagram.com/coderhouse
[youtube/coderhouse](https://youtube.com/coderhouse)
Coderhousemx.prezly.com