



Día de la Madre tendrá un crecimiento del 25% en la demanda de entregas de última milla

- *Este año, los mexicanos esperan gastar cerca de 700 pesos en obsequios para las madres.*
- *La celebración del Día de las Madres estima un crecimiento de 25% en la demanda de entregas de última milla.*
- *Un estudio realizado por Canaco CDMX, arrojó que se tiene la expectativa de generar ingresos por 2 mil 147 millones de pesos, equivalente a un incremento de 301.3 por ciento en comparación con el 2020.*

(Ciudad de México, 07 mayo, 2020).- En 2021 se realizará la segunda celebración con motivo del Día de la Madre en México en tiempos de pandemia, y así como el año pasado, la industria y la economía han cambiado. El 2020 fue un año de impacto negativo donde las bajas cayeron de manera drástica, ya que muchas tiendas cerraron sus puertas físicas y tuvieron que migrar a los canales electrónicos para mantenerse con vida.

Durante los festejos de ese año, se obtuvieron ingresos no mayores a los 535 millones de pesos, es decir, una caída de 83.7 por ciento con respecto al 2019, cuando se obtuvieron ventas por 3 mil 283 millones de pesos, esto de acuerdo con la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (Canaco CDMX)

"El panorama de ventas para el Día de la Madre promete crecer este año, a diferencia del 2020, cuando la pandemia golpeó con mayor fuerza. Una gran ventaja de lo anterior es que los comerciantes aprendieron a utilizar y a aprovechar mejor la tecnología para aumentar sus ventas y expandir sus canales de entrega, y es en este último punto donde podemos entrar como aliados estratégicos para ayudar a las PyMES a mejorar su plan de ventas y a brindar una experiencia de cliente optimizada para esta celebración", afirmó Christophe Milheres, City Manager en Lalamove México.

Actualmente, la mayor adaptación al comercio electrónico y a **las soluciones de envíos inmediatos**, han funcionado como fuerte impulso para las ventas, por ello se **prevé que la demanda durante esta celebración crezca hasta en 25%**. Incluso, las estimaciones para este Día de la Madre son positivas en la capital mexicana, previendo una derrama económica superior a la del 2020. Un estudio realizado por Canaco CDMX con motivo de esta fecha, arrojó que se tiene la expectativa de generar ingresos por 2 mil 147 millones de pesos, equivalente a un incremento de 301.3 por ciento, respecto a la misma fecha en 2020, aunque 34.6 por ciento por debajo de las cifras obtenidas en 2019, cuando se vivían tiempos de "normalidad".

De igual manera, los consumidores se transformaron. Hoy son más receptivos y omnicanales, tienen mayor preferencia por lo emocional y buscan experiencias más que solamente



productos. Todo esto se puede convertir en poderosos detonadores de ventas son factores que, en fechas como el 10 de mayo, son importantes para tomar en cuenta.

Optimiza tu estrategia de ventas electrónicas en esta significativa fecha siguiendo estos consejos:

- **Destaca los productos adecuados.** Analiza tu oferta de productos y resalta en tus sitios y plataformas digitales aquellos que estén más relacionados con el Día de la Madre, así serán atractivos para los consumidores por medio de un *webrooming*.
- **Enfoca la experiencia en la comodidad de los envíos a domicilio.** El crecimiento de las ventas virtuales llegó acompañado del boom en las soluciones de última milla. Comprar el regalo perfecto y hacer que llegue a domicilio de manera inmediata, son dos aspectos muy apreciados por los clientes; es por ello que las empresas deben enfocarse en poner ofertas y descuentos en entregas inmediatas. Por ejemplo, plataformas como **Lalamove, por la fecha, ofrece un código de 10% de descuento que estará disponible del 7 al 10 de mayo para hacer hasta 5 envíos.**
- **Pon un ambiente temático en el sitio.** Un diseño web especial (banners o íconos, por ejemplo) para el Día de la Madre puede hacer la diferencia en tus ventas digitales. Deja que el cliente sepa que tu empresa valora la fecha y que ofreces las mejores opciones para esta celebración.
- **Crea páginas específicas para la fecha.** Una *landing page* para el Día de la Madre ayudará a crear una experiencia de compra personalizada, diseñada para unas necesidades específicas, pudiendo utilizar técnicas básicas de venta guiadas hacia los artículos más solicitados en el día.
- **Ofrece promociones especiales a los consumidores.** Los buenos descuentos saltan a los ojos del consumidor y lo mejor es que existen muchas maneras y distintos medios para hacerlos. Puedes ofrecer envíos más baratos o gratuitos o cupones de descuento.
- **Explota las redes sociales.** Esta herramientas no pueden faltar en una estrategia para una *seasonality*. Con anuncios y pequeños homenajes alusivos a las madres, incentiva a los usuarios a compartir tus publicaciones y busca el compromiso con el público.

En adición, las plataformas de envío y última milla sigue posicionándose como el mejor aliado de las pequeñas y medianas empresa y la opción más económica para enviar y recibir envíos, ya que han reducido sus precios en entregas por kilometraje en camioneta; así, todos aquellos que quieran mandar productos durante el Día de la Madre, sigan cuidando la salud y el bienestar de las festejadas y, al mismo tiempo, brindar una experiencia distinta, pero igual de linda desde casa.

###

Acerca de Lalamove:



Desde 2013, **Lalamove** ha incursionado en la industria de la logística para encontrar las soluciones más innovadoras que resuelvan las necesidades de entrega en todo el mundo. Millones de conductores y empresas utilizan nuestra tecnología diariamente para conectarse entre sí y mover las cosas que importan. Actualmente, **Lalamove** reúne cerca de 15,000,000 de clientes registrados con un grupo de más de 2,000,000 de conductores de camionetas, camiones y motocicletas para brindar servicios de entrega inmediata. La misión de **Lalamove** es hacer que las entregas locales sean más rápidas y sencillas; esto se logra con innovaciones como la correspondencia instantánea de pedidos, el seguimiento de vehículos por GPS en tiempo real, los servicios 24/7, la optimización de rutas y un sistema de calificación de conductores. Actualmente, **Lalamove** opera en más de 260 ciudades en la Gran China, el sudeste de Asia, India y América Latina, ingresando al mercado mexicano en 2020.

Más información en: <https://www.lalamove.com/mexico> y en [Facebook](#).

Contacto de prensa:

Emmanuel Zaragoza - emmanuel.zaragoza@another.co - 55-4903-5434 o visita: <https://lalamove.prezly.com/>