



Las oportunidades de e-commerce en tiempos de pandemia

Diálogo con expertos para la generación de propuestas para la transformación digital del Perú.

CADE DIGITAL:
Lo digital nos incluye

 Jueves 04 de febrero  7:00 PM

CONCLUSIONES

- Las nuevas medidas para prevenir el contagio del COVID-19 obligan a las pymes a optar por canales digitales para continuar realizando ventas de sus productos o servicios, por tanto el comercio electrónico será una de las modalidades más utilizadas.
- Existen diversos canales de venta por internet (canal propio, marketplaces, redes sociales), cada uno de ellos con distintas características y beneficios. El canal de venta propio es positivo ya que puedes ahorrar en la comisión que cobran los canales de venta de terceros, mientras que ofertar tus productos a través de plataformas digitales (como marketplaces) te permite tener una mayor exposición de marca.
- Independientemente del canal de venta que decidas utilizar, se recomienda tomar las herramientas que ya existen para no duplicar esfuerzos y tener que empezar de cero. Es importante que las plataformas que uses sean amigables para que el proceso de compra sea sencillo y amigable.
- El comercio electrónico permite obtener mucha información acerca de los hábitos de consumo y preferencias de tu cliente, por eso es importante medir toda la información que se recopila a partir de los canales de venta.
- El servicio al cliente es muy importante para generar mayor confianza en los consumidores y por ello se debe prestar especial atención a asegurar una excelente atención al cliente.

RECOMENDACIONES:

- Si se va optar por recibir pedidos a través de Whatsapp, utilizar la plataforma de empresa llamada "WhatsApp Business" ya que, actualmente, el 60% de los peruanos prefiere comprar por este canal y se recomienda crear un catálogo virtual que permita mostrar todo el portafolio de productos de manera exitosa.
- Incorporar métodos de pago virtuales para hacer más sencilla la transacción y evitar el contacto de dinero en efectivo.
- Definir la zona de reparto, pues no es necesario cubrir todas las ciudades o distritos.
- Tener ofertas especiales para incentivar las ventas, evaluar cuáles funcionan y repetirlas.
- Para generar mayor confianza en tu producto o servicio, comparte videos y fotografías del proceso de producción y protocolos de salubridad.