



Más de la mitad de los productos en venta en los grandes marketplaces provienen de pymes

## El Black Friday y la campaña de Navidad pueden suponer hasta el 50% de la facturación de la Pyme

- *La falta de integración con los marketplaces y no disponer de métodos de pago avanzados, son los principales motivos que reducen las opciones de venta de la pyme durante el Black Friday*
- *La creación de tiendas online ha aumentado un 43% este año, según datos de Hostalia ayudando a las pymes a abrir nuevos canales de venta*

**Madrid, 19 de noviembre de 2020.-** Con motivo del Black Friday el próximo 27 de noviembre, muchas pymes probarán por primera vez el modelo de venta digital. Por eso, **Hostalia** ([www.hostalia.com](http://www.hostalia.com)) comparte las mejores prácticas y recomendaciones para vender con éxito durante esta campaña de los expertos de ecommerce y clientes de la compañía, mediante una infografía con 13 consejos para que una tienda online obtenga el mayor éxito de ventas en esta edición de Black Friday:

**1.- Ten en cuenta las apps de comparativas de precios.** Aplica descuentos y códigos promocionales por productos o clientes. *"Busque, compare y, si encuentra algo mejor, cómprelo"*, era el eslogan publicitario más agresivo de los años 80. Hoy esto es algo a tener muy en cuenta porque existe una multitud de apps que realizan comparativas de precios y analizan la evolución del precio de un artículo.

**2.- Potencia las opiniones de los clientes y responde** a los comentarios buenos y malos. *"En nuestro caso la mayoría de nuevos clientes nos llega a través de redes sociales. Estas fechas pueden suponer para nosotros hasta el 50% de nuestra facturación e invertimos casi cuatro semanas de preparación"*, explica **María Teresa Maestre** de [elrinconexquesito.com](http://elrinconexquesito.com).

**3.- Usa banners para destacar novedades y promociones.** Revisa los materiales publicitarios, su ubicación en la tienda online, las fechas y no olvides comprobar que se ven correctamente en los distintos tipos de dispositivos.

**4.- Permite hacer zoom en las fotos** de los artículos para que los usuarios puedan ver claramente el producto y añada una descripción detallada (medidas, peso, funciones, ideas de uso...). *"En una tienda física puedes tocar e incluso probar un producto, pero en una tienda online lo que cuentan son las imágenes y las descripciones (composición, colores, medidas, etc.), esto evita devoluciones y quejas"*, señala Mayte López, Product Manager de tiendas online en Hostalia.

**5.- Sugiere otros artículos relacionados** para llenar los carritos con la venta cruzada. Es una de las mejores maneras de evitar la fuga de clientes, ya que casi el 80% de los consumidores espera que las compañías comprendan sus necesidades y les sugieran recomendaciones de productos relacionados.



**6.- Habilita la lista de deseos.** Es algo que funciona a medio plazo, ya que muchos consumidores esperan a descuentos de última hora. También es bueno automatizar recordatorios de últimas unidades disponibles.

**7.- Ofrece opciones de pago y de entrega.** Habilitar métodos de pago avanzado como Redsys, Stripe o PayPal y opciones variadas que facilitan la entrega como Packlink, SendCloud o MRW, es muy conveniente para adaptarte a las distintas necesidades de los usuarios.

**8.- Localización y estado del pedido.** Facilita la fecha de entrega prevista y manda información actualizada del estado del pedido al cliente.

**9.- Ten siempre contenido actualizado en redes sociales** para que los usuarios estén seguros de que tu tienda online está operativa. La atención al cliente en la era digital exige el uso de un lenguaje respetuoso y cercano, dar respuestas ágiles y rápidas y transparencia en el tratamiento de posibles críticas al producto o servicio.

**10.-** Date de alta en **buscadores**, como Google, Yahoo! y Bing, y en plataformas como Google My Business y Google Maps.

**11.-** Muestra y vende tus productos en **Marketplaces**. Según datos de Amazon, más de la mitad de los artículos que vende son de pequeñas y medianas empresas.

**12.-** Crea tus campañas de **Email Marketing** para mantener a tus clientes informados sobre promociones, novedades y otras noticias relevantes

**13.-** Si tienes tienda física, ten el horario actualizado y genera **Códigos QR** con enlace a tu eCommerce.

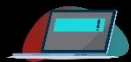
# 13 consejos

para que tu tienda online no tenga números rojos en el Black Friday



1. Aplica descuentos y códigos promocionales por productos o clientes.

2. Fomenta las interacciones directas y respóndele tanto a los buenos comentarios como a los malos.



3. Utilízalo para crear campañas de email marketing y promociones.

4. Haz zoom en las fotos de los artículos para que los usuarios puedan ver claramente el producto y obtener detalles de calidad, medidas, peso, funciones, etc. de uso.



5. Sugiere otros artículos con artículos relacionados para lanzar los cruces con la venta cruzada.

6. Haz la lista de deseos, úndala e incórrala.



7. Ofrece muchas opciones de pago y facilidades en las formas de entrega.

8. Metela en la parte que es a ser siempre en el momento de la actividad paralela.



9. Ten siempre control de actualizaciones de precios para que los usuarios puedan pagar los productos al menor precio posible.

10. Dale clic en buscador, Google My Business y Maps.



11. Muéstrale y vende los productos en Marketplaces como Amazon o eBay.

12. Crea tus campañas de Email Marketing para mantener las últimas informaciones sobre promociones, novedades y otras noticias de negocio.



13. Si tienes tienda física, ponte también en Instagram y genera códigos QR con enlaces a tu tienda online.

Puedes encontrar más información sobre Hosting, Internet y Tecnología en el **blog** de Hostalia. También puedes suscribirte al boletín de noticias **Hostalianews**, y seguirnos en **Facebook** (Hostalia) y **Twitter** (@hostalia).

**Acerca de Hostalia:**

[Hostalia](#) forma parte del grupo acens, the cloud services Company, desde el año 2008. Dicho grupo, pionero en el desarrollo de soluciones de hosting, housing, y soluciones de telecomunicaciones para el mercado empresarial, cuenta con presencia en Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, y posee dos “data centers” con más de 6.000 metros cuadrados de instalaciones. En la actualidad la cartera de clientes del grupo supera las 100.000 empresas, gestiona casi 350.000 dominios en Internet en sus 14.000 servidores y MVS, y administra un caudal de salida a Internet superior a los cuatro Gigabits a través de una red troncal multioperador con presencia en los puntos neutros (Espanix, Catnix).

**Para más información:**

Nozze Media

*Carmen Tapia / Ricardo Schell*[ctapia@nozzemedia.com](mailto:ctapia@nozzemedia.com) / [ricardo.schell@nozzemedia.com](mailto:ricardo.schell@nozzemedia.com)

646 892 883 / 699 983 936

Hostalia

*Inma Castellanos*[inma@acens.com](mailto:inma@acens.com)