

MEMO OBC



CAMBIOS PANDÉMICOS EN COMERCIALIZACIÓN, QUE LLEGARON PARA QUEDARSE.

Por Carla Cudmani

Aparentemente todo va volviendo a la normalidad, las empresas reactivan sus oficinas, los empleados estatales vuelven a la plena presencialidad, los comercios retoman sus horarios habituales, le dijimos chau a los aforos.... pero casi podemos afirmar, que estamos volviendo a una **nueva normalidad**, con cambios que llegaron para quedarse.

Si veníamos "*emparchando*" para salir del paso, es hora de repensar y emprolijar procesos para no perder ventas ni quedarnos fuera del negocio.

¿CUÁLES SON ALGUNOS ESTOS CAMBIOS?

LA MULTICANALIDAD

No solo para vender, sino para comunicar.

- Tener un buen canal de ventas online, ya es un básico para cualquier negocio. Quedarnos afuera de este canal implica ceder un porcentaje de ventas cada vez mas grande a nuestra competencia. Por otro lado, contar con un canal de ventas digital, simplifica la llegada a mercados de internacionales, nos hemos vuelto competitivos gracias a la cotización del dólar.
- Comunicar en los nuevos canales digitales, también es un gran desafío, hoy las redes sociales se llevan un importante porcentaje de la pauta publicitaria, si sabemos donde alocar nuestros recursos y desarrollamos una buena estrategia de comunicación, con baja inversión, podremos lograr grandes resultados.

LA INMEDIATEZ

- Como consecuencia del crecimiento obligado de la compra online originado por la cuarentena estricta nos volvimos consumidores cada vez más ansiosos.
- Queremos entrega en el día
- Buscamos y comparamos precios en segundos, y si no es posible, queremos recibir presupuestos casi inmediatamente.
- Compramos en cualquier horario, esto tiene una muy buena consecuencia desde el punto de vista de las ventas, se amplía el horario en el que podemos vender sin generar costos adicionales.
- Elegimos productos y marcas que estén en stock, nos olvidamos de lo que significa "esperar"

EL SERVICIO POSVENTA Y EL COMPROMISO CON EL CONSUMIDOR

- Para que una primera compra, se transforme en un cliente fiel, debemos garantizar la misma simplicidad del proceso de compra, para el proceso de reclamos, cambios y devoluciones

LOS MEDIOS DE PAGO

- Otro cambio importante es la creación, simplificación y ampliación de los medios de pagos. La digitalización, también alcanza a los medios de pago, y para ser competitivos, debemos incorporar la variedad completa de medios de pago.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

- Por último y no menos importante, la incorporación de Inteligencia artificial, el desafío de las empresas no está en el acceso a la tecnología, sino en cómo esta tecnología es integrada a sus procesos, a sus empleados, a su cultura y en definitiva a su negocio.







ALGUNOS DATOS (FUENTE CACE)

EN 2021 SE INCORPORARON AL ECOMMERCE
684.459 NUEVOS COMPRADORES, SUMANDO UN
TOTAL DE 20.742.665 COMPRADORES ONLINE

CANTIDAD DE PRODUCTOS VENDIDOS



RUBROS QUE IMPULSAN EL CRECIMIENTO

-  ALIMENTOS, BEBIDAS Y ART. DE LIMPIEZA
-  COSMETICOS Y PERFUMERÍA
-  INDUMENTARIA NO DEPORTIVA
-  PASAJES Y TURISMO

PERFIL DE LOS DIFERENTES TIPO DE COMPRADOS ONLINE



Cotidiano



Regular



Ocasional

PERFIL SOCIODEMOGRAFICO

	Cotidiano	Regular	Ocasional
PERFIL SOCIODEMOGRAFICO	ABC1/C2 (61%)	C2/C3 (60%)	C3/D1 (51%)
	MUJERES/HOMBRES	+HOMBRES	+MUJERES
	25-44 AÑOS	35-44 AÑOS	21-29 AÑOS
	AMBA	INTERIOR	INTERIOR

Los arriba mencionados son algunos de los cambios que llegaron para quedarse, los que debemos incorporar para crecer

Ahora bien, todo cambió?

Por supuesto que no, algunos conceptos básicos del marketing siguen más en auge que nunca:

- La acertada frase... *“lo más importante no es que compres, si no que vuelvas”*, continua siendo tan importante como siempre.
- El desarrollo de la famosa *“base de datos”*, otro aspecto básico, que cuesta mucho a veces expandir en todos los niveles compañía. Conocer a nuestros clientes, es clave para poder ofrecerles lo que necesitan. Son la plataforma del desarrollo nuevos productos.
 - *Cada vez es más simple obtener información sobre nuestros clientes, pero saber utilizarla es un don, que además requiere un trabajo casi artesanal.*

Estos son **algunos cambios** para los que debemos estar preparados, en **OBC** hemos desarrollado la metodología para ayudar a implementarlos, porque creemos fuertemente que:

“No sobreviven las especies más grandes y fuertes, sino aquellas que mejor se adaptan a las nuevas realidades”

Sigamos avanzando juntos! 