

8 de cada 10 ecommerce apostarán por las ventas internacionales esta campaña de Navidad, según Hexagone

Se espera que crezcan las ventas internacionales un 25% esta campaña de Navidad y con ello la necesidad de comunicarse en el idioma de los clientes

Según un análisis elaborado por Hexagone (www.hexagone.es) consultora de formación de idiomas para empresas, la campaña de Navidad que comienza este mes con el Black Friday estará marcada por las estrategias de venta fuera de España.

Hasta este año apenas el 35% de los e-commerce apostaban por los mercados internacionales para vender sus productos. Este dato cambiará notablemente debido a la pandemia y a la crisis económica. Se espera un crecimiento del 25% de ventas a nivel internacional, la mayoría a través de marketplace.

Gaëlle Schaefer, Directora de Hexagone explica, “Los negocios digitales necesitan más mercado que nunca. La crisis les ha afectado como a todos los sectores y la presencia en el mundo digital les permite acceder a cualquier mercado siempre y cuando estén preparados para comunicarse con los clientes internacionales. En este punto, el idioma es el único obstáculo al que se enfrentan”.

Los grandes marketplace y las empresas de logística permiten a cualquier negocio enviar sus productos fuera de España. Por este motivo 4 de cada 5 e-commerce reconocen que no tendrían ningún problema logístico para poder vender en otros países con las posibilidades que tienen.

Sin embargo, el principal obstáculo para el 92% de los e-commerce consultados es la importancia que tiene el idioma no sólo para comunicarse con los clientes internacionales sino para atenderles de forma adecuada sin que ello perjudique la reputación.

“Un mal soporte de venta perjudica directamente la reputación de cualquier negocio. Por ello poder comunicarse con el cliente en su idioma y sin problemas es esencial. Este es el principal motivo que esgrimen los negocios que no venden fuera de sus fronteras”, explica la directora de Hexagone.

Para 7 de cada 10 responsables de e-commerce la reputación es lo que más les preocupa a la hora de trabajar el idioma a nivel internacional. No poder una comunicación en el idioma del cliente puede ser perjudicial.

“Vender a nivel internacional es posible logísticamente para la mayoría de los negocios online. Sin embargo, poder dar soporte, traducir correctamente no sólo las descripciones de los productos sino todo lo que un cliente pueda necesitar para comprar un producto, controlar las opiniones en otros

idiomas etc es lo que realmente preocupa a los responsables de los e-commerce. Son muchas las necesidades de idiomas de una relación con el cliente internacional” explica la directora de Hexagone.

Mejora el nivel de traducción en los e-commerce

Según los datos de Hexagone, el nivel de las traducciones de los e-commerce ha mejorado respecto a hace 3 años en los que apenas se utilizaban traductores automáticos online. El problema no está en la traducción de las fichas de productos o de la propia web sino el soporte al cliente.

A pesar de estos datos, aún 1 de cada 5 fichas traducidas que se publican para vender en otros mercados internacionales contienen errores de traducción. Hace apenas 3 años afectaba a 4 de cada 5 tiendas con errores. Este dato demuestra que claramente el sector ha apostado por mejorar este grave problema que generaba pérdidas económicas importantes a cada e-commerce.

Los principales errores se recogen en la descripción de las fichas. “Lo más común es encontrarse con algún error en la forma de expresarse. Cada idioma tiene sus propias frases que no coinciden con las que existen en español”, explica Gaëlle Schaefer.

Hoy la preocupación ha cambiado y afecta al soporte de atención al cliente y no tanto a las fichas o traducciones de las páginas web.

Datos de contacto:

Hexagone
605065567

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>