

Un escaparate con millones de clientes: empieza a vender en Marketplaces con Creacom y Lengow

La pandemia del coronavirus ha llevado a un punto crítico el normal desarrollo de muchas actividades profesionales y empresariales. Más que nunca, una amplia y efectiva difusión de productos y servicios en el ámbito del marketplace y la venta online es imprescindible. Por ello, desde Creacom, agencia de marketing especializada, cuentan por qué es necesario vender a través de estas plataformas y, lo más importante, cómo hacerlo

Cómo están afectando las medidas restrictivas al negocio físico

Para aquellas empresas que todavía centran su actividad solo en el negocio físico, las consecuencias de esta paralización están siendo muy negativas. Se enfrentan no solo a unas pérdidas económicas directas y muy relevantes, sino a una importante disminución de clientes y de posicionamiento en el mercado.

El negocio que todavía no ha desarrollado una plataforma paralela digital se ha visto obligado en muchos casos a paralizar toda su actividad. Incluso se puede observar que las mismas tiendas de alimentación de barrio, que permanecen abiertas, no han visto incrementada su rentabilidad al no poder ofrecer fórmulas competitivas, como, por ejemplo, la entrega a domicilio o los pedidos online.

Para las que ya habían desdoblado su actividad de comercialización con una presencia en el entorno digital, tampoco las cosas están siendo fáciles. Aunque se están produciendo importantes crecimientos de las ventas online, no todos están saliendo igual de beneficiados.

Importante incremento de la venta online

Los informes de empresas especializadas en medición de mercados, como Nielsen y otras, situaban en la segunda semana de confinamiento el aumento de las ventas online entre un 55 % y un 77 %.

Esta subida se ve reflejada inicialmente en sectores de consumos básicos (como la alimentación), pero también en otros como la electrónica, las telecomunicaciones y los alimentos para mascotas.

Otras áreas que están reproduciendo este comportamiento, una vez madurado el periodo inicial, son las de ropa y calzado (con un aumento en ventas ecommerce del 69 %), la de deportes, la cual se sitúa en un 191 %, o las de mobiliario y jardinería, ambas en torno a un 130 %.

La desigual presencia en Internet marca diferencias en ventas

El problema principal es que no todos están beneficiándose por igual. Aquellos que tienen una cuidada plataforma en Internet y que llevan tiempo esforzándose por potenciar este canal o aquellos que ya cuentan con gran experiencia para la venta online están focalizando la mayor parte de las ventas.

Por el contrario, los que tan solo habían desarrollado un ecommerce secundario o como canal residual se ven en dificultades para competir, ya que no aparecen en los lugares adecuados en la página de resultados. Aquellos que no aparecen en las primeras posiciones de búsqueda no obtienen visibilidad y, por lo tanto, es como si no existieran para el potencial cliente.

No solo se trata de poseer una tienda abierta en la red, sino de que esta sea visible por el cliente y llame su atención. Y esto no es tan sencillo. Para conseguirlo, si bien es cierto, existe un gran abanico de herramientas de marketing, pero es necesario conocerlas y saber usarlas correctamente.

Los nuevos consumidores y la importancia del Marketplace

Las urgentes necesidades que han surgido en tan breve lapso de tiempo han provocado cambios importantes en la composición de los compradores online.

Lo que se denominan audiencias y el target o público objetivo han variado en sus formas de aproximarse y acercarse a las tiendas y los productos. En la actualidad, una gran cantidad de personas que antes no tenían costumbre de comprar por este medio han accedido en masa al mercado online.

Estos cambios han disparado las ventas a través de los marketplaces, como Amazon o Ebay. No se debe olvidar que estas plataformas son lo más parecido a un gran centro comercial en línea para los nuevos consumidores. Ven en ellos una forma familiar y reconocible de ir escogiendo sus productos y adquirirlos fácilmente.

La gran ventaja de los marketplaces es que permiten vender online con una buena visibilidad sin necesidad de poseer un ecommerce propio. Así, tanto pequeñas como grandes empresas pueden estar presentes en ellos y establecer sus diferenciaciones con aquellas armas que consideran óptimas (precio, proximidad, servicio, entrega...). Hay cientos de recursos y formas, pero es imprescindible contar con presencia en estas plataformas.

Por qué deberían utilizar las empresas un agregador de Marketplace

Un agregador o integrador de marketplace es un sistema de centralización y automatización de ventas que permite, a partir de la creación de un catálogo único de productos, realizar su distribución en los distintos marketplaces y comparadores de precios. A partir de ahí, se puede llevar el control de las características de producto, de los pedidos y de los envíos desde la misma plataforma, por lo que el proceso de gestión de las compras se agiliza enormemente. Es la solución más óptima para evitar los múltiples requisitos y características particulares de cada marketplace, que pueden convertir las tareas de gestión en un auténtico caos.

Multitud de empresas optan por estos agregadores, ya que, de esta forma, están presentes inmediatamente ante los ojos de miles de potenciales consumidores, sin que esto suponga una inversión desproporcionada, tanto en tiempo como en dinero.

Lengow: líder en el mercado de agregadores

Lengow es una empresa fundada el 2009 en Francia, que actualmente cuenta con presencia en todo el

continente europeo y que se ha convertido en la principal opción en agregadores de Marketplace, por su versatilidad y por las múltiples opciones de plataformas de venta que ofrece, entre las que no solamente se encuentran las más conocidas como Amazon o Ebay, sino también otras como Zalando, Privalia e incluso Facebook. Se trata de una plataforma con un gran potencial que permite incrementar el rendimiento de las ventas y conseguir un crecimiento efectivo incluso a nivel internacional. Por ello no es de extrañar que sea la solución empleada por las compañías de mayor peso. Nespresso, Venca, Sephora o The Phone House son algunas de ellas.

Aunque es importante resaltar que no solo es útil para este tipo de empresas. Existen casos de éxito de nuevas firmas como Boggi, que eligió esta plataforma de gestión de catálogos como asistente en su estrategia de desarrollo internacional e incrementó sus ventas en un 105 %.

Todo esto suena bien así que... ¿cuál es el problema?

Lengow tiene una única desventaja y no radica en sus precios; realmente es una inversión asequible y, sobre todo, muy productiva. Su inconveniente más importante estriba en que es un sistema de gestión de catálogos técnicamente complejo y que requiere de un nivel de conocimientos informáticos avanzado. La gran mayoría de compañías no cuentan con un departamento de programación interno que pueda llevar a cabo esta integración con la herramienta, entonces... ¿qué se puede hacer si se quiere vender en marketplace?

Creacom: agencia de marketing certificada por Lengow

Empezar a vender a través de marketplace es una decisión de gran relevancia, a la par que muy interesante para todo tipo de empresas, así que contar con un equipo de expertos que las guíe y facilite todo el proceso debería ser imprescindible.

Afortunadamente, Lengow ha establecido un completo programa de cualificación para garantizar que el rendimiento de su gestión recaiga en manos de profesionales acreditados.

Gracias a su experiencia y a un equipo multidisciplinar, en Creacom han conseguido situarse como la primera agencia de marketing certificada por Lengow en España para sus servicios. También son la primera agencia partner de PrestaShop en Cataluña y la tercera en toda España.

Una agencia de marketing de servicios holísticos en el ámbito del ecommerce, en el que garantizan un resultado 100 % efectivo a todos sus clientes a la hora de implantar y desarrollar su estrategia online.

Utilizando el marketplace de una forma óptima gracias a la capacidad, conocimientos y metodología única de Creacom, no solo ayudan a sus clientes a superar esta difícil situación, sino también a mejorar sus estructuras y potenciar sus ingresos, dotándoles de un enfoque internacional y mucho más productivo.

Datos de contacto:

Creacom Comunicació Estratègica S.L.

93 783 28 24

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

Categorías: [Marketing E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>