

Cómo aumentar la conversión de un ecommerce optimizando la conveniencia

[Multimedia](#)

El 97% de los compradores españoles dicen que eligen comprar en un ecommerce u otro en función de la conveniencia, término que engloba aspectos como la seguridad, el método de pago favorito, el que haya pocos pasos, que el producto esté disponible, el precio y las condiciones de entrega y devolución, entre otros. Simpler, el servicio de compra en un click, aumenta significativamente las tasas de conversión en más de un 35% gracias a su compromiso de ofrecer una experiencia centrada en el comprador

Según el 'Estudio Anual de Comercio Electrónico de IAB Spain', para el 97% de los compradores españoles el principal driver de compra es la conveniencia, seguido de las ofertas (94%) y las promociones (91%). Y es que, según Flat 101 en su 'Estudio Anual de Conversión Ecommerce y Negocios digitales', la conversión en los comercios online españoles ha descendido un 1,20% en 2022, un hecho que puede deberse a múltiples factores: no cumplir con las expectativas, mala experiencia de usuario o fricciones en el momento de compra.

De esta forma, se encuentran dos problemas: un cliente que demanda eficiencia y buenas experiencias, y un ecommerce que anhela llegar a sus objetivos de venta. ¿La buena noticia? Cuentan con las herramientas adecuadas para dar solución a estos pains.

¿Cómo mejorar la conveniencia?

- Poniendo al cliente en el centro del proceso: El cliente exige un proceso de compra rápido, cómodo y seguro. Por lo tanto, el ecommerce debe responder a estas expectativas generando procesos de venta "frictionless", es decir, reduciendo el número de pasos para adquirir la compra. Según detalla el 'Estudio Anual de Comercio Electrónico de IAB Spain', entre los motivos que hacen que una compra sea satisfactoria, el 52% destaca que el proceso sea fácil.
- Seguridad en los pagos: Para los usuarios, el momento de introducir los datos bancarios en un ecommerce les puede generar desconfianza y miedo a ser robados. Por ello, es importante contar con herramientas que permitan anonimizar los datos bancarios del cliente de cara al ecommerce. Es decir, plataformas en las que poder introducir las tarjetas bancarias de manera segura y con las que el usuario sabe que el propio vendedor no dispondrá de los detalles de su tarjeta de crédito/débito, aportándole una gran tranquilidad.
- Comodidad en la transacción: Ofrecer un abanico de métodos de pago

acelerará el proceso de compra. Existen multitud de modalidades y cada cliente tiene sus preferencias: desde la tradicional tarjeta de crédito y débito a pagos aplazados (BNPL), Google Pay, Apple Pay o Bizum. Según el mismo estudio iab, el 29% relaciona la satisfacción con los métodos de pago ofrecidos. Experiencia postventa: Las ventas no finalizan en el momento de realizar el pago, hay que lograr fidelizar a esos clientes para que se conviertan en recurrentes. Saber que en todo momento su compra estará localizada, ofrecer descuentos especiales o un buen servicio logístico podrá aumentar la tasa de conversión y fidelización.

- Fidelizar al público: Contar con una solución que permita conocer de dónde vienen los clientes para poderlos examinar mejorará considerablemente el análisis de tu clientela y, por tanto, podrás crear mensajes y campañas personalizadas para cada target logrando una mayor tasa de fidelización.

Compras sin fricciones. Para optimizar la experiencia de compra y aumentar la tasa de conversión, Simplr llega a España con el lanzamiento de su proceso de compra integral para ecommerce. Para los usuarios, Simplr es una plataforma de compra en la que poder introducir sus datos bancarios y de envío una única vez y de esta manera poder comprar en todos los ecommerce que cuenten con ella con un solo click. El servicio también ofrece múltiples opciones de pago. Para los ecommerce, se trata de un servicio que permite la compra rápida y segura y que puede lograr aumentar su conversión en un 35%, según datos aportados por la marca, con su compromiso de ofrecer una experiencia centrada en el comprador.

Gracias a su sencillo proceso de instalación y fácil integración con las principales plataformas de comercio electrónico, Simplr se convierte en la solución que ayudará a complementar la optimización de los negocios online.

"Estamos encantados de introducir Simplr en España. El servicio representa un cambio significativo en la forma de comprar online. No se trata de una solución de pago más, sino de una experiencia de compra integral que simplifica y agiliza todo el proceso, centrándose en cómo se compra y no sólo en cómo se paga", afirma Juan Bautista Maquirriain, Country Manager en España.

Ofrecer un proceso de compra fluido a los compradores sin nombres de usuario, contraseñas ni largos formularios ya es posible. El servicio resuelve los principales puntos de fricción que existen en los procesos de transacción tradicionales.
