

¡El usuario es primero! 3 claves para triunfar en e-commerce



Si buscas emprender en el mundo del e-commerce es importante que tu estrategia de marketing esté enfocada en el usuario y que siempre uses los datos a tu favor.

En una charla para los alumnos del Tec de Monterrey campus Toluca, **Juan Carlos Gómez**, Sector Lead de Retail y Finanzas de **Google México** habló sobre la importancia de enfocar los esfuerzos de transformación del comercio electrónico **en el usuario**.

*“¡Hay que ser **customer centric al 100%**”, comentó el experto.*

En entrevista para **CONNECTA**, Juan Carlos Gómez dio **3 claves para triunfar**:

1. ¡Ve por los datos! Conoce a tus consumidores

De acuerdo con el especialista, se prevé que el e-commerce tenga un crecimiento de **7 billones de dólares en México durante 2021**, por lo que su transformación debe enfocarse **totalmente en conocer, comprender y trabajar para el cliente**.

Recopilar **información de los consumidores** es un proceso complejo, sin embargo, para Juan Carlos Gómez, la información de los clientes **es lo más valioso** que tiene una empresa.

*"Los datos nos dan todo lo que necesitamos para **generar soluciones personalizadas que se adapten a lo que buscan**", comentó.*

Sin embargo, comenta que esta **información es privilegiada** y debe tratarse como tal.

*"La mejor forma en que un cliente te va a querer **dar el privilegio** de compartir su información, es que tú le **demuestres que tu experiencia es segura y que vale la pena**", agregó Juan Carlos.*



Ahora las compañías **no sólo deben recopilar información**, deben asegurar que será tratada con **responsabilidad** y que hacer uso de la misma **ofrecerá soluciones atractivas para sus consumidores**.

Dentro de estos avances tecnológicos encontramos buscadores como Google, que ofrecen privacidad y control absoluto sobre qué información desean compartir los usuarios.

2. Soluciones Enfocadas

Un nuevo producto o servicio se genera buscando resolver una necesidad en el mercado, asegurando a sus clientes que al pagar por ello, esta necesidad estará 100% resuelta.

Para Juan Carlos es justo ahí donde se encuentra la **clave de un modelo de negocios exitoso**: *"encontrar una oportunidad que pueden aprovechar y volverla atractiva para los consumidores"*.



Para llegar a ese nuevo modelo de negocios, el primer paso es escuchar a los consumidores y eso se logra mediante el análisis detallado de la información recopilada.

De esta manera se garantiza que **las soluciones** realmente serán lo que los consumidores esperan.

*"Empresas como Zara y Sephora lo han hecho, **encuentran fricciones, se obsesionan en resolverla, y en ese momento se produce la oportunidad de negocio**"*, mencionó Juan Carlos.

Debido a la pandemia, el e-commerce aumentó a niveles nunca imaginados en México.

Ahora, las empresas tienen el reto de contar con productos en existencia y servicios disponibles las 24 horas del día que estén al alcance de un solo click.

3. Diferenciadores

"Actualmente un producto está disponible en muchas tiendas físicas y en línea, lo que genera una mayor competencia, incluso, las compañías compiten por ser omnipresentes para los consumidores", mencionó.

La alta competencia y diversidad de productos y servicios, ha llevado a las compañías a enfocarse en la diferenciación, es decir, añadir características que los hagan únicos en el mercado.

Para Juan Carlos, dos diferenciadores que influyen directamente en las decisiones de los consumidores son: **personalización y tiempos de entrega**

"Debemos de ayudar a que la gente compre en línea, darles facilidades de pago, que sepan dónde está su producto, cuándo llegará y permitir, que den su toque personal de inicio a fin", comentó Juan Carlos.

"Debemos de ayudar a que la gente compre en línea, darles **facilidades de pago**, que sepan **dónde está su producto, cuándo llegará** y permitir, que den su **toque personal de inicio a fin**", comentó Juan Carlos.

De esta manera el especialista comentó que el **marketing ha cambiado y seguirá cambiando** con el paso de los años, y resaltó que mantenerse actualizado es muy importante.

Al respecto, **Sara García directora asociada de la Escuela de Negocios del Tec de Monterrey campus Toluca**, comentó que este tipo de **acercamientos con especialistas** en el área facilitan el aprendizaje de los alumnos y los acercan cada vez más con el mundo real.

Por último, Juan Carlos Gómez comentó que es importante garantizar que todos los esfuerzos de los equipos de marketing sean medibles.

"Siempre **prioricen aquellas acciones que se puedan medir** y siempre **piensen en grande**", finalizó.

SEGURO QUIERES LEER TAMBIÉN:

5 tips para emprender en la nueva normalidad5 tips para emprender en la nueva normalidad

Roberto James, Director del Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera del Tec de Monterrey campus Toluca, te da algunos tips para emprender en la nueva normalidad.

tec.mx