



Cinco señales
de que tu
plataforma de
pagos ya te
queda chica

Introducción

El objetivo de cualquier empresa es crecer: entrar en nuevos mercados, sumar clientes y líneas de productos, y aumentar las ventas y los ingresos. Pero el crecimiento trae consigo desafíos inherentes, que van desde una mayor complejidad para el cumplimiento y distribución de los pedidos hasta la gestión del flujo de fondos y la contratación. El crecimiento es esencial para tu negocio, pero solo 1 de cada 9 empresas logra mantener el crecimiento de los ingresos y las ganancias a lo largo del tiempo.¹

Los cambios en la industria de pagos han impulsado increíblemente el crecimiento, ya que los clientes están yendo de las compras en la tienda a las compras en línea, y de los cheques y el efectivo a los pagos digitales. Los pagos en línea, que antes estaban limitados a las computadoras, ahora son posibles con smartphones, dispositivos portátiles y asistentes de voz. Muy pronto, los automóviles vendrán equipados para realizar pagos. Es probable que los negocios que no se adapten a los cambios rápidos en la industria de pagos no puedan hacer crecer su negocio en línea como (o mejor) que la competencia.

La buena noticia es que tú eres el conductor. Solo sigue las señales a continuación para asegurarte de que tus procesos de pago ofrezcan el caballaje que necesitas para tener éxito.



SEÑAL NÚMERO 1

LÍMITE DE VELOCIDAD

Es posible que no estés respondiendo rápidamente a las preferencias de pago cambiantes de tus clientes.

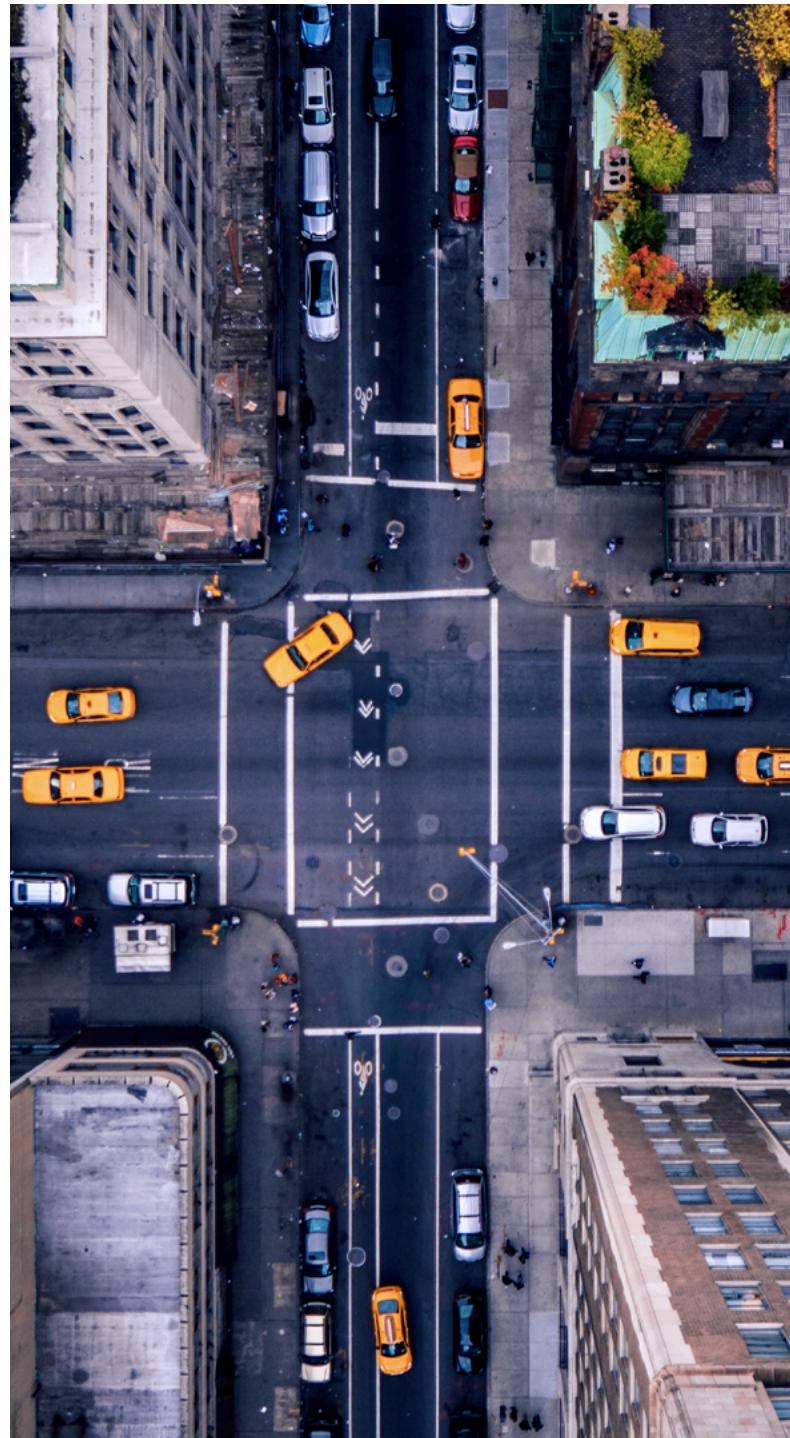
La necesidad de tener agilidad empresarial y una respuesta rápida a las condiciones cambiantes nunca había sido tan importante. Sin embargo, es posible que tengas que soportar la carga de un sistema de pago heredado o quizás te estás rezagando para adaptarte a la tecnología móvil como un medio clave para realizar pedidos. Más de dos tercios de las transacciones del carrito de compras se abandonan, y casi 1 de cada 5 consumidores dice que se debe a que el proceso de pago es demasiado largo o complicado.²

Si tus métricas indican que las experiencias en línea de tus clientes son inconsistentes, si los pedidos se abandonan y si los comentarios en línea son negativos, podría ser porque tu plataforma de pagos ya te queda chica. Al utilizar una plataforma de pagos que no se actualiza de acuerdo a los cambios de la industria, la reputación de tu marca puede verse afectada y los ingresos y los márgenes pueden venirse abajo.

Solución:

Implementa procesos de pago cómodos para los clientes.

Los clientes esperan y aprecian las múltiples formas de completar una transacción en línea o en el punto de venta y de elegir su método preferido de pago. Viéndolo como el cliente, eso podría incluir tarjetas de crédito y débito, carteras digitales y PayPal. Pero quizás sea más importante la experiencia del cliente. Un estudio de SiriusDecisions señaló que atraer nuevos compradores se consideraba la estrategia más importante para el crecimiento de las empresas, y que mejorar la experiencia del cliente era la principal prioridad para lograrlo.³ Frecuentemente, PayPal se encuentra entre las plataformas de transacciones en línea más convenientes y eficientes.



SEÑAL NÚMERO 2

FRONTERA CERRADA

Te quedaste atrás de la competencia para acceder a nuevos clientes y mercados.



Te gustaría ingresar a nuevos mercados, pero el camino está bloqueado.

Esto puede deberse a que tu plataforma de pagos te está impidiendo aprovechar nuevas oportunidades. Es posible que tus competidores estén respondiendo mejor al ofrecer funciones de pago que atraen a los nuevos clientes. Esto puede socavar todos tus esfuerzos, ya que se ven afectados por procesos de pago inconsistentes y costos elevados.

Además, es posible que las opciones de tu sistema de pagos no sean relevantes para los nuevos mercados a los que quieras ingresar, en particular en el extranjero, con divisas, idiomas y preferencias de pago locales. Esto puede obstaculizar considerablemente el conocimiento de tu marca y tu crecimiento en ese país.

Solución:

Usa PayPal Commerce Platform para Empresas.

PayPal ofrece múltiples tipos de pago diferentes para tus clientes, incluyendo tarjetas de crédito y débito, métodos de pago alternativos.

Asimismo, PayPal es una plataforma global utilizada por más de 392 millones de clientes en 200 mercados y al menos en 56 diversas divisas. Eso significa que PayPal puede facilitarte la entrada a nuevos mercados internacionales. Además, es mucho más probable que los consumidores en línea compren en el extranjero si pueden hacerlo con su propia moneda.⁴

SEÑAL NÚMERO 3

UN SOLO SENTIDO

Tu plataforma de pagos actual no favorece las compras recurrentes.

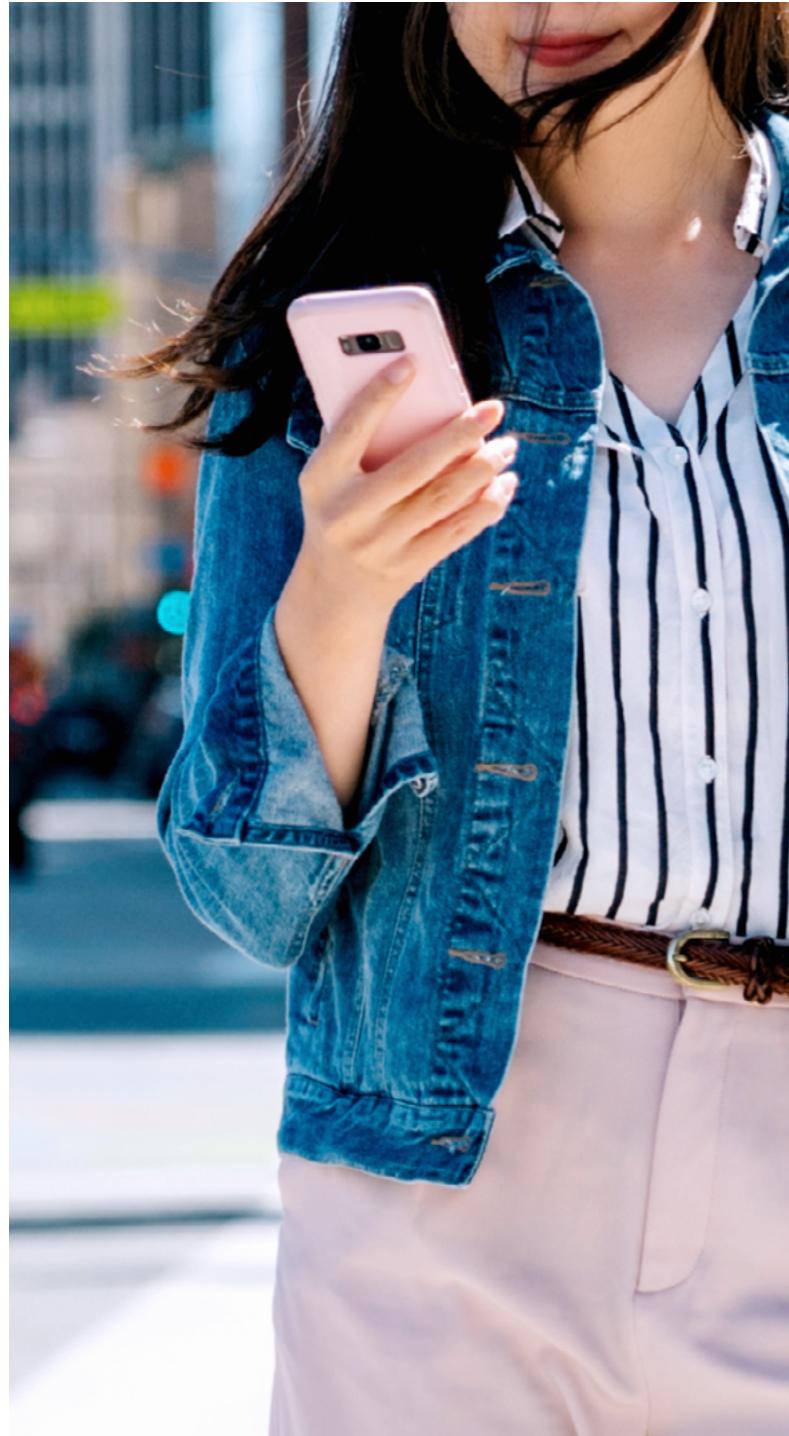
iCuidado! Tus consumidores van por una avenida de un solo sentido con una solución de pago que no facilita las visitas repetidas: los clientes llegan a tu sitio web, compran algo y luego se van, para no regresar nunca más. Los procesos que implementaste en otros canales para fomentar las compras recurrentes simplemente no funcionan con tus transacciones en línea.

Solución:

Impulsa la lealtad de tus clientes con PayPal.

Para las empresas que ofrecen servicios basados en suscripciones, PayPal ofrece que puedan cobrar a los clientes automáticamente de forma periódica. No es necesario enviar formatos de pago por separado, lo que lo convierte en un proceso fácil y conveniente para ti y tus clientes. Esto funciona para clientes de software o cualquier otro negocio basado en suscripciones, así como para organizaciones que promueven las donaciones benéficas que se realizan regularmente. En caso de que los usuarios cambien las suscripciones a mediados de mes, PayPal puede calcular automáticamente cuánto deben.

Además, PayPal guarda la información de tus clientes de forma segura, por lo que tus clientes no necesitan volver a ingresar su información cada vez que realicen una compra.



SEÑAL NÚMERO 4

CONDICIONES PELIGROSAS

Tu costo de operaciones está aumentando, pero la eficiencia va disminuyendo.



¿Perdiste tracción? ¿Las llantas están patinando? El hecho es que quizás tengas dificultades accediendo a las actividades de la cuenta en tiempo real y tus procesos de pago no están vinculados de manera eficiente a tu plataforma de administración financiera actual. Y por si fuera poco, los costos de integración están aumentando, al igual que los de las tareas asociadas con las transacciones, como el cumplimiento de la normatividad PCI, el envío, la facturación y el acceso a los pagos.

Solución:

Simplifica las operaciones con integraciones impecables.

No pierdas más tiempo, dinero ni recursos en la integración. PayPal reduce el trabajo de los desarrolladores al integrarse fácilmente en una variedad de plataformas de eCommerce, carritos de compras, servicios de análisis más populares.

PayPal también ayuda a eliminar las molestias del cumplimiento de la normatividad PCI. Al integrarse con nuestros SDK fáciles de usar para desarrolladores, puedes seguir cumpliendo con dicha regulación y ayudar a minimizar el riesgo para tu negocio incluso cuando surjan nuevas amenazas.



SEÑAL NÚMERO 5

PELIGRO A LA VISTA

Estás viendo un aumento en las transacciones fraudulentas.

Tu negocio no puede acelerar cuando la carretera está llena de baches y conductores alocados que amenazan tu progreso, y lo mismo aplica para los negocios en línea. Quizás hayas sido víctima de transacciones excesivas que involucran tarjetas de crédito robadas o contracargos fraudulentos. Según LexisNexis Risk Solutions, cada dólar de fraude cuesta \$3.36 a los minoristas estadounidenses.⁵ Pero EE. UU. no es el único. El Centro de Estudios Estratégicos estima que el costo global del delito cibernético es de casi un billón de dólares al año.⁶ Los costos de administrar los incidentes de delitos cibernéticos y otros fraudes pueden socavar seriamente tu crecimiento.

Solución:

Utiliza la última tecnología y programas de protección contra el fraude.

PayPal resguarda a los vendedores con tecnología de protección contra el fraude y Protección al vendedor de PayPal.

La tecnología de PayPal controla continuamente todas las transacciones, lo que ayuda a prevenir el fraude y otros delitos cibernéticos como el phishing y el robo de identidad. Esta combina una vasta inteligencia en tiempo real de la red de PayPal con machine learning avanzado que se adapta a tu negocio, para que puedas minimizar los contracargos y proteger las buenas relaciones con los clientes.



Conclusión: tú eres el conductor.

La digitalización de los pagos puede ser uno de los cambios más drásticos y dinámicos de nuestro mundo moderno, ofreciendo muchas oportunidades que impulsan el crecimiento corporativo continuo. Es más esencial que nunca que los negocios se adapten a los cambios rápidos en la industria de pagos para aprovechar al máximo las nuevas oportunidades. Tú llevas el control y puedes hacerlo realidad.



Obtén más información sobre PayPal Commerce Platform [aquí](#).



1. Bain & Company, Definición de la mentalidad del fundador, <https://www.bain.com/founders-mentality/about/#>
2. Baymard Institute (2021), 44 Cart Abandonment Rate Statistics, consultado el 8 de abril de 2021, <https://baymard.com/lists/cart-abandonment-rate>
3. SiriusDecisions (2017), Global CMO Study, <https://intelligentgrowth.siriusdecisions.com/marketing-executive/cmostudy>
4. PayPal (2020), Informe de Comercio Global PayPal, https://www.paypalobjects.com/marketing/brc/shared/lead-nurture/pdf/PayPal_Borderless-Commerce-Report_SF.pdf
5. Lexis Nexis, "Por cada dólar de fraude cometido, los minoristas de EE. UU. incurren en \$3.13 de costos": <https://risk.lexisnexis.com/insights-resources/research/2019-true-cost-of-fraud-study-e-commerce-retail-edition>
6. CSIS (2020), Los costos escondidos del delito cibernetico, <https://www.csis.org/analysis/hidden-costs-cybercrime>