

Digitalizar + Prosperar

Prepara tu negocio para los días festivos

Cómo tener listo y proteger tu negocio para una Navidad fructífera

ÍNDICE

- 3 Los días festivos son la principal temporada de ventas**
- 4 Compras navideñas, en cifras**
- 5 Cómo preparar tu negocio para los días festivos**
- 6 Comercializa tu negocio en línea**
 - 7 Impulsa el tráfico con contenido y promociones de temporada
 - 9 Atrae a compradores navideños con experiencias personalizadas
- 11 Optimiza la experiencia de compra**
 - 12 Amplifica tu atención al cliente
 - 14 Haz el proceso de pago lo más fluido posible
- 16 Protege tu negocio en línea**
 - 17 Crea una ciberseguridad fuerte para el éxito en días festivos
- 20 Empieza ya**

Los días festivos son la principal temporada de ventas

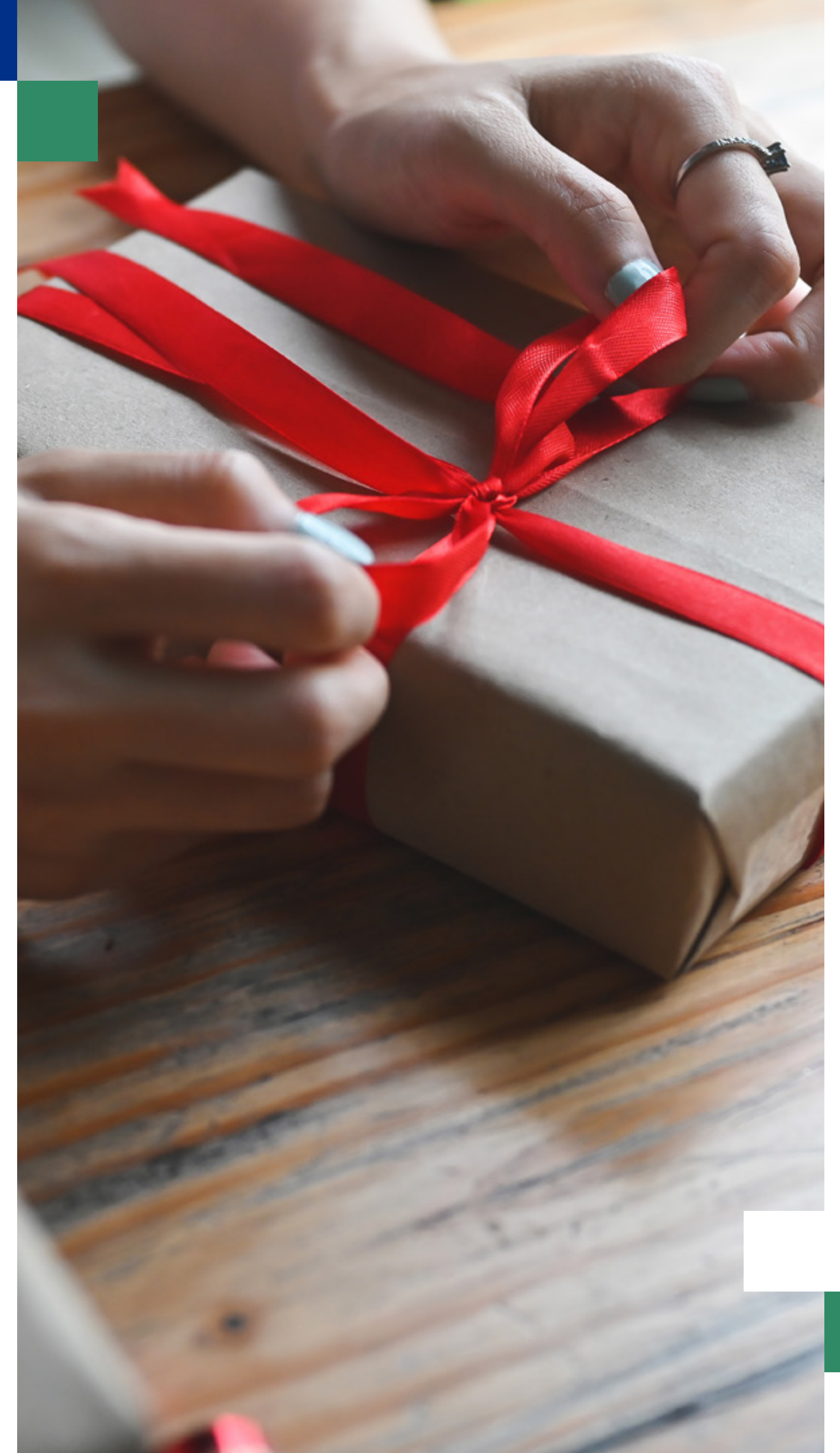
La temporada navideña genera algunas de las mayores ventas del año, lo que ofrece a los negocios **una gran oportunidad de crecimiento**. Ya sea el Buen Fin, Black Friday, Navidad o Día de Reyes, millones de consumidores se afanan por conseguir regalos para amigos, seres queridos y ellos mismos. El año pasado, las ventas navideñas en línea crecieron un 5% en todo el mundo hasta alcanzar la cifra récord de 1.14 billones de dólares.¹ Este año, habrá una gran actividad de eCommerce durante los días festivos, aunque los negocios deben prepararse para lidiar con los posibles efectos de la inflación en los hábitos de compra de los consumidores.

Se proyecta que la inflación global aumentará a 6.7% este año, el nivel más alto en cuatro décadas.² Al mismo tiempo, la confianza del consumidor, representada por el Índice de confianza del consumidor global, que indica el consumo y el ahorro futuros de los hogares, muestra una tendencia a la baja, lo que refleja los efectos negativos de la inflación.³ A pesar de que el gasto general sigue siendo fuerte, algunas categorías de gastos de los clientes se han estancado o incluso reducido. Por ejemplo, el gasto en comestibles, aumenta año tras año, aunque eso se debe a la inflación y no a un mayor consumo. En categorías como viajes y restaurantes, los clientes pagan más pero consumen menos.

Sea cual sea tu industria, debes tener en cuenta las nuevas realidades de la inflación récord y desarrollar soluciones que respalden tu negocio, retengan a los clientes y aseguren el crecimiento a largo plazo. Tienes que considerar cómo están

cambiando los comportamientos de compra de la gente, como el hecho de que aproximadamente la mitad de los clientes globales (2,500 millones) están dispuestos a cambiar de marca en esta temporada navideña por una opción que cueste menos.³

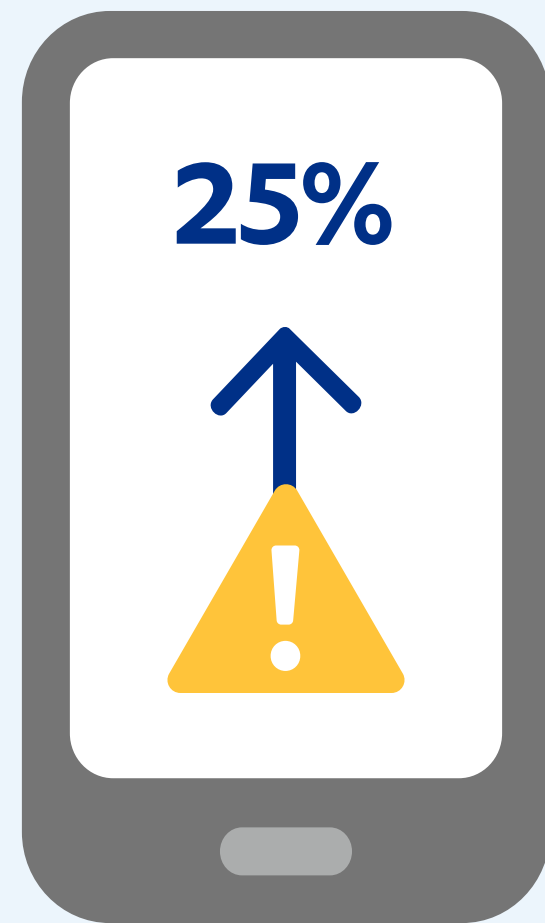
Los negocios necesitan estar siempre listos para manejar el aumento de la competencia y la demanda de los clientes durante los días festivos. Pero este año, con los problemas continuos en la cadena de suministro, las preocupaciones por la inflación, los presupuestos ajustados y el auge del eCommerce, los negocios deben estar más preparados si quieren ser los favoritos de los clientes en esta temporada de compras navideñas. Ve cómo puedes lograrlo si consigues que la experiencia de compra de tus clientes, desde elegir el producto hasta decidir cómo pagar, sea fácil, segura, flexible y personalizada de acuerdo a cada una de sus necesidades.



Compras navideñas, en cifras

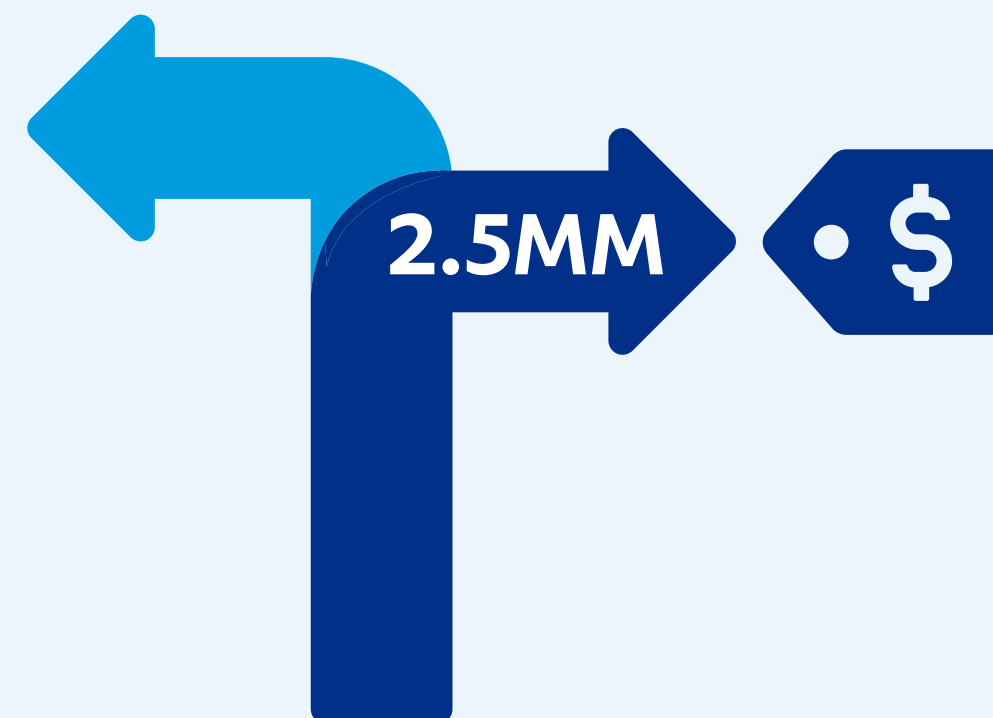
ES LA TEMPORADA PARA COMETER FRAUDE

Los intentos de fraude aumentaron un **25%** durante la temporada navideña de 2021.⁴



LOS PRECIOS EJERCEN PRESIÓN SOBRE LA LEALTAD A LA MARCA

2,500 millones de consumidores navideños globales podrían cambiar de marca con tal de obtener un mejor precio.⁵



EL IMPACTO DE LAS COMPRAS NAVIDEÑAS

El trimestre festivo representa **más del 30%** de las ventas minoristas anuales totales en algunos sectores.⁶



Cómo preparar tu negocio para los días festivos

El éxito comercial de los días festivos depende de estar preparado para la afluencia de compradores navideños y la competencia. Es crucial que los negocios se preparen a fondo y lo antes posible, utilizando los datos como guía. **Para que esta temporada navideña sea más exitosa que nunca, concéntrate en estas tres áreas principales:**

✔ **Comercializa tu negocio en línea:**

Capta la atención de tus clientes con experiencias y promociones oportunas y personalizadas.

✔ **Optimiza la experiencia de compra:**

Facilita y simplifica el servicio al cliente y el proceso de pago.

✔ **Protege tu negocio en línea:**

Mantén tu negocio libre de fraudes y protege los datos y las transacciones de tus clientes.



Comercializa tu negocio en línea

La temporada navideña tiene un gran potencial para ser lucrativa, razón por la que es tan competitiva entre los negocios. Aprovecha esta oportunidad para **impulsar tus ingresos** mediante la comercialización efectiva de tu negocio en línea para que tu temporada más ajetreada también sea la más exitosa.



COMERCIALIZA TU NEGOCIO EN LÍNEA

Aumenta el tráfico con contenido y promociones de temporada

Dato importante

Un contenido de calidad y una optimización para motores de búsqueda (SEO) inteligente puede ser la base de tu estrategia de marketing digital. Durante los días festivos, estos dos rubros son más importantes que nunca. Desde palabras clave de búsqueda específicas para las festividades hasta opciones de productos relacionados con ellas, el comportamiento de los compradores cambia con la temporada. Para posicionarte mejor en sus búsquedas y captar su atención, debes **optimizar tu contenido, SEO y estrategia promocional en consecuencia**.

Consejo

Dale un toque festivo a tu contenido

Cuando se trata de aumentar el tráfico de búsqueda, el contenido es el rey. En otras palabras, el contenido que atrae y cautiva a los clientes puede mejorar tu posicionamiento en los resultados de búsqueda y, en última instancia, impulsar las ventas.

Mira estas formas en que puedes crear contenido festivo optimizado para búsquedas:

- ✓ Optimiza el contenido de tu sitio con palabras clave específicas para la temporada de fiestas. Estudia las tendencias de búsqueda del año pasado y las palabras clave de mayor rendimiento con herramientas como Google Keyword Planner o Google Trends. Usar palabras clave más largas mencionando lo que ofreces también es importante, ya que son frases de búsqueda muy específicas que los clientes usan cuando están decididos a comprar.
- ✓ Crea páginas de inicio específicas para las ventas de la temporada festiva. Asegúrate de planificar, crear y optimizar las páginas de destino mucho antes de los días de fiesta. Los rastreadores de sitios web, o bots que aprenden lo que contienen las páginas web, necesitan tiempo para escanear e indexar las páginas de inicio para que puedan aparecer en la búsqueda.
- ✓ Lanza anuncios de marketing en buscadores (SEM) específicos para las fiestas.
- ✓ Lanza campañas de correo electrónico con temas festivos que utilicen términos de búsqueda similares y refuercen tu mensaje.
- ✓ Lanza una campaña en redes sociales centrada en la temporada navideña, o aprovecha las tendencias y los hashtags más conocidos, como #TikTokMadeMeBuyIt.

Genera lealtad con promociones e incentivos navideños

Los días festivos son un momento clave tanto para los negocios como para los consumidores. Considera lo siguiente para que tu negocio destaque y aumente la lealtad de los clientes haciéndolos sentir valorados:

- ✓ **Crea guías de regalos personalizadas** con descuentos especiales para atraer a los consumidores a comprar varios artículos y así ahorrar en el envío.
- ✓ **Ofrece servicios de temporada**, como envolver regalos gratis.
- ✓ **Crea ofertas por tiempo limitado** y paquetes navideños para agregar urgencia y ofrecer incentivos para clientes con presupuestos ajustados.
- ✓ **Sigue las tendencias navideñas** para determinar qué productos promocionar.
- ✓ **Amplía tu variedad de productos** para motivar a los clientes a comprar varios regalos en un solo lugar, lo que les ahorrará gastos de envío y evitará que busquen a tus competidores.
- ✓ **Ofrece envíos y devoluciones gratis** para garantizar una experiencia positiva para el cliente e impulsar su lealtad.
- ✓ **Establece un programa de recomendación** para ganar clientes nuevos y ayudar a los actuales a ahorrar.



COMERCIALIZA TU NEGOCIO EN LÍNEA

Atrae a compradores navideños con experiencias personalizadas

Dato importante

No hay nada que a los compradores les guste más que una buena oferta, especialmente durante el ajetreo de los días de fiesta. Es por eso que casi la mitad de los consumidores navideños eligen negocios que ofrecen mejores precios y promociones.⁷ Los negocios pueden destacarse de la competencia al ofrecer incentivos personalizados, que contribuyan en gran medida a fomentar la lealtad de los clientes. Y es fundamental hacer bien esta personalización: el 76% de los clientes dijo que recibir comunicaciones personalizadas de manera única es un factor clave para que consideren una marca, mientras que el 78% dijo que dicho contenido los hace más propensos a volver a comprar.⁸

Consejo

Personaliza la experiencia de tu sitio web

Durante una temporada competitiva como los días festivos, analiza a fondo y con frecuencia las preferencias de los clientes, ya que cada vez son menos leales y recurren a productos de marca privada para hacer frente a la inflación.⁷ **En pocas palabras, todas las interacciones con los clientes son importantes. Sigue estas ideas para hacerlas más significativas:**

- ✓ **Utiliza herramientas basadas en IA** que utilicen datos del comportamiento previo de los clientes para recomendar productos, contenido y grupos de productos relevantes.
- ✓ **Personaliza la búsqueda de tu sitio web** para autocompletar las palabras clave y frases más populares para que los clientes puedan encontrar con facilidad lo que necesitan.
- ✓ **Muestra productos relacionados** en función del historial de navegación de los clientes en tu sitio web. Cuantas más oportunidades tengan los clientes de comprar productos dirigidos a ellos, mejor.



76%

de los clientes dijo que recibir comunicaciones personalizadas es un factor clave para que consideren una marca.⁸

Haz retargeting con incentivos personalizados

Puedes pensar que un carrito abandonado significa un cliente perdido definitivamente, pero ese no es siempre el caso. Hay muchas razones por las que los compradores abandonan su carrito, desde problemas técnicos hasta procesos de pago muy largos. Siempre es buena idea conectar con esos clientes e intentar continuar la venta mediante correos electrónicos de carritos abandonados.

Puedes incentivar a los consumidores para que completen su compra con estos sencillos pasos:

- ✓ Envía notificaciones de recuperación del carrito por correo electrónico y mensajes de texto para recordar a los clientes los artículos restantes en su carrito.
- ✓ Atrae con descuentos a los consumidores que abandonaron su carrito para que completen su compra.
- ✓ Crea una sensación de urgencia con alertas que destaquen cuándo vencen las ofertas por tiempo limitado o qué artículos están a punto de agotarse.
- ✓ Lanza campañas navideñas por correo electrónico para volver a conectarte con clientes anteriores.

Actúa

En resumen, las claves para generar lealtad a tu marca y aumentar las ventas son crear una experiencia de compra personalizada y volver a captar a los clientes anteriores.

PayPal cuenta con la confianza de más de 400 millones de clientes en todo el mundo, por lo que hacerles saber que aceptas PayPal también es otra forma de comercializar tu negocio y ganar credibilidad.



Si deseas conocer más estrategias que ayuden a impulsar el tráfico, atraer clientes y aumentar las ventas, consulta nuestro eBook que te dirá cómo [comercializar tu negocio en línea](#).

Optimiza la experiencia de compra

Atraer a los clientes a tu sitio web es un buen comienzo para tener una temporada navideña exitosa, pero asegurarse de que se queden marcará la diferencia. Previo a la temporada de ventas más concurrida, analiza el modo de **generar la mayor cantidad de conversiones posible con una experiencia digital** que haga regresar a tus clientes.



OPTIMIZA LA EXPERIENCIA DE COMPRA

Amplifica tu atención al cliente

Dato importante

Es simple: atraer compradores y convertirlos en clientes habituales requiere un excelente servicio al cliente. Más de una cuarta parte de los consumidores considera que un mal servicio al cliente es un factor decisivo, y casi la mitad quiere respuestas inmediatas a sus preguntas.⁹ Con un aumento del 75% en las consultas de servicio al cliente durante los días festivos, existe la presión de brindar un soporte oportuno y completo cuando los clientes lo necesitan.⁹

Consejo

Mejora el servicio de atención al cliente durante la temporada festiva

Los clientes están dispuestos a gastar más en un negocio que responde a sus consultas rápidamente, idealmente entre 24 y 48 horas.¹⁰

Reduce el tiempo de respuesta del servicio de atención al cliente con estos pasos:

- ✓ Asegúrate de tener personal de apoyo especializado.
- ✓ Configura bots de chat para automatizar las respuestas a consultas menos complejas.
- ✓ Asegúrate de que tu servicio de hospedaje web e infraestructura digital puedan manejar un aumento de tráfico.
- ✓ Mantén tu información de contacto en línea precisa y actualizada.
- ✓ Publica una página de preguntas frecuentes informativa y fácil de entender como una opción de soporte de autoservicio para los clientes.
- ✓ Ofrece a tus clientes la flexibilidad de pagar a meses sin intereses en línea.



Sé sincero con tus clientes

La gente espera honestidad y transparencia.

Así puedes aplicarlo:

- ✓ **Muestra todos los costos y comisiones**, como impuestos y cargos de envío, al momento de pagar.
- ✓ **Establece expectativas** y brinda actualizaciones oportunas a los clientes si hay retrasos en la entrega.
- ✓ **Aclara tu política de devoluciones** e indica fechas límite y un proceso paso a paso para iniciarlas.

Durante la temporada navideña, las consultas de servicio al cliente aumentaron en un

75%⁹



OPTIMIZA LA EXPERIENCIA DE COMPRA

Haz el proceso de pago lo más fluido posible

Dato importante

Ya sea en persona o en línea, no hay nada más frustrante para los clientes que un proceso de pago lento o interrumpido.

¿Iniciar sesión para realizar una compra? Olvídalo. La mitad de los clientes dicen que les frustra tener que crear una cuenta o ingresar una contraseña solo para poder pagar.¹¹

Consejo

Si deseas maximizar las ventas navideñas en una época de gran actividad y estrés para los clientes, debes eliminar las barreras innecesarias o los puntos de fricción que podrían disuadir a los clientes de completar una compra. Te decimos cómo:

Elimina barreras innecesarias o puntos de fricción durante el proceso de pago

Los clientes esperan un pago rápido y sin fricciones, o se irán a otro lado si tu sitio no lo ofrece. Uno de cada cinco clientes abandona su carrito de compras debido a procesos de pago complicados o largos.¹²

Cómo garantizar un pago rápido y sin fricciones:

- ✓ Ofrece el pago de invitado para que los clientes no tengan que crear una cuenta.
- ✓ Optimiza el proceso de pago para que sea fluido en cualquier dispositivo, desde teléfonos y tabletas hasta computadoras de cualquier tipo.
- ✓ Elimina los campos de formulario innecesarios.
- ✓ Reduce el número de clics en el proceso de pago. Por ejemplo, coloca un botón de Comprar ahora en las páginas del producto que envíe a los clientes directamente a finalizar la compra con un solo clic, sin tener que agregar el producto a su carrito.
- ✓ Ofrece varias formas de pago, como Compra ahora y paga después (BNPL, por sus siglas en inglés), PayPal, carteras digitales y tarjetas de crédito y débito, para que los clientes puedan realizar una compra con su método preferido.

Haz que los clientes sientan seguridad al pagar

La confianza juega un papel fundamental en la decisión de un cliente para comprar en línea. Ganarse su confianza hace que se sienta seguro de comprarte. **Dada la sensibilidad de los datos al momento de pagar, es importante que los clientes confíen en que su información está segura y protegida.**

- ✓ Ofrece **Protección al Comprador*** que reembolsa a los clientes en caso de que no reciban su pedido o si no es como se describió.
- ✓ **Muestra protocolos de seguridad** al momento del pago, como escudos o candados, para ayudar a que los clientes se sientan protegidos.
- ✓ **Destaca los testimonios de clientes** que ofrezcan una idea honesta de cómo son tus productos.

Actúa

La simplicidad y la seguridad al momento de pagar son las principales preocupaciones de los clientes al comprar en línea. Con PayPal Checkout, una sola integración te permite ofrecer más formas de pago, para que los clientes puedan usar tarjetas de débito y crédito, y más de 10 métodos de pago locales en más de 100 divisas de más de 200 mercados en todo el mundo. Ya sea sencilla o personalizada a fondo, hay una integración adecuada para tus necesidades.

PayPal es una de las marcas más confiables del mundo, lo que da seguridad a los clientes al momento de pagar. La Protección al Comprador de PayPal* en transacciones que reúnen los requisitos reembolsa a los clientes si los pedidos no llegan o no son como se describieron, lo que contribuye en gran medida a ganarse la confianza de tus clientes. Y con una plataforma de seguridad que se vuelve más inteligente con cada transacción, nos aseguramos de que siempre tengas las herramientas adecuadas para que los clientes compren de forma segura y con confianza.

Si deseas saber más sobre cómo optimizar la experiencia de pago de tus clientes, lee nuestro eBook sobre [la optimización de la tasa de conversión al momento de pagar](#).



Protege tu negocio en línea

La temporada navideña es una época de gran actividad para los negocios, aunque también hay un aumento del fraude en línea. Si bien puede ser difícil equilibrar un aumento en la actividad fraudulenta y de clientes, hay pasos que puedes seguir para mitigar la actividad fraudulenta antes de que comience. **Ve cómo puedes mantener tu negocio seguro durante la época más ajetreada del año.**

Los pagos fraudulentos en línea causaron pérdidas estimadas en

\$20MM USD

en el eCommerce global durante 2021.¹³

PROTEGE TU NEGOCIO EN LÍNEA

Crea una ciberseguridad fuerte para el éxito en días festivos

Dato importante

Los estafadores suelen atacar en masa durante las temporadas de mucho tráfico, como en Navidad. Los clientes comenzarán sus compras para los días festivos desde el¹⁴ de octubre, y algunos negocios incluso lanzarán ofertas dignas del "Black Friday" alrededor de Halloween.¹⁵ Aunque esto podría ayudar con la disponibilidad del producto, también brinda a los delincuentes un margen más amplio para estafar a los compradores, y generar un impacto negativo en tu negocio, como nunca.

Estos son algunos consejos que pueden ayudar a **mejorar la ciberseguridad de tu negocio y protegerte del fraude** durante la abrumadora temporada festiva.

Consejo

Vigila constantemente la actividad en tu sitio web

Un aumento en el tráfico del sitio suele ser bueno para los negocios, pero también puede significar una mayor atención y amenazas de los estafadores. Tu primera línea de defensa debe ser monitorear la actividad de tu sitio, así podrás detectar con rapidez las actividades sospechosas que podrían frustrar el crecimiento comercial durante la temporada festiva.

Estas son algunas cosas en las que tienes que enfocarte:

- ✓ Cantidades inusualmente grandes de creaciones de cuentas.
- ✓ Cantidades excesivas de pedidos.
- ✓ Direcciones de facturación y envío que no coinciden.
- ✓ Direcciones de correo electrónico que parecen autogeneradas.
- ✓ Varias tarjetas de crédito para el mismo pedido.



Protege las transacciones y datos de clientes

Las filtraciones de datos y la información de tarjetas de crédito robadas pueden causar estragos en tu negocio y reputación. En cualquier caso, puedes tomar algunas medidas para evitar ser víctima de estafadores y mantener tus transacciones seguras y protegidas:

- ✓ **Activa la autenticación multifactor**, como códigos únicos que se envían a los teléfonos o correos electrónicos de los clientes.
- ✓ **Encripta tus datos con conexiones seguras.** El cifrado de datos convierte los datos en código, por lo que si la información confidencial cae en las manos equivocadas, esta no se podrá utilizar.
- ✓ **Implementa un sistema de verificación de direcciones (AVS, por sus siglas en inglés) o el código de seguridad de la tarjeta (CVV, por sus siglas en inglés)** para agregar una capa adicional de protección en compras sin tarjeta presente.
- ✓ **Actualiza con regularidad tu software** para evitar filtraciones.



Actúa

Si estás pendiente de las actividades que pueden ser fraudulentas y utilizas herramientas para proteger los datos de tus clientes, fortalecerás la seguridad general de tu sitio y ganarás la confianza de los clientes.

¿Quieres aún más tranquilidad? Las capacidades de prevención de fraudes de PayPal Commerce Platform y el programa de Protección al Vendedor de PayPal^{*} pueden ayudar a minimizar los contracargos y cubrir las transacciones que reúnen los requisitos cuando surgen actividades fraudulentas. Al no tener que monitorear los posibles patrones de fraude y evaluar los riesgos por tu cuenta, podrás concentrarte en maximizar las ventas navideñas.



Si deseas conocer más formas de proteger tu negocio contra las estafas, consulta nuestro eBook sobre [prevención del fraude](#).



El éxito de las ventas navideñas comienza con PayPal

Las ventas en línea están en auge, los días festivos están a la vuelta de la esquina y los compradores de eCommerce de la temporada se preocupan por ser víctimas de estafas. Para capitalizar estas oportunidades navideñas y a la vez proteger tu reputación y tus ingresos, conviene seguir tácticas comerciales comprobadas e implementar herramientas basadas en datos que ayudarán a hacer crecer tu negocio. ¿Qué mejor momento para comenzar a prepararse para la fiebre de los días festivos que ahora mismo?

Usado por millones de comercios en todo el mundo, PayPal te ayuda a conectarte con compradores globales para que puedan pagar como quieran. Desde una sólida protección y seguridad hasta un equilibrio perfecto entre comodidad y flexibilidad, PayPal respalda y ayuda a los negocios para que puedan hacer que esta próxima temporada festiva sea la mejor de todas.

[Empieza ya](#) 