

GUÍA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

# BLACK FRIDAY

2020

---

Aprende a prepararte  
para el éxito



# ÍNDICE

1

Introducción

2

E-commerce en España

3

E-commerce en el resto del mundo

4

Datos globales en Black Friday

5

Planifique su Estrategia

6

Consejos para Black Friday

7

Conclusión

# INTRODUCCIÓN

El mundialmente famoso día del descuento: Black Friday, o Viernes negro en Español, se ha vuelto cada vez más popular desde su aparición en los Estados Unidos de América durante la década de 1950. Además de ser una tradición en varios países, también es un evento que en la actualidad depende mucho de las tecnologías de la información. Es decir, los consumidores ya no necesitan ir físicamente a las tiendas. Ahora pueden pedir todo lo que quieran online, desde una tostadora hasta un pijama nuevo.

Esta transición al mundo online se fue adaptando paulatinamente de dos formas: primero, el avance tecnológico de las últimas dos décadas ha permitido que las tiendas lleguen a más clientes, cuya presencia en Internet se ve impulsada por la proliferación de redes sociales. Segundo, El Black Friday se convirtió en víctima de su propio éxito y buscó alternativas digitales debido a las numerosas colas que provocan retrasos y, en algunos casos, situaciones más extremas de disputas vio-

lentas entre consumidores. En consecuencia, cualquier evento del Black Friday está hoy asociado a desorganización, caos y dolores de cabeza que no justifican el esfuerzo en persona para obtener los descuentos presentados.

De esta forma, las tiendas online representan una alternativa cómoda, rápida y segura para garantizar las oportunidades asociadas a este evento. Sin embargo, es importante mencionar que las tiendas online deben mantenerse al día con las tendencias del sector del comercio online.

De esta manera pueden desarrollar fácilmente las estrategias necesarias para incrementar las ventas, superar a la competencia y retener más clientes. En este sentido, hemos preparado este e-book con el objetivo de presentarte más información sobre el sector del comercio electrónico, así como algunos consejos que podrás utilizar en el próximo Black Friday de 2020.

# E-COMMERCE EN ESPAÑA

En España las compras online son menos frecuentes en comparación con países como Estados Unidos. Sin embargo, ha habido un aumento gradual en el número de personas que deciden comprar online: alrededor del 1% anual. Por ejemplo, el IAB afirma que "El 72% de los internautas españoles de 16 a 70 años compran online y la penetración vuelve a crecer después del estancamiento de 2018 y 2019, tal vez provocado por el confinamiento"

Ante este crecimiento, las agencias de envío reaccionan con entusiasmo, ya que el Black Friday representa una oportunidad para entregar más pedidos en el domicilio de los consumidores portugueses. Según IAB, el 59% de los compradores online esperan momentos específicos como estas fechas con grandes descuentos para realizar sus compras.

Aunque el nivel de consumo online en un contexto nacional es relativamente más bajo que en otros países, el crecimiento es prometedor. De hecho, se espera que la preferencia por las compras online siga aumentando en los próximos años, ya que todos los datos parecen apuntar en esa dirección. Como ejemplo, El Black Friday de 2019 arrancó en España con récord de ventas de 1.700 millones de euros comenzando el Black Friday a la medianoche. Cosa que hace que sea muy recomendable invertir fuertemente en una estrategia para el próximo evento, y esperamos un aumento en la demanda que, una vez más, superará el año anterior.

# E-COMMERCE EN EL RESTO DEL MUNDO

El interés mundial en el Black Friday ha aumentado alrededor de un 117% anual durante los últimos 5 años. En algunos casos, esta fiebre consumista coincide con celebraciones culturales. Por ejemplo, en India, el Black Friday se lleva a cabo durante el festival de Diwali, durante el cual hay una gran demanda de accesorios de oro y talismanes religiosos. En otros casos, como en los Estados Unidos de América, las celebraciones culturales no son necesarias para motivar el consumo: solo en 2018, se gastaron alrededor de 6.200 millones de dólares en Black Friday.

Si tienes un gran número de ventas en países específicos, es importante que estés al tanto de las celebraciones culturales u otras oportunidades de negocio que se pueden combinar con este evento. Al conocer de antemano qué tipo de productos tienen más demanda en un país determinado, puedes preparar fácilmente los precios y el inventario. En cuestión de logística, también es importante ver los mejores transportistas para envíos internacionales.

Independientemente del país, te sugerimos que organices una estrategia para atraer a más clientes el próximo Black Friday. Todos los datos apuntan a un alto crecimiento del consumo, así como a la demanda de compras online. Esperamos que este libro electrónico le ayude a aclarar algunos datos sobre el Black Friday y le presente algunas formas de sacar más provecho de este evento.

# DATOS GLOBALES EN BLACK FRIDAY

## Sectores más populares

Electrónica, Televisores, Ordenadores y Juguetes.

## Canal de venta

Búsqueda directa: 27.2% de ventas  
Anuncios online: 24% de ventas

## Dispositivos

Ordenador, seguido del móvil con un incremento anual del 18.3%, y por último, tablets.

## Pérdidas por existencias agotadas

Pérdida estimada de 484 millones de dólares en ventas potenciales por falta de stock.



# PLANIFIQUE SU ESTRATEGIA

**1** Adaptarse a dispositivos móviles

**2** Crea ofertas únicas

**3** Comprueba el stock y tu web

**4** Aprovecha las redes sociales

# CONSEJOS PARA BLACK FRIDAY

## 01 ADAPTARSE A DISPOSITIVOS MÓVILES

El sector del comercio electrónico se está adaptando lentamente a los dispositivos móviles. Con la creciente popularidad de los dispositivos móviles, es fundamental que el diseño de las tiendas online funcione correctamente desde estos dispositivos. Por lo tanto, deberás de asegurarte de que tu sitio web es adecuado para dispositivos móviles, para que los clientes potenciales puedan navegar fácilmente, sin que el diseño del sitio web sea molesto o puedan encontrar problemas de uso que dificulten la compra.

## 02 CREA OFERTAS ÚNICAS

Una buena forma de atraer clientes al mundo online es mediante la provisión de artículos exclusivos para estas fechas. Tanto si tienes tienda física como si no, las ofertas únicas son siempre atractivas, ya que juegan con el factor psicológico de la urgencia y la escasez. Durante el Black Friday, puedes enviar artículos que no estén disponibles el resto del año. Por lo tanto, no solo aumenta la demanda de artículos exclusivos, sino que también puedes anunciarlos con anticipación para generar curiosidad e interés.

# DICAS E-COMMERCE

## 03 COMPRUEBA EL STOCK Y TU WEB

Teniendo en cuenta los millones desperdiciados en compras potenciales que no se produjeron por falta de stock, te sugerimos que revises todo tu stock con antelación y trates de hacer una estimación teniendo en cuenta el aumento de la demanda. Además, también puede probar su sitio web en busca de posibles errores técnicos o contratar un equipo de soporte técnico durante el Black Friday, en caso de que el sitio web deje de funcionar. Como dice el refrán, es mejor prevenir que curar.

## 04 MEJORA TU LOGISTICA

Una buena forma de administrar todos tus envíos en un solo lugar y garantizar tarifas de envío más bajas es a través de un software de administración de envíos como Ship-timize. No solo puede reducir el coste de tus envíos, sino que tienes acceso a transportistas nacionales e internacionales. Puedes generar fácilmente etiquetas de envío y automatizar mensajes de seguimiento para tus clientes. El uso del software es gratuito y solo pagas por lo que envías. [Descubre más aquí.](#)

# CONCLUSIÓN

El Black Friday es un evento cada vez más importante en el sector del comercio online. Crece el consumo a través de Internet, así como el uso de dispositivos móviles para la compra. Para aprovechar al máximo este evento, debes apostar por ofertas exclusivas para impulsar la demanda. Es importante comprobar y mejorar el sitio web de la tienda online, tanto para dispositivos móviles como en la prevención de errores técnicos. Preparar las ofertas y stock con el fin de atender la alta demanda típica de este período y, finalmente, [mejorar la logística de su tienda reduciendo el coste de los envíos y gestionándolos todos desde un único software de uso gratuito como Shiptimize.](#)

