

# ¿QUÉ ES EL TRADE MARKETING DIGITAL?

Trade marketing digital es una estrategia que pretende conquistar al consumidor en el punto de venta online, es decir, en el comercio electrónico.

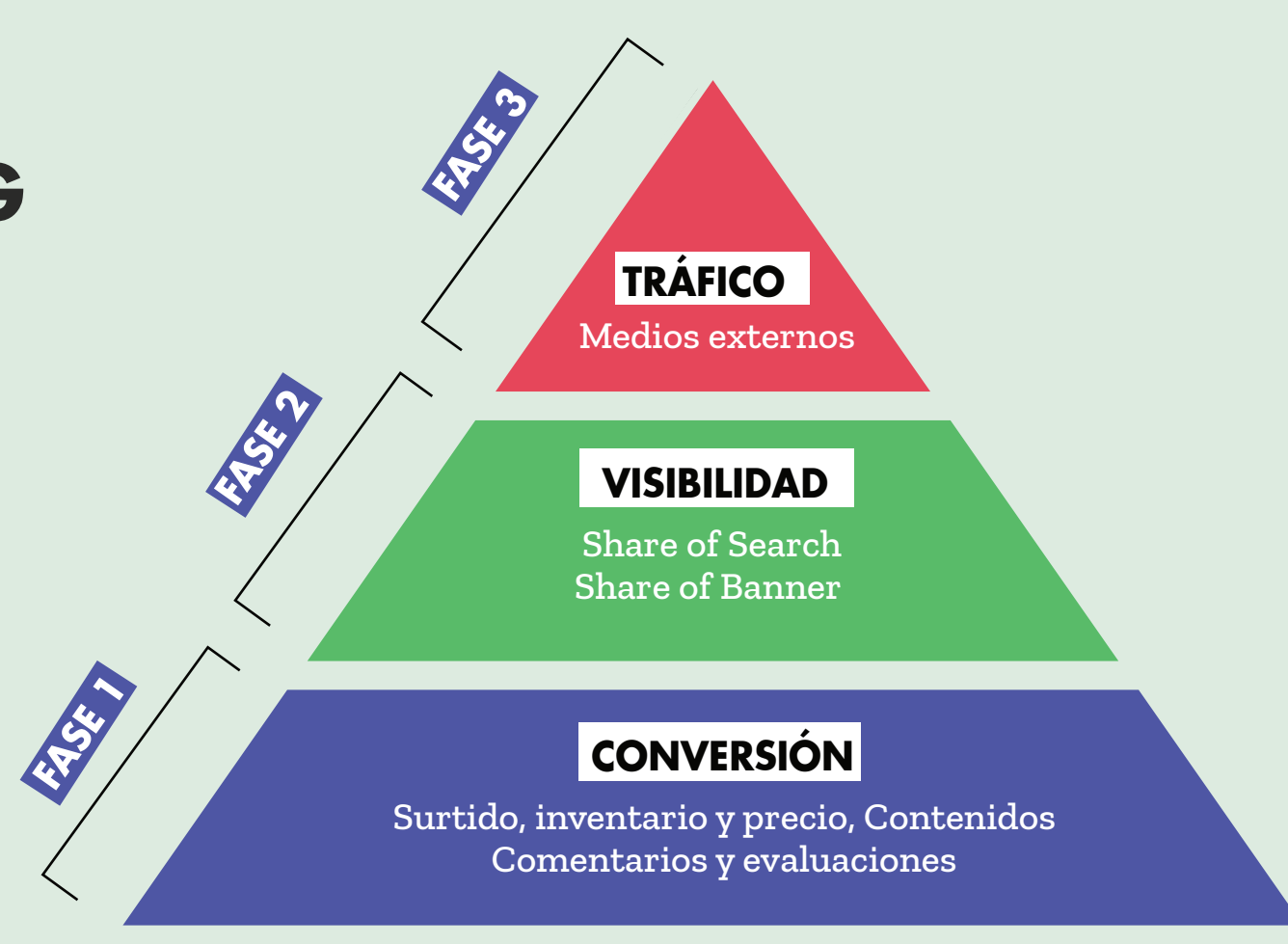
El objetivo es el mismo del trade marketing tradicional, ese que se realiza en el punto de ventas físico, como en supermercados y farmacias, que es conocer al shopper y entregarle valor. Sin embargo, esto se hace en el ambiente digital.

**80%** de los usuarios de Internet buscan información en línea antes de comprar en tiendas físicas. (Deloitte)

El trade marketing digital se puede entender en 3 pilares, de acuerdo con la ejecución de las marcas en el comercio electrónico:

## JORNADA DEL TRADE MARKETING DIGITAL

EN 3 FASES



## ¿POR QUÉ TU MARCA NECESITA TRAZAR ESTRATEGIAS PARA ACTUAR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO?

El consumidor es omnicanal, es decir, desea tener una experiencia de compra de calidad, independientemente de dónde vaya a adquirir el producto, ya sea en el ambiente físico o digital. Además, el comercio electrónico no deja de crecer en Brasil y en el mundo.

**52,6%** de los consumidores cuando están en una tienda física hacen búsquedas de precios en internet. (Lett e Opinion Box)

**56%** de todas las ventas minoristas ya están influenciadas de alguna manera por canales digitales (Deloitte)

**30%** Debido a Covid-19, las ventas en el comercio electrónico latinoamericano aumentaron en más del 30% en 2020 con respecto al año anterior (Neotrust)

**36,7%** En 2020, solo Mercado Libre sumó 17 millones de nuevos usuarios, y para 2021 se prevé un aumento de 36,7% de aumento en las ventas online (Bnamericas)

**US\$ 2,5** Las malas experiencias de compra generan pérdidas de US\$2.5 billones al año en el comercio electrónico (Adyen)

## ¿CÓMO APLICAR EL TRADE MARKETING DIGITAL EN TU NEGOCIO?

- 1** **DESCUBRE CÓMO SE VENDEN TUS PRODUCTOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**  
Analiza los KPIs de surtido, la disponibilidad de inventario, el precio y el contenido digital para diseñar estrategias para mejorar la experiencia de compra en línea y aumentar tus ventas. Analiza el posicionamiento de los productos en las búsquedas de los minoristas, sell-out y market share también son importantes.
- 2** **PROPORCIONA INFORMACIÓN COMPLETA SOBRE LOS PRODUCTOS**  
¡No hagas que el consumidor no compre por falta de información! Apuesta por descripciones completas, imágenes de calidad, videos, contenido rico y estimula la evaluación y los comentarios de los consumidores.
- 3** **ENFÓCATE EN LA EXPERIENCIA DEL USUARIO**  
Invertir en la experiencia del usuario en línea es hacer que tenga en el comercio electrónico las mismas sensaciones que tendría en una tienda física. Si te pones en el lugar de tu cliente, tendrás muchas más posibilidades de aumentar tus ventas.
- 4** **MONITOREA A LA COMPETENCIA**  
Descubre cómo tus competidores están vendiendo los productos en el comercio electrónico. Monitorea todos los KPIs que tengan lógica para tus estrategias en línea. De esta forma, tienes una idea de lo que necesitas mejorar y en dónde debes invertir para aumentar las ventas de tu marca en el comercio electrónico.

## ¿QUIERES SABER CÓMO TRAZAR LAS ESTRATEGIAS DE TRADE MARKETING DIGITAL PAR TU MARCA?

HABLA CON NUESTROS CONSULTORES

