

Crece tus ventas: conoce las últimas tendencias de aceptación de pagos digitales

Recopilado por el Staff de El Inversionista



Para poder tener éxito en el comercio electrónico, es necesario contar con información precisa que permita tomar decisiones estratégicas y generar crecimiento. Las marcas exitosas han aprendido que los datos no sólo son importantes, sino esenciales para anticipar cambios, adaptar sus estrategias y superar a la competencia. En este contexto, el research y los insights se han convertido en las herramientas más poderosas para transformar las ventas digitales.

El valor del research en un entorno digital cambian

Con un crecimiento acelerado en las ventas online retail a nivel mundial, especialmente en México, que lidera el ranking con un crecimiento del 24.6% en 2023, las marcas enfrentan un panorama cada vez más competitivo. Es fundamental entender no sólo el comportamiento del consumidor actual, sino también las tendencias futuras para mantener una ventaja competitiva. El research proporciona una radiografía clara del mercado, ayudando a las marcas a identificar oportunidades de mejora y áreas de crecimiento, desde el comportamiento de compra hasta las preferencias por ciertos métodos de pago. Saber, por ejemplo, que el 76% de los compradores en México prefieren métodos de pago personalizados y que la omnicanalidad juega un rol crucial en la experiencia de compra permite a las

empresas diseñar estrategias centradas en las necesidades de sus clientes.

Insights: del análisis a la acción

Los insights generados a partir de este research ofrecen una perspectiva más profunda, transformando datos en acciones concretas. ¿Por qué es relevante? Porque no se trata sólo de recopilar información, sino de comprender su significado y usarla para optimizar cada aspecto del proceso de venta. Un ejemplo claro es la adopción de estrategias omnicanal. Diferentes estudios que hemos llevado a cabo en la AMVO, los consumidores valoran la integración entre los canales físicos y digitales. Empresas que implementan estrategias omnicanal bien estructuradas pueden ofrecer una experiencia de compra fluida y personalizada, aprovechando cada punto de contacto con el cliente para mejorar la conversión y fidelización.

Transformando las ventas digitales con AMVO Analytics

En AMVO Analytics, nos dedicamos a proporcionar las herramientas y el conocimiento necesarios para que las marcas puedan aprovechar al máximo los datos disponibles. Desde estudios sobre el crecimiento del ecommerce en México hasta análisis profundos de comportamiento de compra, ofrecemos soluciones personalizadas para optimizar estrategias de marketing, ventas y logística.

Anticipar tendencias y prepararse para cambios en el mercado

Con el apoyo de research e insights, las empresas pueden: Anticipar tendencias y prepararse para cambios en el mercado. El e-commerce es un entorno en constante evolución, donde las preferencias del consumidor y las

condiciones del mercado pueden cambiar rápidamente. Al realizar un análisis de research profundo, las marcas pueden identificar tendencias emergentes antes de que se vuelvan masivas, como cambios en los métodos de pago, nuevas expectativas de los clientes en cuanto a la experiencia de compra, o la creciente adopción de estrategias omnicanal. Este tipo de anticipación permite a las empresas ajustar sus estrategias de forma

