

LIBRO DIGITAL

 **amvo**
FORUM
PyMEs

Con esta guía tendrás todo lo necesario para triunfar con tu negocio online en las altas temporalidades, como El Buen Fin 2023.



asociación mexicana
de venta online

Índice de Contenidos



| | |
|--------------------------|-----------|
| Introducción | 1 |
| Plenarias | 2 |
| Marketing PyMEs | 11 |
| Plataformas PyMEs | 16 |
| Operaciones PyMEs | 20 |
| Agradecimientos | 27 |



introducción

Las temporalidades son una **oportunidad de crecimiento** para las PyMes.

El Buen Fin, iniciado en 2011 por la Secretaría de Economía, promueve la economía interna y respeta los derechos del consumidor. **La próxima edición 2023, se llevará a cabo del 17 al 20 de noviembre**, la cual se vuelve en una magnífica oportunidad de incrementar los números de ventas de todas las empresas, especialmente de las PyMEs, y los números de 2022 lo demuestran.

El año pasado, durante esta temporalidad, se generaron ventas de **\$134.4 mil millones de pesos**, un aumento del 23% en comparación con días similares. Las ventas en línea constituyeron el 18% del total, con casi 20 millones de transacciones online.

De aquí nace la importancia de que las PyMEs estén 100% preparadas para poder atender la alta demanda en los diferentes canales de venta, de ser competitivos, y de tener las mismas posibilidades de crecer que las grandes empresas durante estas fechas.

Es necesario que quienes están al frente de una PyME conozcan las herramientas tecnológicas y digitales a las que pueden acceder hoy, sin un presupuesto ostentoso, y así, los miembros de sus equipos puedan explotar todo su talento y habilidades.

Si eres parte de una micro, pequeña o mediana empresa, te invitamos a leer este resumen de nuestro evento AMVO Forum PyMEs para que puedas repasar los puntos esenciales que debe de tener tu negocio online antes de las temporalidades de venta altas, y si te gusta y te parece útil, lo puedes compartir con otros emprendedores como tú.

¡Felices ventas!



Pierre-Claude Blaise
CEO de la AMVO

– *Pierre-Claude
Blaise*

Perspectivas para PyMEs

sala plenaria

SALA PLENARIA

El Buen Fin en números y su relevancia para las PyMes



Daniela **Orozco**

Market Research & Economic Intelligence Director de **AMVO Analytics**

Impactos clave de El Buen Fin en las PyMEs



- Incremento de ventas.
- Aumento de visibilidad y reconocimiento de marca.
- Oportunidades para liquidar inventarios.
- Competencia equitativa con grandes empresas.
- Impulso de la digitalización de procesos de venta.
- Fomento del consumo local.
- Participación en una iniciativa nacional de alto impacto.

conceptos **clave**

- El Buen Fin
- Omnicanalidad
- Datos
- Redes sociales
- Impacto

SALA PLENARIA

El Buen Fin en números y su relevancia para las PyMes

Recomendaciones para generar una estrategia exitosa durante El Buen Fin



- **Segmentación la audiencia.** Conoce el demográfico de tu comprador.
- Conoce los **hábitos de compra** de tus consumidores.
- **Analiza e identifica el canal de compra preferido** por los beneficios que ofrece.
- Da una **experiencia de compra** omnicanal para todas las etapas del journey.
- Otorga **beneficios adicionales** para cada canal, como ofertas o promociones.
- **Disponibilidad de productos y stock.** Hay que prepararse para una demanda atípica
- **Logística de entrega.** Tiempos transparentes y políticas de devoluciones.
- Ten un **servicio al cliente** coherente y unificado en todos los canales.
- Recopilación de datos y retroalimentación del cliente: a través de encuestas y análisis de comentarios

Sabías que

Las **redes sociales y la publicidad** en tiendas influyen en las decisiones de compra.

Los compradores consultan en promedio **3 fuentes de información antes de comprar**: redes sociales, sitios multicategoría y el sitio web de la marca.

Las principales razones para comprar en El Buen Fin 2022 fueron: el **ahorro de tiempo** y traslado y aprovechar **descuentos exclusivos** del canal.

El 60% de los internautas mexicanos compraron durante El Buen Fin 2022.

Fuente: AMVOAnalytics

SALA PLENARIA

Preparación de las grandes empresas para El Buen Fin: Lecciones aprendidas para las PyMEs



Rolando López
Director de eCommerce
& Omnichannel de
OfficeMax & Party City



Rosa Elena Rebosa
Directora comercial de
Mercados de Belleza
Dermocosméticos y Lujo



José Barrera
Director de eCommerce
de *Natura & Avon*



Nayeli Meza
Editora en jefe de
MIT Sloan Management
Review

1. Planificación y Organización

El Buen Fin representa un alto porcentaje de ventas anuales, anticipáte y ten una buena estructura y organización del equipo de trabajo.

2. Conoce a la Audiencia

Es fundamental conocer a los clientes y sus preferencias para poder ofrecerles productos y servicios adecuados. Esto incluye saber qué buscan, qué desean y cómo se les puede satisfacer mejor.

3. Involucra a todo el equipo

Todo el equipo debe estar involucrado en la preparación y ejecución de estrategias. Cada área juega un papel esencial y debe estar alineada con los objetivos generales.

4. Estrategia de Contenido

Es crucial tener un plan de contenido tanto pagado como orgánico, para llegar al target de audiencia; las estrategias para generar leads son esenciales.

5. Foco en la Marca

El Buen Fin es una oportunidad para fortalecer y posicionar la marca en el mercado. Las acciones tomadas durante este periodo reflejarán directamente en la percepción e imagen de la marca.

6. Conciencia Colectiva

Es esencial que todo el equipo esté alerta y comprometido ya que el Buen Fin es un evento significativo y todos deben estar preparados para responder.

Puntos de dolor de las empresas grandes durante El Buen Fin

- Gestión del inventario
- Transparencia y comunicación
- Interacción en redes sociales
- Logística y entrega
- Imagen de Marca

5 recomendaciones para las PyMEs

- Transparencia en la comunicación
- Planeación y participación del equipo
- Ejecución con excelencia
- Construir y fidelizar a la audiencia
- Cuidar la post-venta

SALA PLENARIA

Charla: Guía esencial para construir equipos eficientes en PyMEs



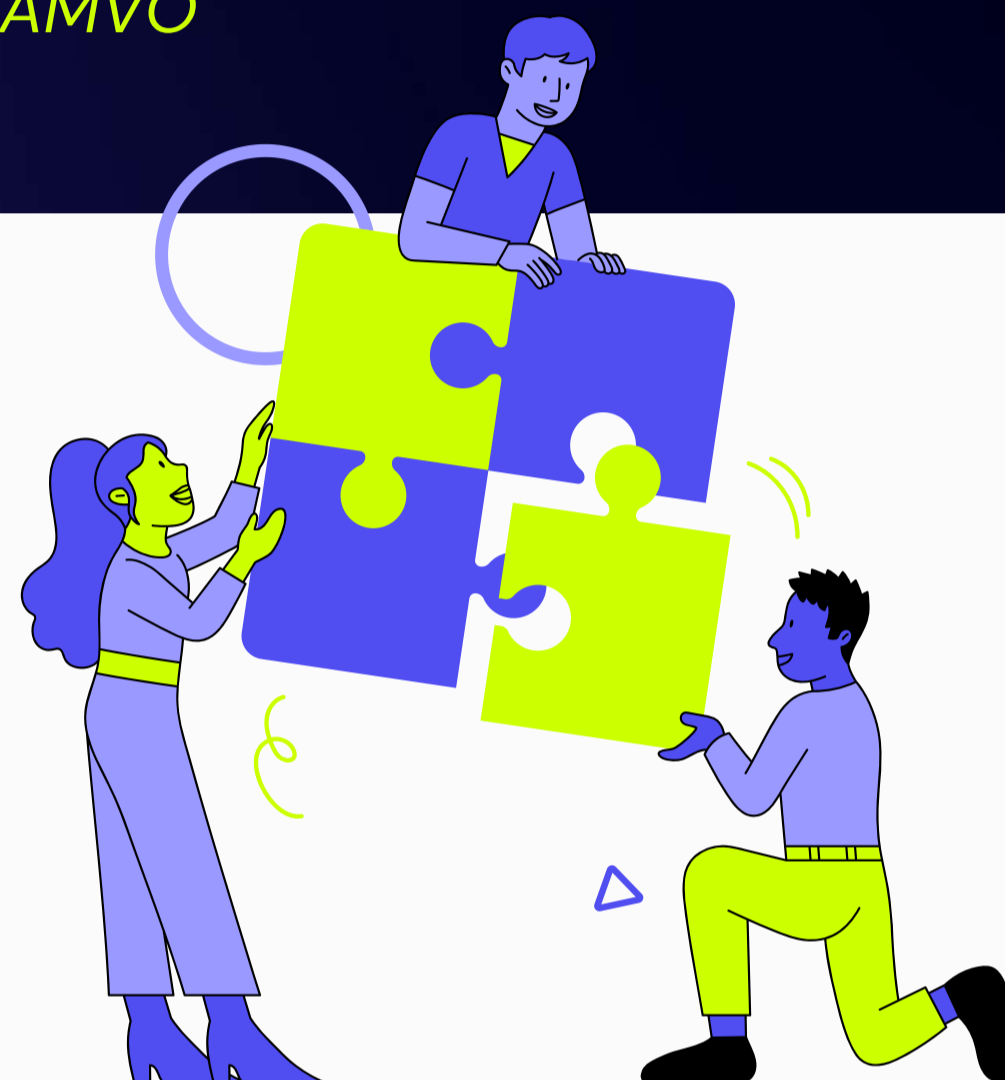
Giuliana **Aguilar**

Directora de estrategia de talento de **AMVO**

Encontrar al equipo adecuado para una PyME no es una tarea sencilla. **La clave está en seguir una serie de pasos estratégicos** que pueden allanar el camino. Saber exactamente qué se necesita nos permite avanzar con firmeza.

Creación de un perfil detallado. Esto te ayudará a delinear las habilidades y experiencias deseadas.

Identificación de la fuente de búsqueda. Saber dónde buscar candidatos es medio camino hacia el éxito. El proceso de selección debe ser riguroso, permitiendo identificar no solo las capacidades técnicas, sino también las habilidades interpersonales.



Contratación. Una vez seleccionado el candidato ideal, esto se vuelve un paso administrativo, seguido de un onboarding que asegure una integración efectiva.

Medir la eficacia. Es fundamental establecer KPIs que reflejen el rendimiento del empleado y, finalmente, una evaluación regular ayudará a identificar áreas de mejora y asegurar un equipo cohesivo y productivo.

conceptos **clave**

- Talento
- Soft Skills
- Liderazgo
- Estrategia
- PyMEs

SALA PLENARIA

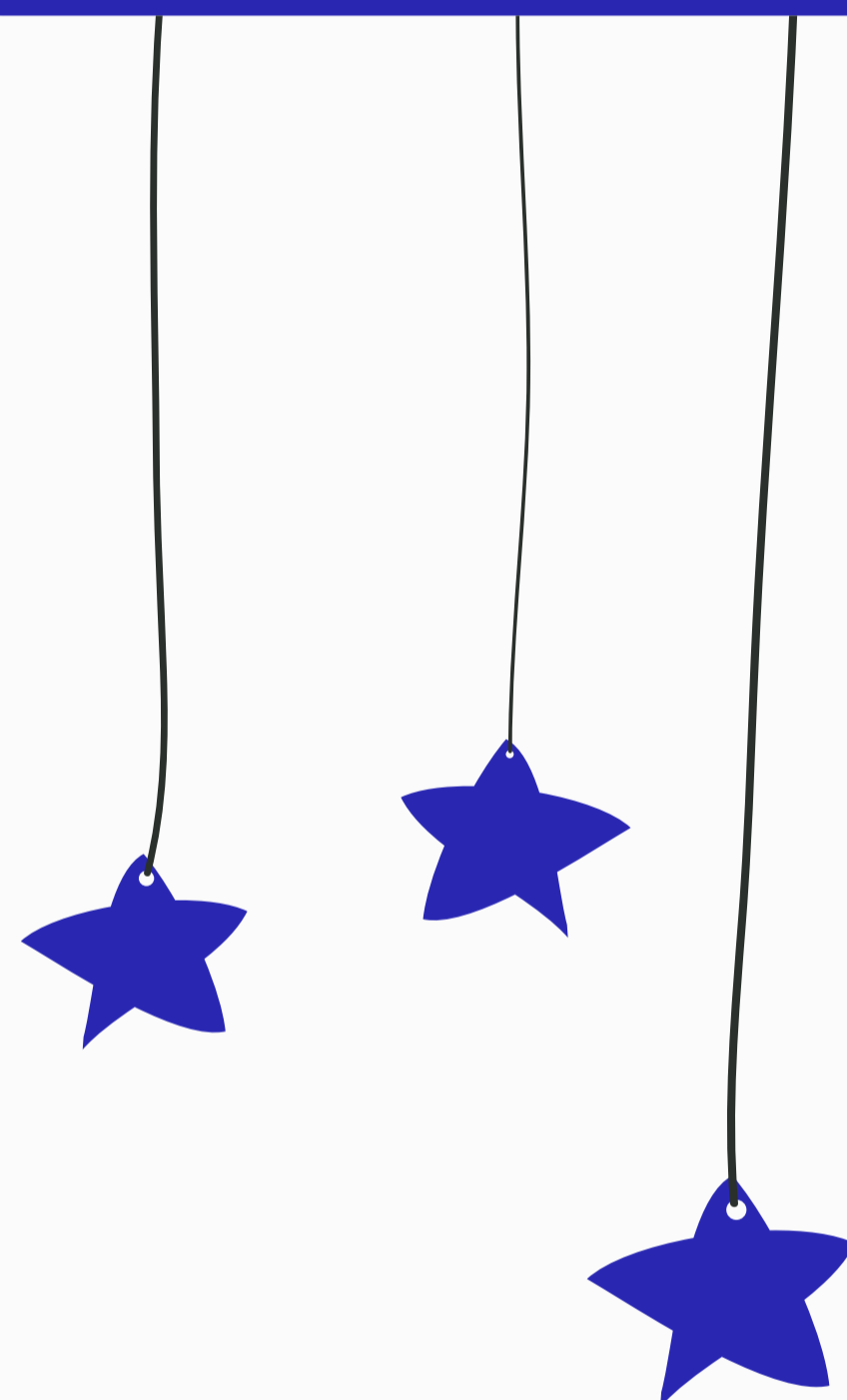
Charla: Guía esencial para construir equipos eficientes en PyMEs

Seis pilares de talento

1. **Pensamiento cognitivo.** Pensamiento conceptual o estratégico, amplitud del pensamiento y manejo de la ambigüedad.
2. **Variables de personalidad.** Habilidades interpersonales, dominancia, estabilidad, resiliencia y madurez.
3. **Capacidad de aprendizaje.** Adaptabilidad, orientación y agilidad de aprendizaje, apertura a la retroalimentación.
4. **Variables de motivación.** Energía, compromiso, impulso para avanzar en la carrera, orientación a resultados y asumir riesgos.
5. **Liderazgo y rendimiento.** Experiencias de liderazgo, historial de desempeño.
6. **Alineación de perfil.** Adecuación cultural y habilidades técnicas y funcionales.

"El liderazgo es para quienes tienen el valor de aventarse primero, ponerse en riesgo, ser vulnerables y abrir el camino para que los demás puedan avanzar"

– Simon Sinek



El liderazgo en eCommerce combina habilidades técnicas con soft skills. Las competencias esenciales para los nuevos líderes incluyen: **conciencia, vulnerabilidad, empatía y compasión**. Estas habilidades ayudan a construir equipos eficientes y alcanzar el éxito en un mundo digital en constante cambio.

SALA PLENARIA

Aprendiendo de Pymes exitosas: Inspiración y casos de éxito en El Buen Fin



Lourdes **Albin**
Country Manager
de *Platanomelón*



Daniela **Uribe**
Gerente General
de *Pídele a Pepe*



Paulina **Olmos**
Directora de Contenido,
Eventos y relación con
afiliados de *AMVO*



Ana Isabel
Orvañanos
Country Manager
de *GoTrendier*

1. Planeación. La planeación es esencial, toma en cuenta experiencias anteriores y preparando distintos escenarios.

2. Probar. Es crucial probar las promociones y flujos de compra, especialmente si se introducen nuevas promociones que no se han usado anteriormente al inicio de la campaña.

3. Comunicación. Se deben crear campañas efectivas con suficiente anticipación. La transparencia y claridad son vitales para establecer la confianza del cliente.

4. Inventarios. Las empresas deben construir pronósticos de ventas basándose en campañas anteriores. Es importante anticipar la demanda para garantizar la satisfacción del cliente.

5. Logística. Considera el aumento en el volumen de pedidos para cumplir con las expectativas de entrega.

6. Partners y aliados. Darles visibilidad a los socios logísticos, proveedores de pagos y agencias puede ayudar a gestionar mejor el volumen de pedidos y la demanda.

7. Apoyo a equipos de atención al cliente. Con el incremento en tráfico y ventas durante El Buen Fin, hay que tener recursos y planes para apoyar a tu equipo de customer success.

8. Comunicación interna. Todos los equipos, desde Comunicación hasta Comercial, deben estar alineados y bien informados. Esto minimiza sorpresas y contratiempos.

Consejos para PyMEs

- "Hacer más con menos", invirtiendo en marketing de rendimiento y comunicación directa (newsletters, notificaciones push).
- Planificar con anticipación.
- Ser flexible y adaptarse a diferentes escenarios.



SALA PLENARIA

Checklist imprescindible para prepararse y tener éxito en el eCommerce durante El Buen Fin



Sergio Cruz
Director de Operaciones
eCommerce
de *AC Logistics*



Matías Poso
Co-Founder & CRO
de *Balloon Group*



Ernesto Borbón
Small Business Banking
Head de *BanBajo*



Nicole Delgado
Customer Success
Manager de *AMVO*

Logística.

la clave para una entrega exitosa.

- **Información del cliente:** Asegúrate que la dirección y datos del cliente estén completos y correctos.
- **Comunicación Activa:** Informa al cliente sobre el estatus de su paquete.
- **Monitoreo de Paqueterías:** Mantente al tanto de su desempeño, y disponte a cambiar de paquetería si es necesario.

Métodos de pago y anti-fraude.

- **Anticipación y Pruebas Previas:** Evita cambios de último minuto durante El Buen Fin.
- **Medios Complementarios:** Ten varias formas de pago como alternativa en caso de fallos.
- **Seguridad en transacciones con 3D Secure y Herramientas Adecuadas.**
- **Transparencia con los Clientes:** Asegura a tus clientes de que sus transacciones están protegidas.

Marketing.

maximizar el alcance y mantener la confianza del cliente.

- **Acciones Comerciales Directas:** Utiliza redes sociales para comunicar acciones comerciales, destaca promociones, políticas y productos que están por agotar stock.
- **Colaboración entre equipos:** Comunicación entre equipos para responder las demandas del cliente.
- **Anticipación de Eventos:** Crea expectativa para eventos como el Buen Fin.
- **Equipos de Marketing Equipados:** Capacita a tu equipo para responder las preguntas frecuentes.

conceptos clave

- Planificación y Anticipación
- Creación de Experiencias Extraordinarias
- Empatía y Perspectiva
- Estructura y Organización
- Gestión de Conflictos
- Educación y Formación

SALA PLENARIA

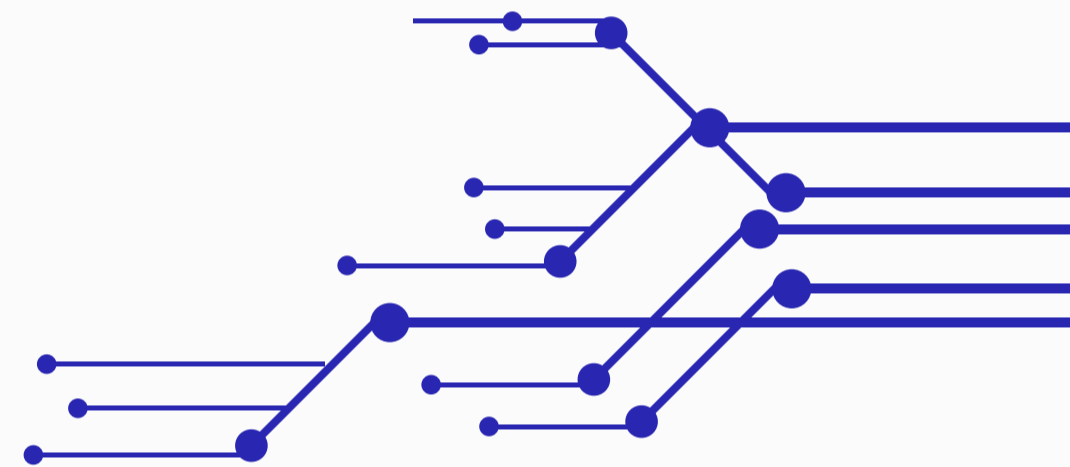
Charla: Transformando PyMEs con Inteligencia Artificial



Marcos **Westphalen**

Director Spanish-Speaking
Latin America de *Google*
Customer Solutions

La Inteligencia Artificial (IA) Generativa ha revolucionado la manera en que interactuamos y hacemos negocios en el mundo digital, y su potencial es cada vez más evidente. Alrededor de esta tecnología emergen tres propuestas de valor que marcan la pauta para un nuevo paradigma de trabajo y creación:



Productividad

Los flujos de información se simplifican, y permiten una comunicación más rápida y eficiente entre sistemas. Esto reduce los errores humanos y aumenta la precisión en tareas repetitivas.

Creatividad

No se trata de reemplazar la creatividad humana, sino de amplificarla. La IA enriquece el proceso creativo y puede ofrecer perspectivas y soluciones que quizás no se hubieran considerado antes.

Asistencia

La IA Generativa juega un papel fundamental en el ámbito de la asistencia personalizada. Puede proporcionar soporte específico, coaching y formación adaptada.

concepto **clave**

La Inteligencia Artificial (IA) Generativa se refiere a sistemas diseñados para crear contenido nuevo y original, ya sea texto, imágenes, sonidos o cualquier otra forma de datos, basándose en patrones aprendidos a partir de conjuntos de datos previos.

SALA PLENARIA

Charla: Transformando PyMEs con Inteligencia Artificial

Ejemplos de aplicaciones para las PyMEs



Ayúdame a organizar.

Crea automáticamente planes personalizados para tareas o proyectos en Hojas de cálculo.

Ayúdame a visualizar.

Genera imágenes a medida para tu proyecto en Presentaciones de Google.

Ayúdame a escribir.

Deja que Gmail te ayude a escribir correos electrónicos más rápido.

Potencia tu búsqueda. Obtén contenidos resumidos por IA y pide fácilmente más información. Los anuncios aparecerán claramente diferenciados en toda la experiencia generativa de búsquedas (SGE: Search Generative Experience).

El desarrollo económico de la IA será mayor a la suma del producto interno bruto registrado en 2021 por Argentina, Chile, Colombia y México, el cual alcanzó los **2.4 billones de dólares**.

La IA generativa tendrá un impacto económico de entre **2.6 billones de dólares y 4.4 billones de dólares** en la economía global para 2030, de acuerdo con McKinsey.

25% de las y los anunciantes de YouTube tienen un video generado automáticamente.

Las PyMEs son dinámicas, tienen agilidad y colaboración estrecha entre diferentes áreas, facilitadas por estructuras menos complejas.

Marketing para PyMEs

sala 1

SALA 1

Maximiza tus ventas: Estrategias efectivas en redes sociales



Gabriela Díaz
Social Media Manager
de *AMVO*



Sabrina Herrera
Co-Founder & CRO
de *Regina Romero*



Paola Alday
Directora de eCommerce
de *Telmov*

Las redes sociales son esenciales para el eCommerce. Permiten ampliar las promociones de forma costo-eficiente en comparación con otros medios, y llegar a nuevos consumidores. La competencia es alta, y una estrategia de marketing digital bien ejecutada hará la diferencia.

Conoce la audiencia y entiende al Buyer Persona*. Es crucial comprender al cliente ideal, especialmente para empresas con múltiples perfiles de compradores.

Segmentación y comunicación. Es muy importante saber dónde y cuándo encontrar a tu audiencia, y cómo comunicarte con ella de manera efectiva.

Agencias vs. In-House. Algunas empresas encuentran valor trabajando con agencias, otras tienen un enfoque interno debido a la necesidad de reacción rápida y control detallado. El enfoque de la agencia debe ser personalizado.

Monitoreo en tiempo real. Es fundamental revisar métricas en tiempo real para ajustar estrategias rápidamente. Una agencia que no ofrece resultados inmediatos puede resultar contraproducente.

Influencers. Hay que mantener la coherencia y autenticidad de la marca al colaborar con influencers. Debes asegurarte que estas personas representarán genuinamente el ADN de la marca. No se trata solo de contratar influencers famosos, sino de encontrar aquellos que realmente resuenen con la marca y sus valores.

KPIs Claves

- Crecimiento de seguidores
- Engagement
- Conversiones
- Tasas de ECTR y Clics
- ROAS (Retorno de la inversión publicitaria)
- Impresiones y Alcance
- IA

*Buyer Persona

Es una representación semi-ficticia y detallada del cliente ideal de una empresa, construida a partir de investigaciones de mercado y datos reales sobre los clientes existentes.

SALA 1

Charla: El poder de aumentar las ventas en línea de forma segura, optimizando la experiencia del cliente



Carlos **Arenas**

Inside Sales Manager
LATAM de *Clearsale*

Las **cinco principales razones** del abandono de carritos



- No confiar en el sitio para brindar la información de la tarjeta de crédito.
- Proceso de pago demasiado largo o complicado.
- El envío es demasiado caro o tarda demasiado.
- Solicitud de creación de una cuenta para realizar la compra.
- Tarifas “sorpresa” adicionales.

41% de los consumidores no volverá nunca a tu tienda tras un rechazo erróneo, y el 32% afirma que se quejará de su experiencia en las redes sociales.

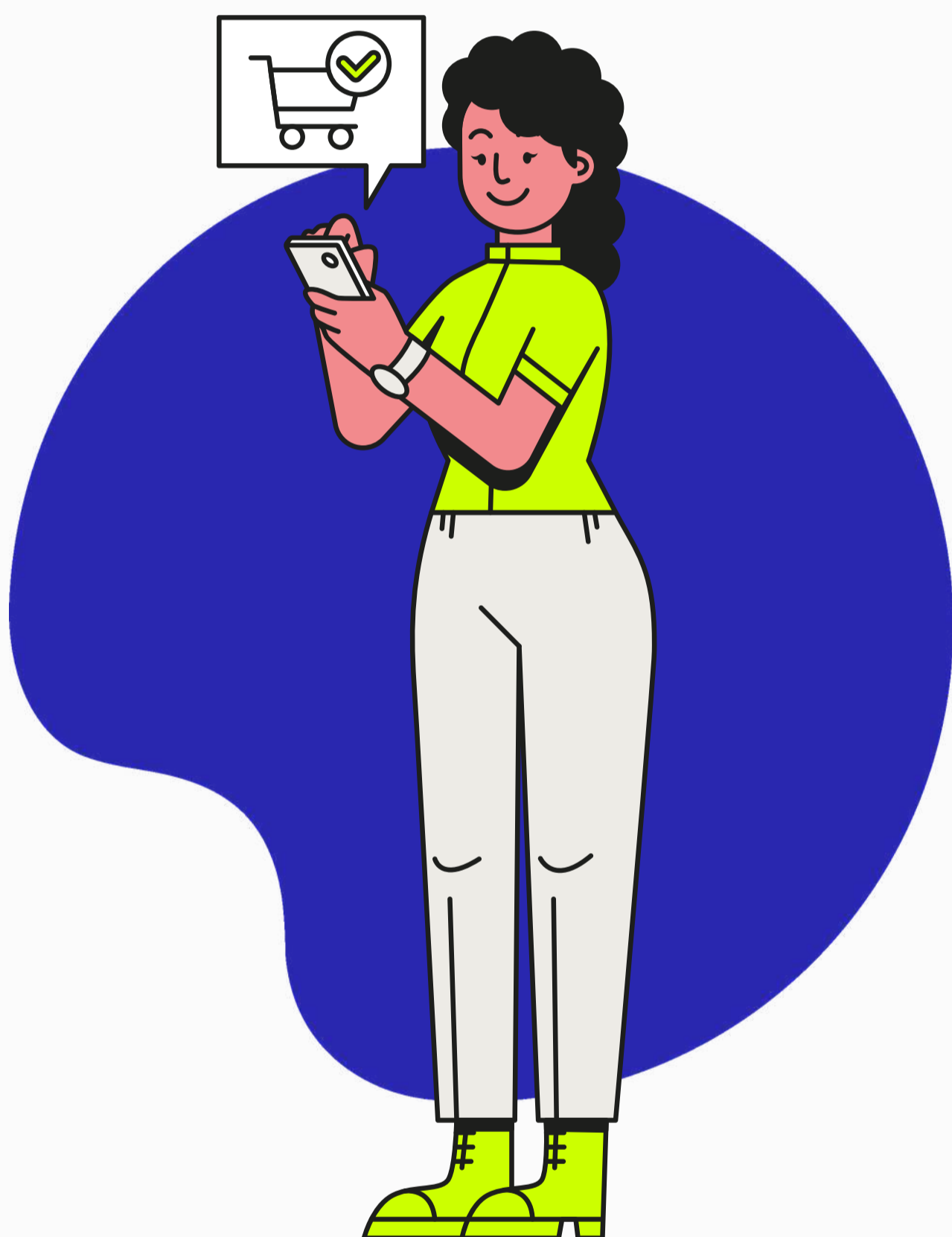
concepto **clave**

La tasa de aceptación se refiere al porcentaje de solicitudes que son aprobadas en comparación con el total presentado. En México la tasa promedio es de un 50%. Esto quiere decir que una de cada dos compras que llegan a tu sitio se te van a rechazar.

SALA 1

Charla: El poder de aumentar las ventas en línea de forma segura, optimizando la experiencia del cliente

¿Cómo implementar una buena experiencia de cliente?



- Decirles a los clientes desde el principio que su pedido podría estar agotado o retrasado podría parecer un enfoque incorrecto, pero valorarán la transparencia.
- Los clientes quieren encontrar lo que están buscando o una alternativa lo suficientemente similar. Las recomendaciones personalizadas facilitan ese proceso.
- Cuando los clientes tienen una idea clara de qué esperar con el envío y las devoluciones es más probable que se sientan seguros mientras compran.
- La experiencia del cliente debe de ser la más fluida al momento del pago. No debe de haber ningún tipo de interrupciones.

sabías que

Un estudio reciente encontró que el 43% de los consumidores en línea dijeron que pagarían más por un artículo si pudieran encontrarlo “con solo unos pocos clics”

SALA 1

Promociones creativas para PyMEs: Destaca en El Buen Fin con estrategias competitivas



Andrés **Baldrich**

Country Manager
de *Buscalibre*



Verónica **Sánchez**

Director eCommerce
& Digital de
Supercolchones



Cristobal **González**

Sales Manager
de *Amazon Ads*



Daniel **Ruiz**

Sr. Sales Engineer
Manager de *Clip*

Mejores prácticas para tener visibilidad online durante eventos promocionales:

Claridad y Sencillez

La visibilidad debe ser clara y sencilla durante eventos como El Buen Fin. Es común que las empresas en eCommerce compliquen las ofertas, pero los datos indican que los consumidores mexicanos buscan simplicidad al realizar compras.

Estrategias enfocadas

Las empresas deben crear estrategias centradas en lo que el consumidor busca.

Planeación y revisión previa

Asegurar una revisión antes del evento para confirmar que todas las promociones, enlaces y landings estén correctos previene problemas de redirección durante el evento.

Variedad en las promociones

Ofrece diferentes opciones alrededor de las promociones, permitiendo que el cliente sea dirigido hacia una compra segura.

Medios de pago diversos

Ten varios medios de pago, tanto offline como online, para dar al cliente una variedad de opciones y garantizar seguridad en la transacción.

Journey del cliente

Con herramientas de CRM, las empresas pueden rastrear y anticipar las necesidades del cliente, ofreciéndole productos relevantes en función de sus búsquedas anteriores.

KPIs más importantes para evaluar la eficacia de una estrategia promocional

- **Tráfico del sitio**
- **Tasa de conversión.** Porcentaje de visitantes que realizan la acción deseada.
- **Costo por Adquisición.** Cuánto cuesta adquirir un cliente nuevo.
- **Ventas**
- **Carritos Abandonados**
- **Retorno de Inversión (ROI)**
- **Usuarios Nuevos.** Clientes nuevos durante la promoción
- **Ventas Adicionales.** Comparar las ventas del evento actual con el anterior.

SALA 1

Charla: Cómo las temporadas de alta demanda te preparan para escalar tu negocio, desde un punto de vista administrativo y operacional



Elehored **Díaz**

Product Manager
de *Bling*

Escalabilidad.

Se refiere a la capacidad de una empresa para multiplicar el tamaño y alcance de sus operaciones sin incurrir en costos adicionales. Durante las temporadas de alta demanda, esta capacidad se pone a prueba.

Mentalidad

En estas temporadas, la preparación es esencial al decidir escalar un negocio. El primer paso es determinar cuál es el momento adecuado para hacerlo, prepararte para el esfuerzo y tener los recursos necesarios.

Evaluación y Planeación

Al igual que cualquier proyecto que requiere recursos, es vital evaluar hasta dónde puedes expandirte, definir los recursos necesarios, y tener un plan en caso de subestimación.

Comunicación y Marketing

Es fundamental diseñar una estrategia de comunicación clara, considerando los medios que tus clientes consultan, probando diferentes contenidos, y eligiendo el canal más eficiente.

Optimización de Procesos

Define claramente las tareas esenciales para tu operación. Esto previene duplicidades y permite a cada persona ser responsable de sus tareas.

Integración de Operaciones

Para operar eficientemente, todos en tu equipo deben tener acceso a la misma información en tiempo real.

Organización financiera

Diferencia tus ingresos de tus gastos, asegúrate de cumplir con tus obligaciones a tiempo y calcula tu rentabilidad.

Concepto clave

ERP (Sistema de Planificación de Recursos Empresariales).

Es un software integrado que gestiona los diferentes procesos de una empresa. Para las PyMEs, un ERP mejora la eficiencia, reduce errores, y logra una visión clara del rendimiento del negocio, facilita la toma de decisiones y el crecimiento sostenido.

Plataformas para PyMEs

sala 2

SALA 2

Charla: Las PyMEs en las temporadas de alta demanda



Alejandro **Caballero**

Director de Marketplace de *Mercado Libre*

El propósito principal de Mercado Libre es democratizar el eCommerce y los servicios financieros para transformar las vidas de millones de personas en América Latina.

Mercado Libre cree firmemente en liderar el progreso de la sociedad a través de la inclusión, la cual juega un rol esencial en la democratización del comercio electrónico y los servicios financieros en la región.

Las PyMEs contribuyen no solo al desarrollo económico sino también a disminuir la brecha de género. Según un estudio de EuroMonitor, **1 de cada 4 PyMEs es liderada por una mujer**. Estas empresas promueven la bio economía, con más de 1000 productores locales que han colaborado con programas de Mercado Libre.

La presencia de las PyMEs en Mercado Libre es notable:

El **91%** de los vendedores de Mercado Libre son PyMEs.

Más de **82,000** PyMEs venden en esta plataforma.

6 de cada 10 PyMEs son proyectos familiares y **crean entre 4 y 11 nuevos** puestos de trabajo.

El **84%** de las PyMEs han logrado **expandirse** fuera de su ciudad gracias al eCommerce.



¿Cómo apoya Mercado Libre a las PyMEs?

- Capacitación y herramientas de venta.
- Programas de financiamiento.
- Acceso a nuevos mercados.
- Promoción de productos locales.
- Protección de la propiedad intelectual.

SALA 2

Domina los Marketplaces: Preparación estratégica para El Buen Fin



Oscar **Arista**

Sales Manager
de *Yuju*



Mauricio **Ortiz**

Líder de Marketplaces
para Américas de
Emma Sleep



Daniel **Rivas**

Manager Marketplace
y Nuevos Proyectos
de *Georgie Boy*



Tania **Ramos**

Directora de Estrategia
y Planeación de
Mercado Libre

Hoy en día los marketplaces son muy relevantes para las PyMEs, este canal ha revolucionado la forma de hacer negocios al eliminar barreras geográficas, permitiendo a las empresas vender más allá de sus vecindarios o ciudades, y ofreciendo acceso a mercados globales. Además, otorgan herramientas y datos valiosos para comprender mejor a los clientes y optimizar productos.

Tips para preparar tu PyME

Construir una reputación positiva

Garantizar entregas puntuales y cumplir las promesas hechas a los clientes es esencial. Las PyMEs deben centrarse en construir lealtad y credibilidad.

Publicidad vs. Precio

No inviertas excesivamente en publicidad, lo recomendado es reducir la inversión publicitaria y utilizar esos recursos para ofrecer descuentos, y así atraer más a los clientes, con la búsqueda de precios más bajos en internet.

Datos que nos comparte **Mercado Libre**

5 de cada 10 usuarios inician sus búsquedas entre 3 meses y 15 días antes del Buen Fin.

Mercado Libre espera más de **23 millones de visitas al día** durante El Buen Fin 2023.

La intención es **superar el récord de ventas del año anterior**, en el que crecieron un 73%.

SALA 2

Charla: Apoyando los sueños de los emprendedores en el mundo

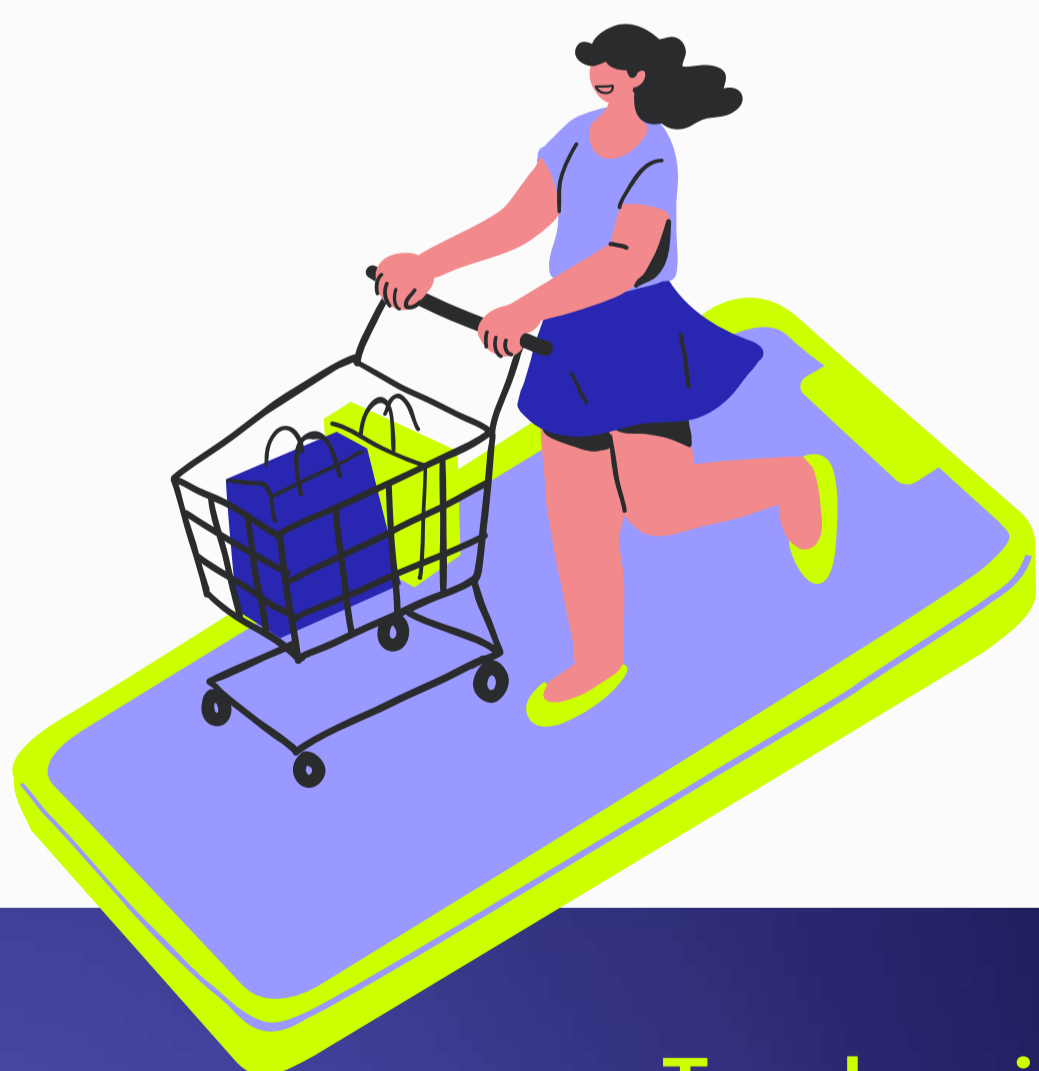


Sofía **Fuentesberain**

Solutions Sales Manager
de **Verifone**

Omnicanalidad: Acercamiento integrado al cliente

La omnicanalidad es una estrategia que integra diversos canales de venta y comunicación para ofrecer al cliente una experiencia fluida y coherente. Trata de proporcionar una experiencia personalizada, para saber lo que puede mejorar la satisfacción del cliente, aumentar su fidelidad y conducir a un mayor éxito empresarial.



No importa si un cliente se acerca a través de una red social, en tienda física o en línea. **La experiencia debe ser coherente y sin fisuras.**

Si un cliente compra en línea, espera ver la **misma información y productos** que en una tienda física y viceversa.

Ejemplos:
Click & Collect,
Live Shopping,
Amazon One

Pero, ¿cómo las marcas pueden llegar a esto? Con una plataforma como Verifone, que ofrece soluciones por teléfono y en línea. El desafío está en unificar las transacciones en tiendas con plataformas de comercio eficientes.

Tendencias tecnológicas para 2024

- Inteligencia Artificial (IA)
- Machine Learning (ML)
- Conectividad 6G
- Internet de las Cosas (IoT)
- Ciberseguridad

SALA 2

Cómo preparar tu sitio antes del Buen Fin



Andrés **Acerenza**

Sales Manager
de *Pow*.



Laura **Carreto**

Co-Fundadora y
Directora Creativa
de *Flor de Venus*



Mariana **Sánchez**

eCommerce
Marketing Manager
de *Somos Belleza*



César **Basurto**

Business Development
Manager de *Shopify*

1. Revisión de sitio web

Asegúrate que el catálogo de productos esté bien organizado y categorizado. Los productos deben contar con una descripción, el precio esté visible, y las fotografías sean claras.

2. Captación de nuevos usuarios

El Buen Fin es un excelente momento para atraer nuevos usuarios y clientes. Sugerimos crear una página específica que anticipe las ofertas y promociones, y al mismo tiempo, brinde la oportunidad a los visitantes de suscribirse al newsletter, generando así una base de datos que puede ser aprovechada para campañas de email marketing.

tips clave

- Organiza tu catálogo de productos.
- Crea una página específica para ofertas y promociones.
- Construye una base de datos con tus suscriptores.
- Comprende los intereses de tus usuarios.
- Predice el comportamiento del usuario durante picos de tráfico.

3. Capitalización más allá de las ventas

Es esencial capitalizar la afluencia de tráfico durante eventos como El Buen Fin. Las empresas pueden aprovechar para recopilar información sobre los usuarios, entender sus intereses, y fortalecer las bases de datos.

4. Infraestructura tecnológica

Durante eventos como El Buen Fin, un sitio web puede experimentar el tráfico de un mes entero en pocos días. Por eso, las empresas deben reforzar la infraestructura que soporta sus sitios web, considerando aspectos técnicos como balanceadores de tráfico.

5. Comunicación de las promociones

Aprovecha las herramientas analíticas para medir las interacciones en diferentes partes del sitio. Esto permite posicionar las promociones de manera más efectiva basándose en datos reales.

Operaciones para PyMEs

sala 3

SALA 3

Mantén a tus clientes satisfechos y fidelízalos durante El Buen Fin



Daniel Peña
CEO & Co-Founder
de *LocalAdventures*



Xavier Martí
Sr. Manager de
Ventas Corporativas
de *PayPal*



Allan Pérez
Director de
eCommerce
de *Frame It*



Ariana Ortiz
Coordinadora
de Marketing
de *Clickbus*

En 2022, El Buen Fin alcanzó un total de ventas de **134 mil millones de pesos**, de las cuales el **71% provino de pagos con tarjeta de crédito**. Solo en compras en línea se generaron **23,700 millones de pesos**, reflejando el impulso de comerciantes y consumidores por obtener ofertas y mejorar la experiencia de compra.

tips clave

- **Administración de la Información del Cliente.** Organiza la información de cada cliente para brindar respuestas rápidas y precisas sobre sus compras, garantizando confianza.
- **Preparación para la Inmediatez.** Durante El Buen Fin, la rapidez en la respuesta es crucial. Las empresas deben estar listas para responder a las consultas de los clientes de inmediato.
- **Incentivar la Compra Recurrente.** Crea incentivos para las compras posteriores a El Buen Fin, para promover la recompra.
- **Estrategia de Contenidos.** Prepara una estrategia de contenidos que acompañe al cliente en su decisión de compra.

Retención de clientes

Enfoque en la Base de Datos Existente

Es esencial prestar atención a la base de datos de clientes existentes. Ofrecer promociones exclusivas a clientes anteriores puede ser más rentable y eficiente.

Costo de Adquisición

Considera el costo de adquisición de un nuevo cliente en comparación con la recompra de un cliente existente. Puede ser hasta cinco veces más caro adquirir un nuevo cliente que reconvertir a uno existente.

Programa de Lealtad

Empresas como ClickBus, han implementado programas de lealtad que ofrecen descuentos adicionales a los clientes frecuentes.

Análisis RFM

(Recencia, Frecuencia, Monetización)

Este análisis ayuda a las empresas a categorizar y entender a sus clientes, lo que permite la implementación de estrategias más eficaces.

SALA 3

Charla: Cómo la IA puede ayudar a sus equipos a atender a los clientes de forma más rápida, mejorando la satisfacción y vendiendo más.



Maricruz Suárez

Solutions Consultant
de *Zendesk*

Objetivos principales

Aprovechar **el poder de la IA** para optimizar la experiencia del cliente

Incrementar el crecimiento de su negocio **reduciendo costos**

Transformar a cada agente en un **elemento de alto rendimiento**

Identificar y aplicar las mejores prácticas de **optimización**.

Estrategias para mantener un negocio en crecimiento con costos bajos

- **Utiliza bots entrenados** para manejar solicitudes frecuentes, resolviendo rápidamente problemas comunes.
- **Implementa la clasificación automática de solicitudes** por intención, ya sea para reembolsos o problemas de facturación, y obtener respuestas más precisas.
- **Ahorra tiempo en la configuración** gracias a "intents" fácilmente aplicables a las respuestas de bots.
- **Comparte información crucial sobre la intención del cliente** con los agentes para brindarles un contexto completo.
- **Aprovecha la base de conocimientos** existente para ofrecer respuestas instantáneas y mejorar el engagement del usuario.
- **Optimiza y personaliza el tono de su contenido** para adaptarse mejor a las necesidades de sus clientes, todo con el poder de la IA generativa.

SALA 3

Charla: Cómo la IA puede ayudar a sus equipos a atender a los clientes de forma más rápida, mejorando la satisfacción y vendiendo más.

Elevando el desempeño de los agentes:

- Accede a **recomendaciones basadas en IA** para resolver problemas de manera más eficiente.
- Proporciona a los agentes las **herramientas necesarias** para mejorar su capacidad de respuesta.
- **Apoya la formación de sus agentes con IA**, permitiéndoles mejorar sus habilidades de manera continua.
- **Empodera a los agentes con GenAI** para trabajar de manera más inteligente, ofrecer experiencias empáticas y ahorrar tiempo en procesos.
- **Facilita a los agentes la gestión de tickets similares**, proporcionando una resolución más rápida y consistente.

Optimización con Inteligencia Artificial:

- **Reduce tiempos con la clasificación automática de tickets**, identificando intención, sentimiento y lenguaje en segundos.
- **Automatiza respuestas** a clientes y flujos de trabajo para enrutar tickets eficientemente.
- **Utiliza la IA para identificar y crear macros esenciales**, detectar áreas de mejora y ofrecer insights inteligentes para optimizar operaciones.
- **Mantén un seguimiento constante de los KPIs** relevantes para su negocio, todo basado en la intención del cliente.

conceptos clave

- IA
- Optimización
- Agentes
- Bots
- Atención al cliente

SALA 3

Garantiza una entrega exitosa en El Buen Fin



Regina **Sidaoui**
Co-Founder / CEO
de *BC Wellness*



Verónica **Ostos**
Directora General
de *E-screw*



Selene **Ruiz**
Director Comercial
de *Mundo Tool*

Hoy en día, el eCommerce ha transformado la forma en la que compramos y vendemos. No obstante, detrás de cada clic que un cliente hace al confirmar su pedido, hay una compleja maquinaria logística que juega un papel crucial en determinar si la experiencia del cliente será positiva o negativa. Esta relevancia se acentúa particularmente durante temporadas altas como El Buen Fin o HOT SALE, momentos en que el flujo de pedidos puede llegar a niveles sin precedentes.

La gran pregunta es: **¿cómo enfrentan las empresas estos desafíos para garantizar que los productos lleguen puntualmente a las manos de los clientes?**

Desafíos y Soluciones Logísticas para PyMEs

1. **Entregas puntuales.** Retrasos y pérdidas de pedidos son comunes.
2. **Servicio post-venta eficiente.**
3. **Primeras impresiones.** Muchos prueban productos por primera vez en ofertas, y una mala experiencia puede alejarlos.
4. **Protección del producto.** Más manipulación significa mayor riesgo.

Concepto clave

El **fulfillment** se refiere al proceso completo de recepción, procesamiento, empaquetado y envío de un pedido a un cliente. En el ámbito del comercio electrónico, implica la gestión de inventario, almacenamiento de productos, selección de artículos para un pedido específico y logística de envío, asegurando que los productos lleguen de manera oportuna al consumidor.

SALA 3

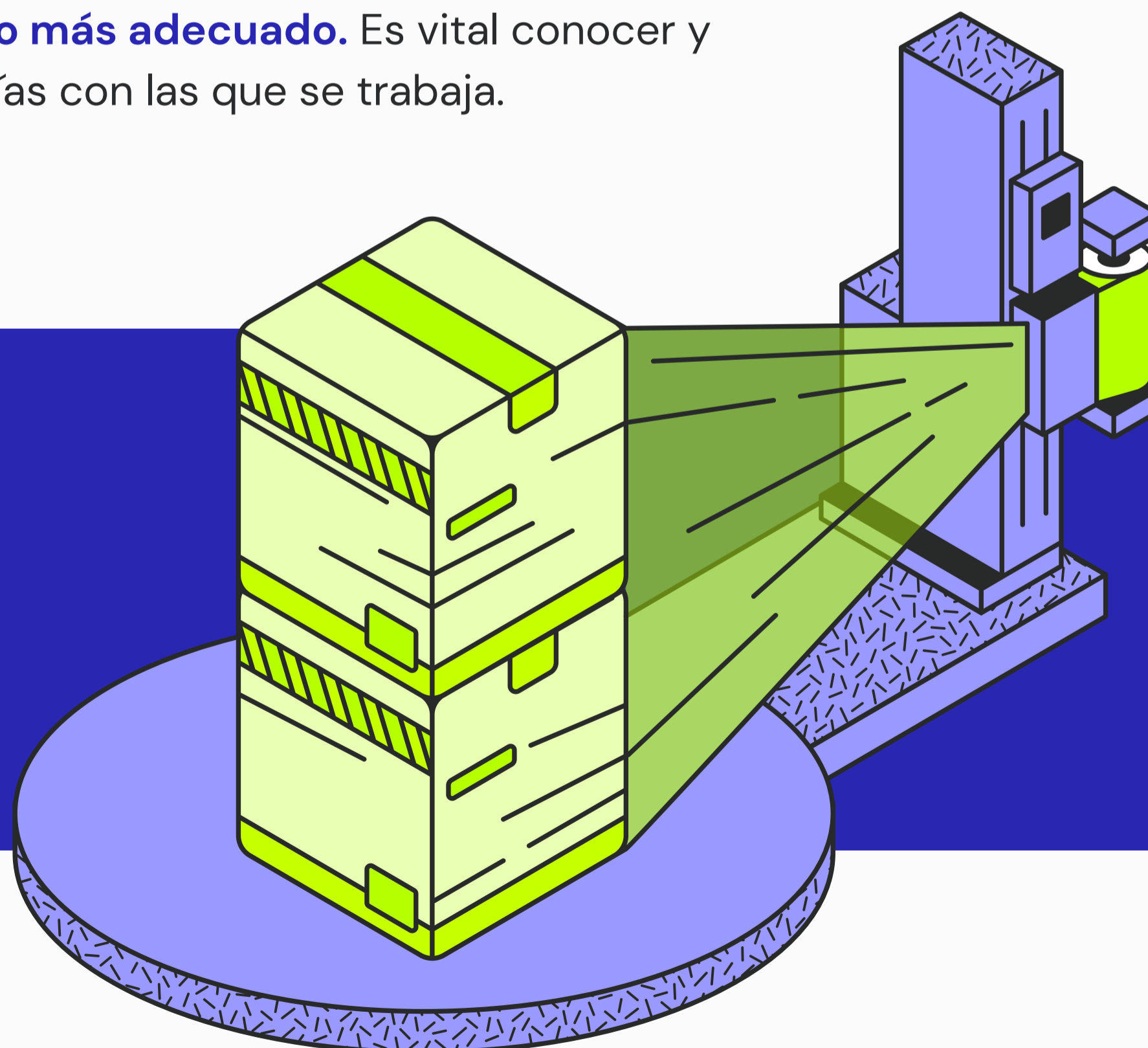
Garantiza una entrega exitosa en El Buen Fin

Consejos y mejores prácticas

- **Anticipar retrasos.** Informar a los usuarios sobre posibles retrasos en las entregas durante peak seasons.
- **Comunicación activa con el cliente.** Mantente en contacto con las paqueterías para rastrear los pedidos. En caso de retrasos, contactar proactivamente al cliente informando sobre el estado.
- **Planificación del inventario.** Despacha los productos lo más pronto posible para evitar la saturación en las rutas logísticas y asegúrate de no quedarte sin productos para despachar.
- **Cumplimiento de promesas.** Si se promete una entrega en un tiempo específico, es vital cumplir o al menos comunicar al cliente si habrá demoras.
- **Conocer las limitaciones.** Reconocer que, al tercerizar la logística, no se tiene control total sobre las entregas.
- **Planificación desde el inicio**
- **Elegir al aliado logístico más adecuado.** Es vital conocer y confiar en las mensajerías con las que se trabaja.

¿Cómo elegir un buen aliado logístico?

- Inversión en Tecnología
- Confianza y Relación
- Experiencia y Evolución
- Ejecutivo de Cuenta Eficaz



SALA 3

Charla: Triunfa este Buen Fin 2023 con los mejores tips para tu eCommerce



Erick **Zenteno**

Head of Sales Development
Representatives de *Kueski Pay*

Consejos para triunfar este Buen Fin

- 1. Optimizar la experiencia del usuario:** 7 de cada 10 mexicanos consideran que comprar en línea es seguro. Por ello, es vital contar con descripciones claras de los productos, reseñas honestas y fotografías de alta calidad.
- 2. Implementar métodos de pago flexibles:** Facilita la experiencia de compra ofreciendo diversas formas de pago, desde tarjetas hasta la opción de Buy Now Pay Later.
- 3. Mantener la transparencia y confianza:** La comunicación efectiva y oportuna con los clientes es esencial, especialmente en caso de retrasos o problemas.
- 4. Planificación anticipada:** Organízate con tiempo, desde definir y calendarizar tus promociones, hasta prepararse para posibles inconvenientes.



Buy Now Pay Later

Es un método de financiamiento que permite a los consumidores adquirir productos o servicios de inmediato y aplazar el pago para una fecha posterior, ya sea mediante pagos diferidos sin intereses o mediante cuotas. Esta modalidad ofrece flexibilidad en el pago y suele ser ofrecida por comercios electrónicos.

conceptos **clave**

- Experiencia de usuario
- Venta en línea
- Promociones
- Métodos de pago

Conclusión

En resumen, **el Buen Fin es una oportunidad inigualable para los eCommerce en México**. Sin embargo, es esencial prepararse adecuadamente, ofreciendo la mejor experiencia posible a los clientes y adaptándose a sus necesidades y expectativas.

PARTNERS

Agradecemos a nuestros partners por su colaboración en el AMVOForum PYMES 2023, su apoyo ha hecho posible este evento para avanzar juntos en la transformación digital.



¡Queremos que tu PyME tenga éxito en el mundo digital!



ClearSale

Otras herramientas buscan razones para rechazar los pedidos de tus clientes, nosotros buscamos razones para aprobarlos. **ClearSale** es la solución B2B más grande y única con la escala, flexibilidad y experiencia para apoyar a cualquier comerciante a nivel mundial.

Nuestra misión es detener el fraude sin afectar la experiencia del cliente.

La solución de **ClearSale** es una solución integral de gestión de fraudes, 100% automatizada que combina software de tecnología avanzada, algoritmos de inteligencia artificial y análisis contextuales del mercado.

Ofrecemos a nuestros clientes nuestra garantía de contracargos, lo cual los protege en todo momento.

ClearSale sabe que la prevención del fraude no es única para todos, y por esta razón, personalizamos nuestros servicios a la medida para satisfacer las necesidades de cada cliente. A medida que las necesidades de los clientes crecen y cambian, nosotros también lo hacemos con ellos.

es.clear.sale/



Zendesk tiene la misión de simplificar la complejidad de los negocios y facilitar que las empresas y los clientes creen conexiones. Nuestro software de experiencia del cliente desbloquea el poder de miles de millones de interacciones, lo que permite a las empresas construir relaciones ricas y significativas con sus clientes. La empresa fue creada en Copenhague, Dinamarca, y hoy cuenta con operaciones en más de 20 países alrededor del mundo.

Software de soporte al cliente para cualquier empresa, de cualquier tamaño.

www.zendesk.com.mx



Verifone es el arquitecto de pagos líder en el mundo, desde dispositivos de pago hasta herramientas de eCommerce. Como empresa Fintech, Verifone impulsa el crecimiento del comercio omnicanal en más de 165 países y cuenta con la confianza de las marcas, pequeñas empresas y las principales instituciones financieras en el mundo.

La plataforma **Verifone** se basa en innovación y seguridad gestionando anualmente más de 12 000 millones de transacciones por valor de más de \$500 000 millones en canales físicos y digitales, contactanos y haremos un diagnóstico de tu negocio con valor de \$100,000 sin costo

Obtenga más información

verifone.com o

Julian Mayo: julianfernando.mayoperez@verifone.com

Daniel Fernandez: daniel.fernandezvargas@verifone.com

Sofia Fuentesberain: sofia.fuentesberaingomez@verifone.com

www.verifone.com/es/mx



mercado libre

Mercado Libre brinda servicio a millones de usuarios y crea un mercado online para la negociación de una amplia variedad de bienes y servicios de una forma fácil, segura y eficiente. El sitio está entre los 50 sitios con mayores visitas del mundo en términos de páginas vistas y es la plataforma de consumo masivo con mayor cantidad de visitantes únicos en los países más importantes en donde opera, según se desprende de métricas provistas por comScore Networks.

La Compañía cotiza sus acciones en el Nasdaq (NASDAQ: MELI) desde su oferta pública inicial en el año 2007 y es una de los mejores lugares para trabajar en el mundo según ranking GPTW.

www.mercadolibre.com.mx

bling!

Sistema online de gestión ERP completo ¡Bling ayuda a las micro y pequeñas empresas a crecer! La plataforma es fácil de usar y cuenta con varios módulos Para que lleves acabo la gestión de tu negocio, registrando tus clientes, proveedores y productos, emitiendo facturas con la versión actualizada del SAT, sincroniza tu inventario con los principales marketplaces, realiza y rastrea tus envíos con nuestra integración logística.

www.bling.mx



AMVO Analytics llega a fortalecer la oferta que tenemos en AMVO, con la intención de profundizar en interrogantes que van más allá del alcance de los estudios de industria y que son muy relevantes para la generación de estrategias de eCommerce de tu empresa.

Desk Research

Extracción de datos desde estudios para la industria comparando segmentos variables y tendencias.

Estudio Sindicado

Profundización de subcategorías y versiones pagadas a empresas no afiliadas.

Ad hoc

Profundización de subcategorías y versiones pagadas a empresas no afiliadas.

www.amvo.org.mx/amvo-analytics



En **AMVO Academy** capacitamos a profesionales de alto potencial para influir positivamente en el éxito de las ventas en línea en México.

Contamos con los mejores expertos de la industria y con una metodología propia con una oferta que une la investigación de mercado, capacitaciones y consultoría.

Diplomado Ejecutivo en eCommerce

Destaca en el comercio electrónico con nuestro Diplomado en eCommerce. Adquiere las habilidades clave y lidera el éxito digital. ¡Inscríbete ahora!

[Regístrate para más información](#)

Programa especializado de omnicanalidad

Mejora tu presencia en línea y aumenta tus ventas con una estrategia omnicanal.

[Regístrate para más información](#)

www.amvo.org.mx/academy

educación@amvo.org.mx



HOT SALE es el evento anual de la industria de eCommerce en donde las empresas participantes ofrecen sus mejores descuentos con estrategias omnicanal. Es una campaña para impulsar y dar a conocer su journey de venta en el comercio electrónico así como los hitos omnicanales conforme a la evolución de las necesidades del consumidor.

Descubre todos los beneficios y por qué tu empresa tiene que participar en **HOT SALE**:

- Dar a conocer tu marca
- Reclutar nuevos clientes
- Mejorar tus indicadores clave

www.hotsale.com.mx

campanas@amvo.org.mx



Somos **E-Scrow**, tu aliado estratégico en soluciones logísticas para eCommerce en México. Entendemos lo crucial que es centrarse en el crecimiento de tu negocio, y por eso nos encargamos de toda tu carga logística. Desde el almacenamiento de tus productos hasta su entrega en las manos del cliente, nos ocupamos de cada detalle, garantizando una experiencia óptima.

Con nosotros, no solo obtienes un servicio de logística, sino una extensión de tu marca comprometida con la satisfacción total del cliente. Almacenamos, empacamos y despachamos por ti. ¡Potencia tus ventas con nosotros a tu lado!

e-scrow.mx



A punto de cumplir 30 años, nos hemos consolidado como el tercer banco más grande de México entre los no afiliados a un banco en el extranjero en cuanto a cartera de crédito y captación total, atendiendo nichos estratégicos, como lo son Banca Empresarial y Gobierno, Agro, PyME, Banca internacional, Fiduciario, Inmobiliario, Factoraje y Arrendamiento.

Con más de 1 millón de clientes, más de 6,000 colaboradores y una presencia multiregional con 317 sucursales en 28 estados de la República y en 78 ciudades, somos el 8vo banco de México y un banco líder en productos de crédito dedicados al desarrollo del sector de Pequeña y Mediana empresa. Con Banco de Comercio Exterior somos el 1er banco en importancia en apoyo al sector automotriz y eléctrico electrónico y 3ero en apoyo a la comunidad exportadora, turismo y pueblos mágicos. Con Nacional Financiera somos el 5to banco en colocación de crédito y apoyo a la industria, comercio y servicio de nuestro país; además de ser condecorado dos veces con el Premio Nacional Agroalimentario por destacarnos en la participación en apoyo al sector agroalimentario, ubicándonos como un banco líder en apoyo al campo con redescuentos de Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura en los últimos 17 años.

www.bb.com.mx



El futuro de los pagos se llama Kueski Pay ya que te permite comprar y obtener tu producto o servicio y pagar en el futuro en quincenas.

Kueski Pay es un producto financiero o -método de pago- Buy Now Pay Later (compra ahora y paga después) mediante el cual puedes realizar pagos en línea sin necesidad de tener una tarjeta de crédito o una cuenta bancaria y también permite pagar en quincenas tu compra.

Kueski Pay abre la puerta de nuevas posibilidades de tener acceso a productos financieros para la población que no cuentan con una tarjeta de crédito, cuenta de banco, historial crediticio o que simplemente no están bancarizados.

Actualmente tenemos más de 10,000 tiendas afiliadas de todos los giros y tamaños, desde aerolíneas hasta jugueterías las cuales han logrado:

- Aumentar en un 80% su credibilidad
- Aumentar su conversión de venta en promedio 40%
- Aumentar hasta un 70% su ticket promedio
- El 70% de nuestros comercios declaran haber atraído nuevos consumidores.

www.kueskipay.com



Social Piper®

AI + Redes Sociales ¡La forma más inteligente y fácil de administrar tus redes!

Social Piper ha incorporado la IA para crear publicaciones, programarlas y administrar todas las cuentas de redes sociales de tu negocio como un verdadero profesional. Si tienes un negocio y quieres tener éxito en las redes sociales, **Social Piper** te ayuda a ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo, para que puedas concentrarte en lo que mejor haces: hacer crecer tu negocio. Crea una cuenta completamente gratis y prueba Social Piper sin compromiso por 30 días en socialpiper.com

www.socialpiper.com

onda digital by amvo

La plataforma más completa de capacitación en eCommerce para PyMEs en México

Te acompañamos para que tengas la confianza que necesitas para iniciar y optimizar tu negocio digital

<https://www.ondadigital.com/>



www.amvo.org.mx/academy



¿Dudas? Escríbenos

educacion@amvo.org.mx



La Asociación Mexicana de Venta Online es la organización digital más grande en México. Nuestra misión es incentivar, apoyar y promover el desarrollo y expansión del comercio electrónico y la economía digital en México. Por esto y más, ofrecemos programas de experiencias educativas.

- + de 550 empresas afiliadas, de todos los giros y tamaños.
- Una comunidad de expertos en ecommerce.
- Los organizadores de HOT SALE, la campaña de eCommerce más grande de México.
- Más de 50 estudios de mercado y reportes de la industria.
- Más de 8,000 personas ya participaron en nuestros eventos y capacitaciones.
- Una comunidad de 15,000 personas que consultan nuestro contenido cada mes.

Aviso Legal.

Todos los derechos contenidos en la presente publicación están reservados en favor de la Asociación Mexicana de Venta Online, A.C.

La información contenida en el presente documento contiene opiniones, estudios, aseveraciones e investigaciones desarrolladas por la Asociación Mexicana de Venta Online, A.C.

La reimpresión, publicación, distribución, asignación, venta, reproducción electrónica o por otro medio, parcial o total, del presente documento, para cualquier uso distinto al personal y sin fines de lucro, está prohibido, a menos de que cuente con la autorización previa y por escrito.

Los derechos de autor del presente documento se encuentran debidamente protegidos a favor de la Asociación, sus afiliados y/o Asociados, de conformidad con la legislación aplicable en materia de propiedad intelectual e industrial.