

# Cómo proporcionar una experiencia de venta de vestuario en el entorno digital

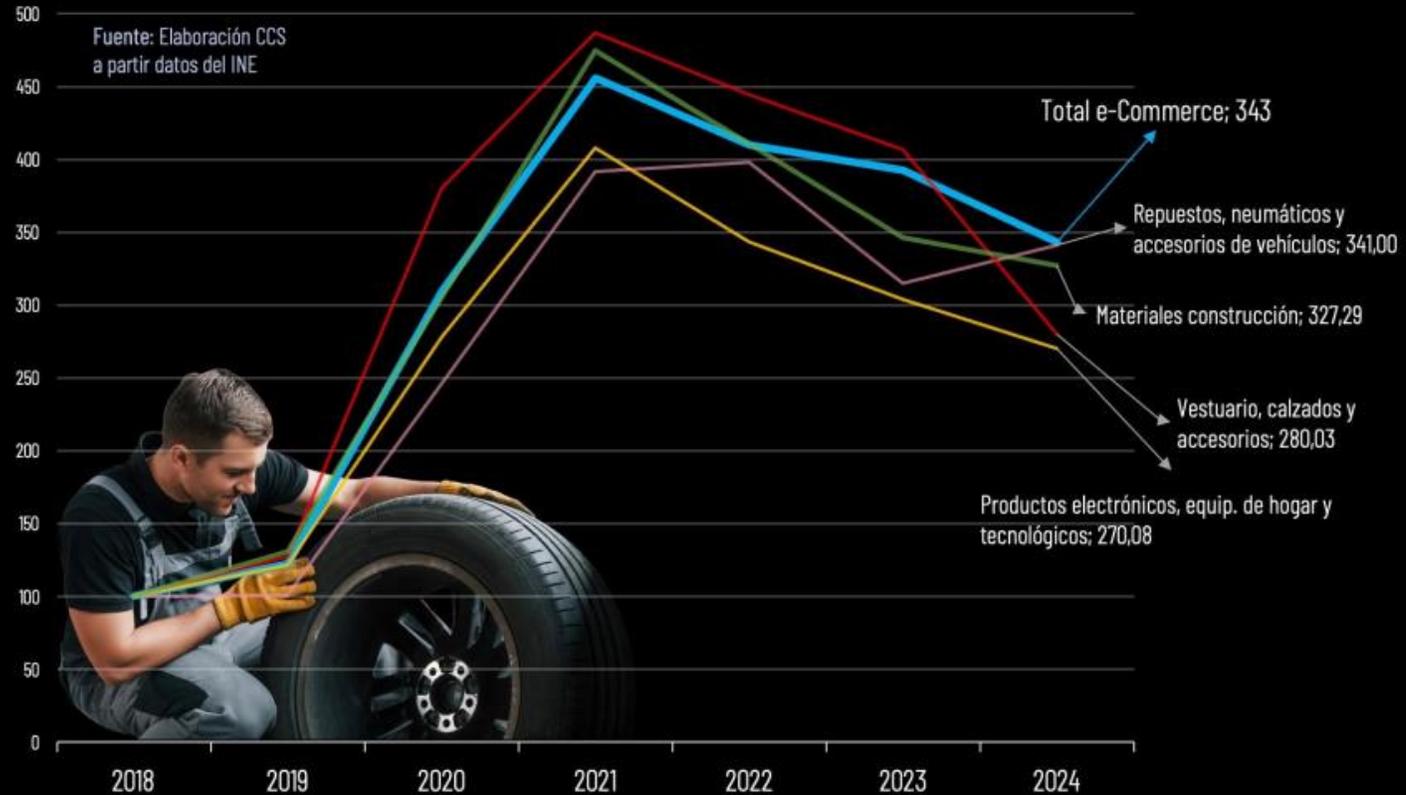
Catalina Cox

Grupo Axo



# EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS E-COMMERCE

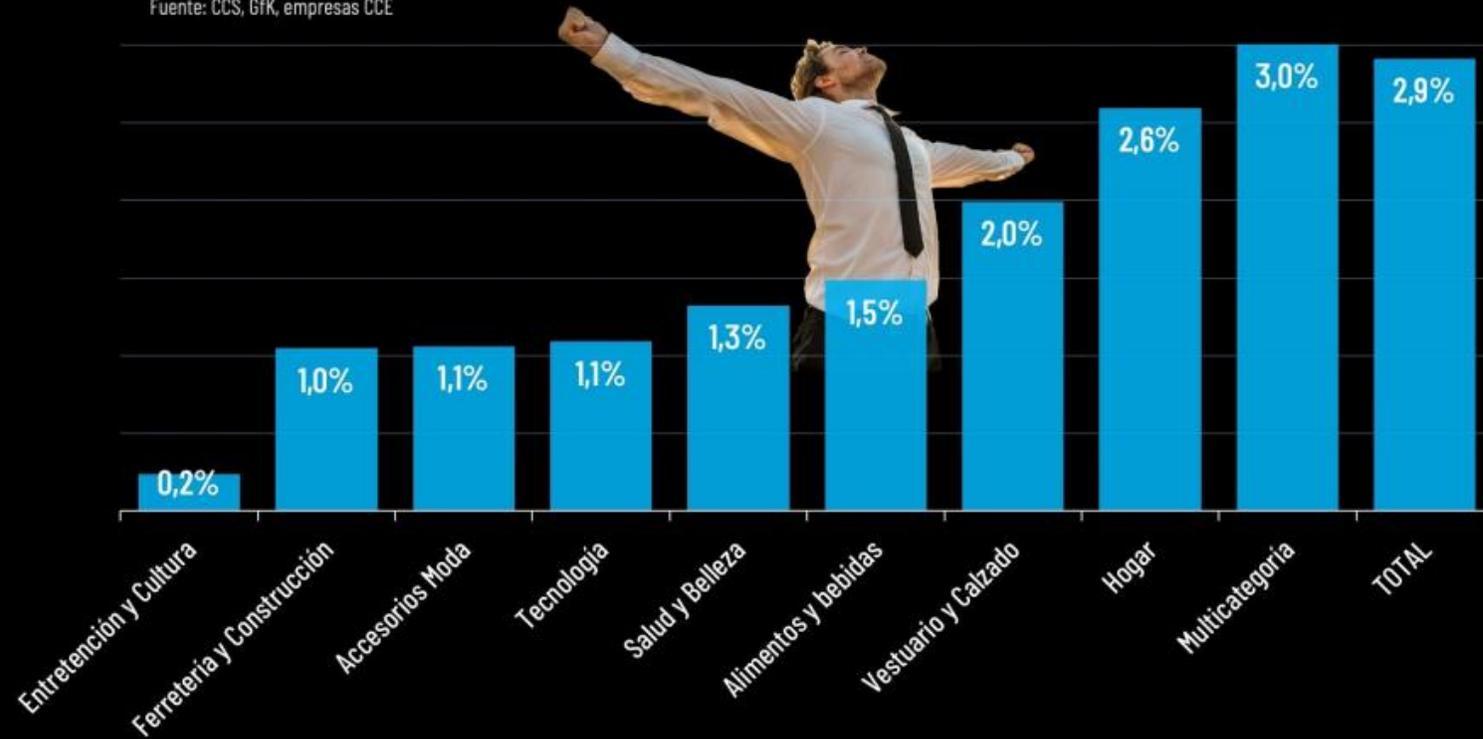
Índice promedio  
anual base  
100=2018



# TASAS DE CONVERSIÓN

TRANSACCIONES / VISITAS %  
2023

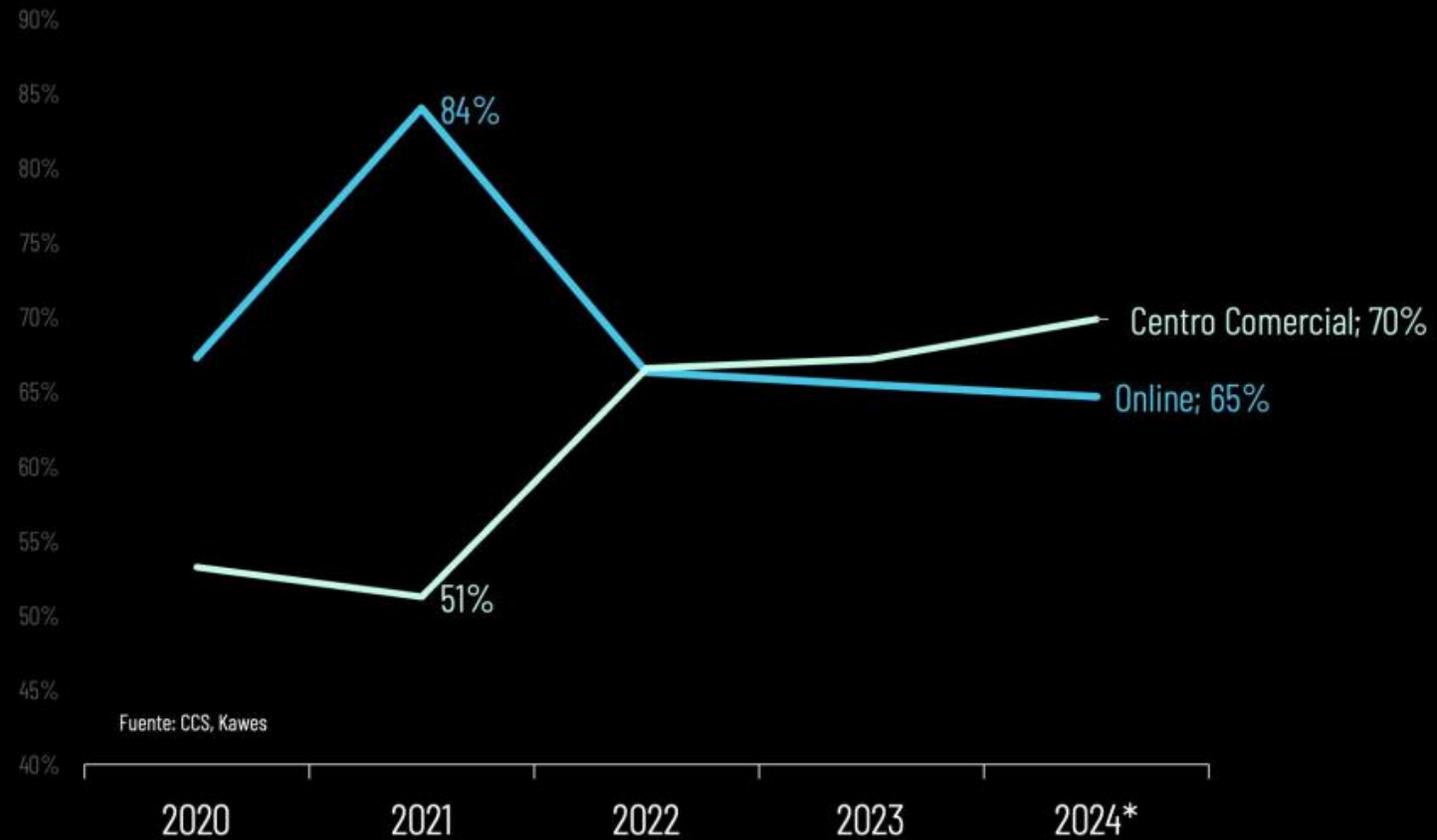
Fuente: CCS, GfK, empresas CCE



Fuente: CSS

# VISITARON TIENDAS FÍSICAS - ONLINE USUARIOS

Porcentaje  
que visitó en  
el último mes



Fuente: CCS, Kawes



Fuente: CSS

# ATRIBUTOS PARA ELEGIR TIENDA ONLINE

2024  
PORCENTAJE  
DE USUARIOS

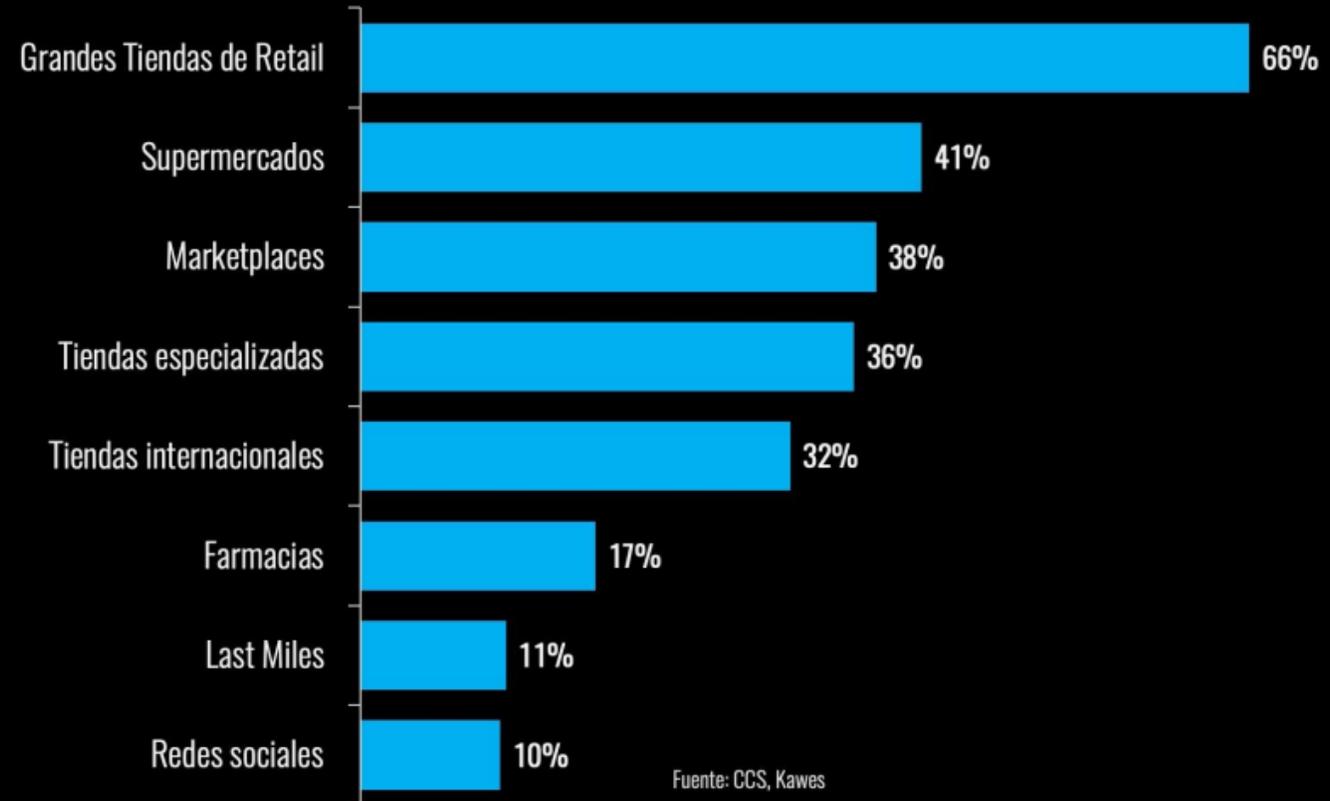


Fuente: CCS, Kawes



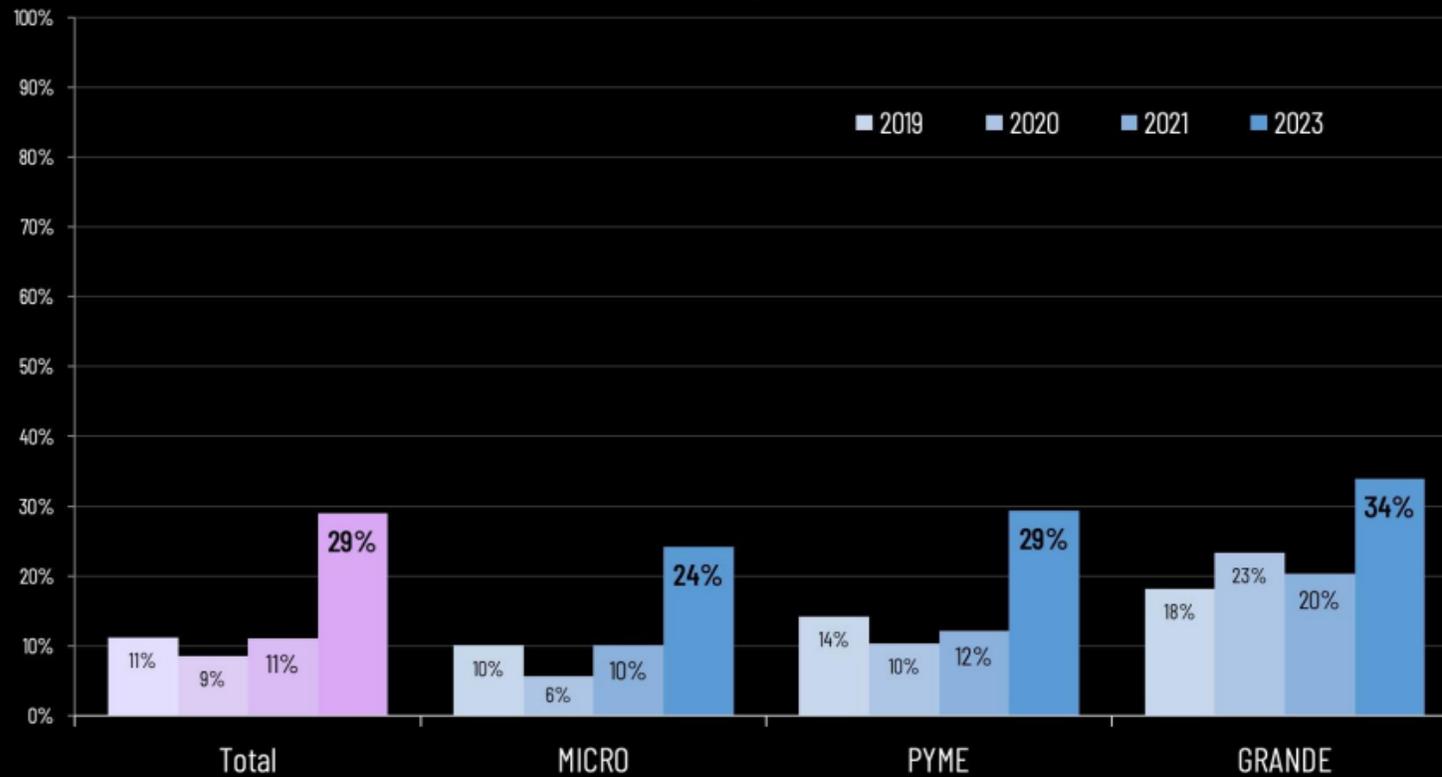
## EN QUÉ TIPO DE TIENDA ONLINE COMPRA

2024  
PORCENTAJE  
DE USUARIOS



% EMPRESAS QUE UTILIZA  
**INTELIGENCIA  
ARTIFICIAL**

Índice de  
Transformación  
Digital



# FOCO EN 5 PILARES

*1. Cuidar a la marca y clientes*

*2. Estar presente*

*3. Entender al usuario/cliente*

*4. Tener analítica accionable*

*5. Aprovechar IA*



# 1. CUIDAR A LA MARCA Y AL CLIENTE

Estrategia marca	Cuidar cliente	Equipos alineados	Alerta a tendencias
<ul style="list-style-type: none"><li>- Tener definidos los lineamientos y estrategia de marca</li><li>- Cómo queremos mostrarnos y percibirnos</li><li>- Usar las distintas vitrinas y canales sin perder la esencia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Enfocarnos en nuestros clientes</li><li>- Equilibrar los esfuerzos para conseguir nuevos clientes, sin dejar de lado los actuales</li><li>- Beneficios, clubes, loyalty</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Qué tipo de perfiles necesitamos para cumplir nuestra misión</li><li>- No enfocarse solamente en tareas, sino en las personas y sus motivaciones</li><li>- Definir objetivos temporales y a largo plazo alineados con la visión de la empresa</li><li>- Evaluación y retroalimentación constante</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mirar lo que hace el mercado</li><li>- Entender nuevas tendencias, el consumidor está cambiando constantemente</li><li>- ¿Por qué la otros lo hacen?</li></ul>



## 2. ESTAR PRESENTE

<b>No abandonar el Branding</b>	<b>Visibilidad en motores de búsqueda</b>	<b>Disponibilidad y variedad de productos</b>	<b>Estar en marketplaces u otros canales</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Conversar e interactuar con la comunidad</li><li>- Confirmar por qué nos prefieren</li><li>- Resaltar nuestras virtudes</li><li>- Generar y usar contenido de valor<ul style="list-style-type: none"><li>- CGE</li></ul></li><li>- No abandonar esencia marca</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Asegurar clic derivado de una búsqueda dirigida</li><li>- Buscar equilibrio entre pago y orgánico</li><li>- Buscar nuevas oportunidades y tendencias relevantes</li><li>- Preparar las distintas temporadas</li><li>- Perfiles de Google My Business</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Mostrar mayor mix disponible</li><li>- Mostrar looks reales y aspiracionales</li><li>- Crear conexión con productos y marca</li><li>- Ordenamiento y exposición de skus acorde a los kpis comerciales, conductuales y stock</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dar a conocer la marca, vitrina</li><li>- Encontrar nuevo público</li><li>- Validación de marca</li><li>- 3d party cookies mueren, cada vez es más necesario tener información</li><li>- Canales físicos para poder ver los productos</li></ul>



# BASE CAMP CERRO CASTILLO

VIE 19 JUL 2024 | DOM 21 JUL 2024

Un encuentro de montaña en la patagonia chilena enfocada en las competencias de ski de randonné y escalada en hielo.

## Competencia Escalada en Hielo.

Cascada La Bombacha.

A 300 metros de Base Camp, comienza la travesía de escalada en la cascada La Bombacha a 1.300 metros.

INSCRIBETE ESCALADA

## Competencia Randonné

Circuito La Olla y Bombacha.

Travesía que recorre 8 kilómetros con 300 metros de desnivel, comenzando y terminando en Base Camp.

INSCRIBETE RANDONNÉ

## Base Camp Portezuelo Ibañez

Lugar central a 53 km del aeropuerto de Balmaceda, 76 km del centro de Coyhaique y 19 km de Villa Cerro Castillo, equipado para que nuestros competidores puedan descansar y disfrutar de la montaña.

# GUESS



## PAGA EN 3 O 6 CUOTAS SIN INTERÉS CON CUALQUIER TARJETA BANCARIA\*

\*Válido por tiempo limitado. 3 o 6 cuotas sin interés seleccionando Mercado Pago.

ver más



## Let's Party

## PARA UNA NOCHE INOLVIDABLE

O un evento donde busques resaltar con elegancia y glamour, los vestidos de brillos son una elección perfecta.

Ya sea una fiesta de gala, una boda, una cena elegante o simplemente una noche en la ciudad, los vestidos con destellos lograrán hacerte deslumbrar.

DESCUBRE ▶

# ESTAR PRESENTE

# SECRET SALE

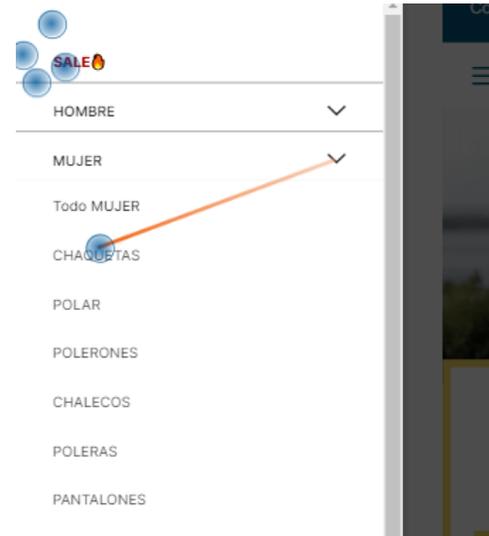
## DESCUENTO EXCLUSIVO PARA TI!

# 3. ENTENDER AL USUARIO/CLIENTE

Qué pasa onsite	Omnicanalidad	Atención y Post Compra	Personalización
<ul style="list-style-type: none"><li>- ¿Qué mira el usuario?</li><li>- ¿Qué y cómo busca?</li><li>- ¿Hay interés en lo que mostramos?</li><li>- ¿Cómo navegan?</li><li>- Uso de filtros: categoría, tallas, color</li><li>- ¿Dónde se fugan?</li><li>- Estandarizar información, fichas dependen de categorías</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Interiorizar que somos vitrina, representamos la marca</li><li>- Variedad de productos y stock</li><li>- Variedad de despachos y puntos de retiro</li><li>- Cambios y devoluciones fáciles</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Asistentes que permiten resolver inquietudes o dudas<ul style="list-style-type: none"><li>- ¿Cambió el producto? ¿Por qué?</li></ul></li><li>- Tuve un problema, ¿cómo retengo?</li><li>- ¿Cuándo le toca renovar?</li><li>- Campañas de retención</li><li>- Reseñas alineadas con la compra</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ¿Qué está haciendo en el sitio? ¿Cómo lo acompaño para que llegue más rápido a lo que busca?</li><li>- ¿Qué le recomiendo?</li><li>- ¿Cómo incentivo a concretar la compra?</li></ul>



# ENTENDER AL USUARIO/CLIENTE



AGREGAR AL CARRITO

Consulta Disponibilidad en Tiendas Aquí

Disponibles para Envío Express | Ver detalle



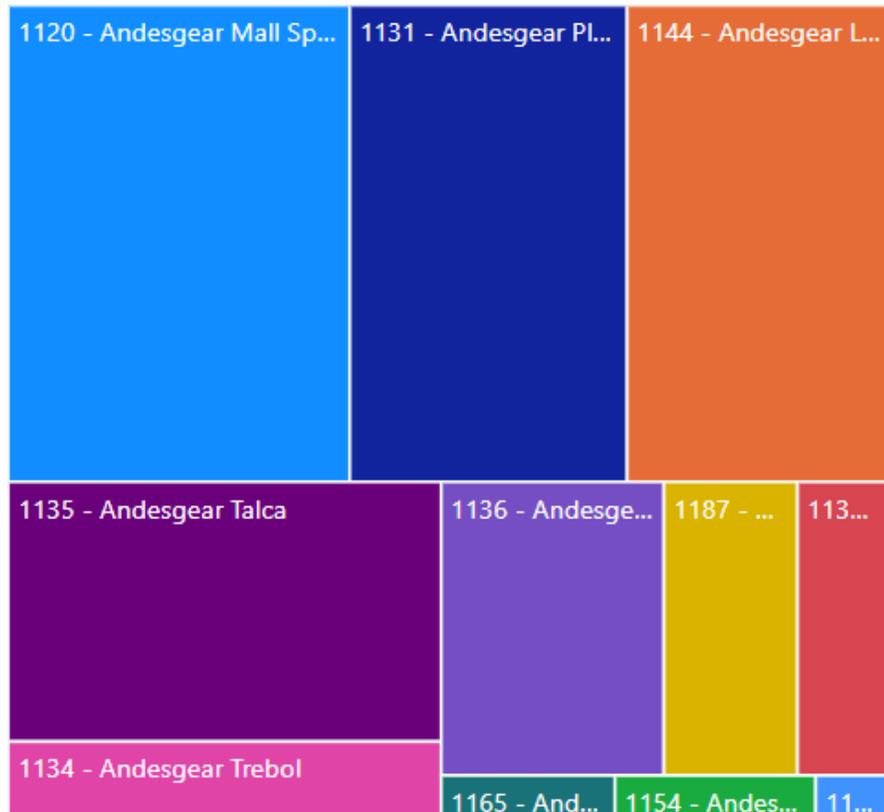
# 4. TENER ANALITICA ACCIONABLE

Monitoreo en vivo	ROAS Inversión	Omnicanalidad	Post Compra
<ul style="list-style-type: none"><li>- Taggear el sitio<ul style="list-style-type: none"><li>- Venta</li><li>- Tráfico</li></ul></li><li>- Tasas de conversión<ul style="list-style-type: none"><li>- Valor de las conversiones</li><li>- Fugas</li></ul></li><li>- Mapas de calor</li><li>- Grabaciones</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Entender retornos directos (compras web)</li><li>- Entender retorno total, el impacto en todos los compradores de la marca</li></ul>	<p>Qué datos entrega el cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Días en ir a retirar</li><li>- Encuestas de navegación</li><li>- A qué regiones despacho</li><li>- Upsell, cómo potenciarlo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Entender por qué perdemos a un cliente. ¿Por qué devolvió o canceló compra?</li><li>- Cómo evitar que pase de nuevo</li><li>- ¿Cambia producto por talla? ¿Por otro?</li></ul>

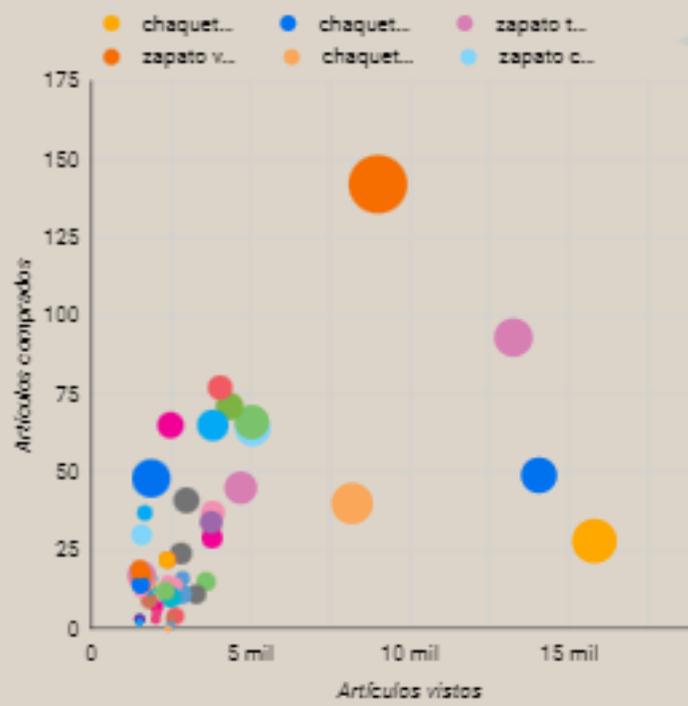




Amount por store\_desc



# ANALITICA ACCIONABLE



Dominio de URL visible	↓ Porcentaje de impresiones	Porcentaje de superposición
Usted	33.60%	—
dafiti.cl	15.24%	2.69%
kliper.cl	14.96%	34.27%
falabella.com	14.11%	18.97%
paris.cl	11.96%	9.37%
	11.78%	18.88%

# 5. APROVECHAR IA

Recomendaciones en el canal	Medios Digitales	Gestión de información de clientes	Buscadores onsite
<ul style="list-style-type: none"><li>-Carruseles 1:1</li><li>-Mails</li><li>-Pop up navegación</li><li>-Descuentos personalizados</li><li>-A/B testing</li><li>-Personalización</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Campañas automatizadas Google/Meta</li><li>- A/B Testing</li><li>- Customer journey y comunicación consistente en todos los canales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Clusterización</li><li>-Cross selling</li><li>- NBO/NBA</li><li>-Recomendaciones</li><li>-Cliente omnicanal, upsell tienda</li><li>- Journeys automatizados</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Buscadores inteligentes, predictivos</li><li>- Boostear skus según comportamiento usuario</li><li>- Ranking dinámico según tendencia</li><li>- Sinónimos</li></ul>



17:16 Cerrar

**¿Vienes a Chile?**  
 Compra hoy y obtén despacho gratis!  
 Con el cupón ON\_EX2024

**EL REGALO PERFECTO +**



Conjuntos de anuncios [NDCL] - GAP - [USD] (6636286440940...)

Nombre de la campaña contiene ab X Buscar y filtrar

Campañas 1 seleccionado X Conjuntos de anuncios para 1 Ca

+ Crear Duplicar Editar Prueba A/B Más

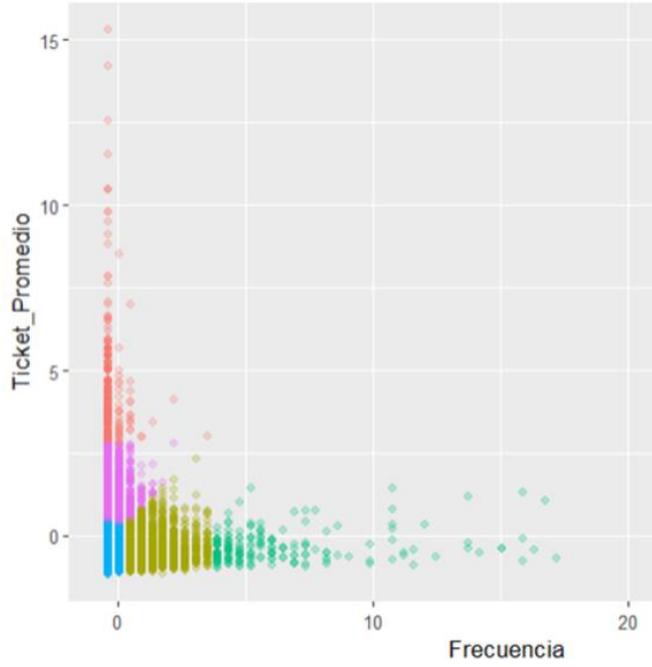
<input type="checkbox"/>	Activo	Conjunto de anuncios	CTR (todos)
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Llamado + ribbon de dcto + precio	3.5%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Llamado + ribbon de dcto	2.9%
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Solo llamado	3.2%

**NUESTROS ELEGIDOS PARA TI**

BILLETERA MONEY LA... \$58.000

BILLETERA MONEY LA... \$58.000

CARTERA ABANU MULTI \$85.000



APROVECHAR  
IA

# CONCLUSIONES

*No perderse, estar alerta a cambios y ser rápidos*

*Nunca dejar de lado a los clientes*

*Entender y priorizar lo que es relevante*

*Aprovechar herramientas del mercado*

*Usar analítica para la toma de decisiones*



¡Gracias!

