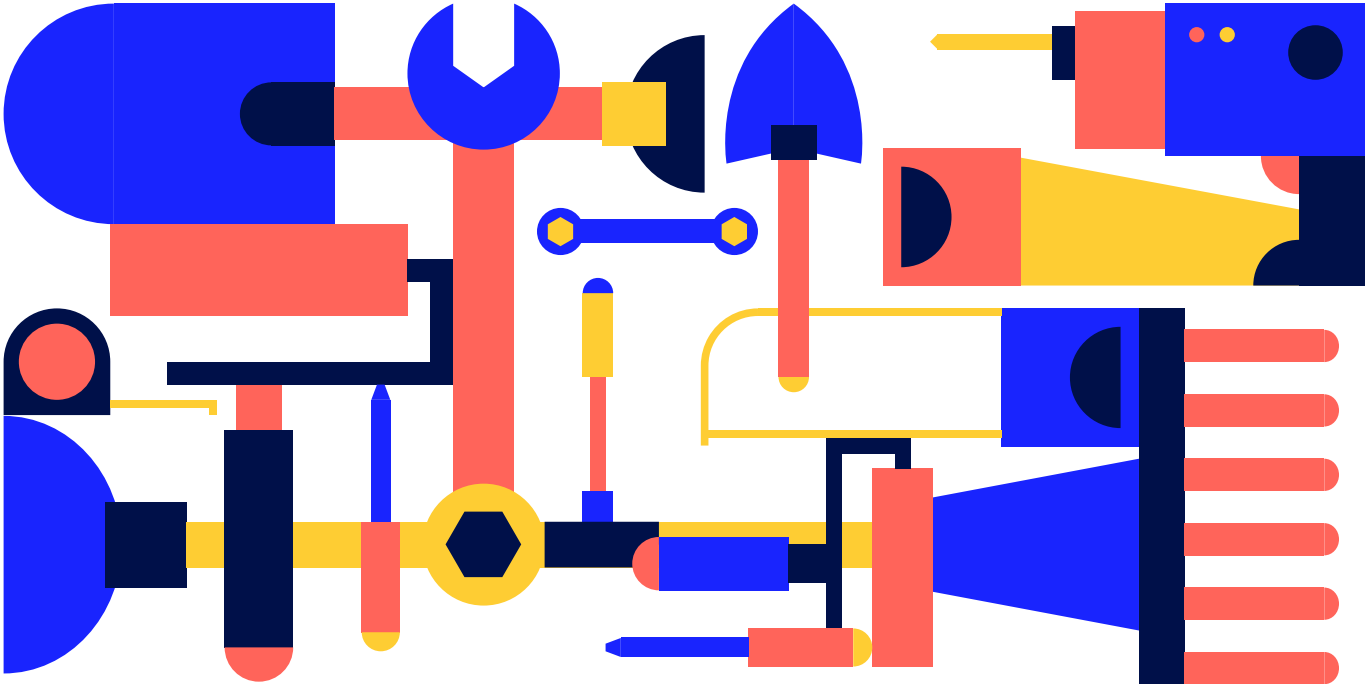


Spotlight sector

Explorando el sector de hogar, jardín y DIY online

Tendencias de mercado, oportunidades, retos y consejos para el éxito

SKEEPERS + L

Introducción

Los sectores del hogar y el jardín están experimentando un rápido crecimiento y evolución online a medida que avanza la tecnología. Los consumidores recurren cada vez más a fuentes de información online y buscan productos y servicios adaptados a sus necesidades individuales, empujando a las empresas hacia la innovación para ofrecer soluciones únicas a sus clientes.

El marketing digital, sobre todo en redes sociales, es cada vez más importante para que las empresas lleguen a clientes objetivo y promuevan las ventas. Además, ha aumentado la importancia de la sostenibilidad ya que los consumidores buscan productos y servicios más ecológicos.

Las empresas deben mantenerse a la vanguardia ofreciendo productos y servicios personalizados, aprovechando el marketing digital y proporcionando soluciones sostenibles, además de mantener su competitividad en los años venideros y así seguir inspirando a todos a abrirse al mundo, a crear juntos lugares únicos, cálidos y sostenibles donde vivir.

NICOLAS HÉRAUD - MEDIA MANAGER EUROPA

MAISONS DU MONDE

Marketwatch

El aumento de la compra de viviendas, la vuelta al interés por los proyectos de bricolaje y, por supuesto, los períodos de confinamiento durante la pandemia han contribuido al crecimiento reciente de la industria.

La competitividad tampoco deja de aumentar en el sector mundial del e-commerce B2C de productos del hogar, jardinería y bricolaje. Por eso, cada vez es más difícil fidelizar clientes. Las organizaciones del sector buscan la forma de sacarle el máximo partido a su amplia gama de productos y ofrecer a los usuarios las recomendaciones más precisas y personalizadas.

Hoy en día, el sector está más consolidado de lo que ha estado en los pasados 10 años.

El sector es mucho más maduro ahora que durante los últimos diez años. El sector de los productos para el hogar, jardinería y bricolaje creció durante la pandemia, mientras que otros muchos cayeron considerablemente. Se prevé que su crecimiento constante sea del 4 % hasta 2025.

69,79M€

Tamaño del mercado online del mueble en Europa[1]

CAGR previsto para 2027: 18,93 %

34,75M€

Tamaño del mercado online del bricolaje y productos de jardinería en Europa[1]

CAGR previsto para 2027: 7,01 %

40,93M€

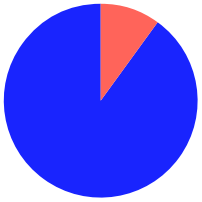
Tamaño del mercado online de electrodomésticos en Europa[1]

CAGR previsto para 2027: 11,13%

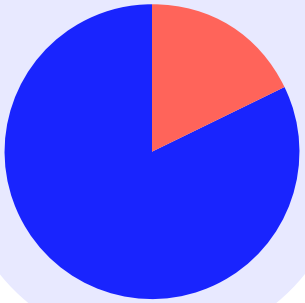
CAGR: Compound Annual Growth Rate.

Participación creciente en las ventas online

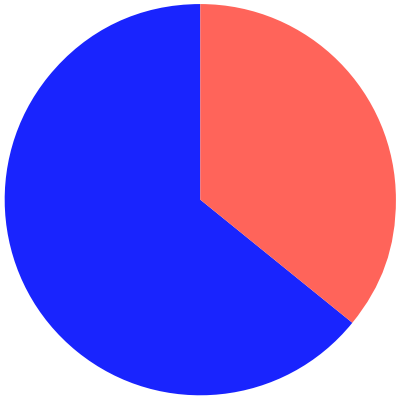
2019



2021



2027



El 18 % de las ventas en 2021 se realizaron online[2]

(frente al 10 % de 2019)

Se estima que el tamaño del mercado online se duplicará en 2027[2]

El índice de crecimiento anual del mercado (CAGR) registrará una aceleración del **14,33 %**[1]

20%

Presupuesto total de los consumidores para la compra online de productos del hogar y jardinería[3]

€650 anuales de gasto medio

€535 anuales de gasto medio

€525 anuales de gasto medio

€380 anuales de gasto medio

€285 anuales de gasto medio

Fuentes:

[1] Statista: septiembre de 2022

[2] GFK Market Intelligence: 2022

[3] Consumer Panel Fox Intelligence/NielsenIQ: octubre de 2022

Tendencias principales y oportunidades

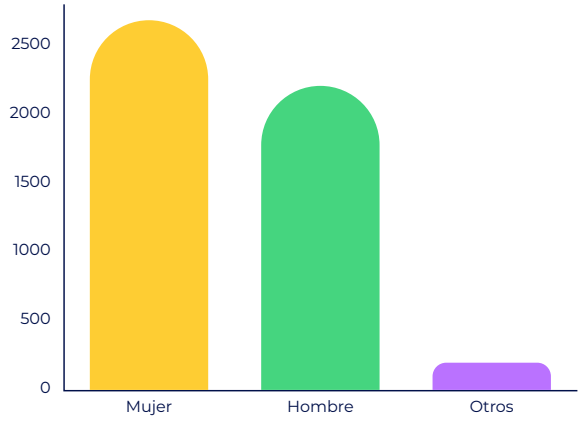
En este apartado, descubrirás las tendencias principales del sector y qué oportunidades puedes aprovechar para sacar el máximo partido a tu negocio online.

Encuesta al consumidor

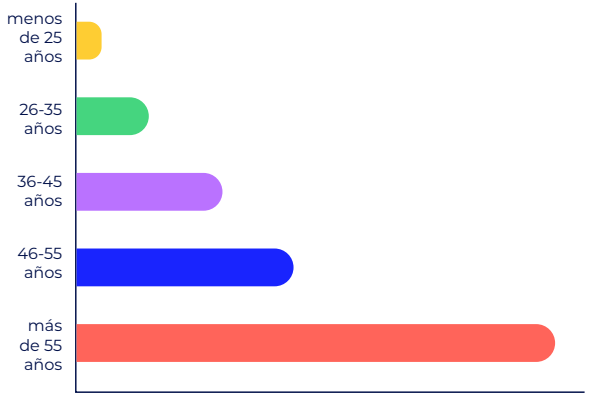
Hemos preguntado a más de 4000 personas de toda Europa sobre sus compras online y en tiendas físicas para conocer mejor sus hábitos. Esta encuesta se llevó a cabo durante dos semanas utilizando Feedback Management de Skeepers..

1. ¿Quiénes son tus clientes?

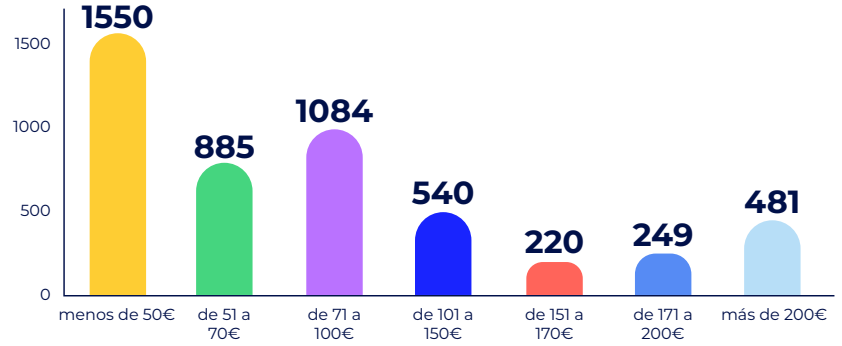
Q1: ¿A qué te dedicas?



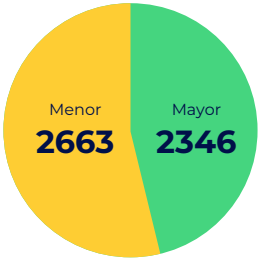
Q2: ¿Cuántos años tienes?



Q3: ¿Qué presupuesto medio gastas cada mes en artículos para el hogar, jardinería y bricolaje?

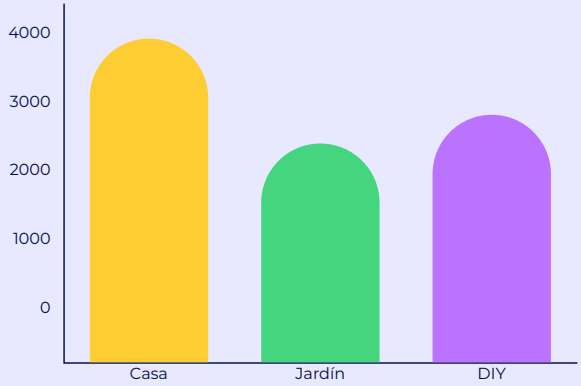


Q4: ¿Es mayor o menor que el del año pasado?

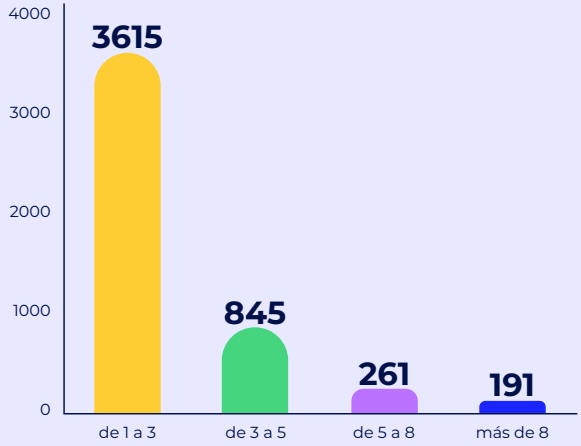


2. ¿Qué compran?

Q5: **¿Qué tipo de productos compras con más frecuencia?**



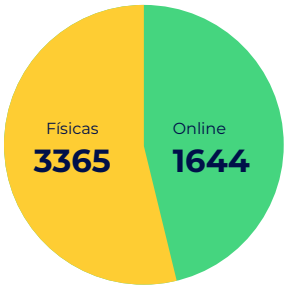
Q6: **¿Cuántos productos para el hogar, jardinería y bricolaje compras cada mes?**



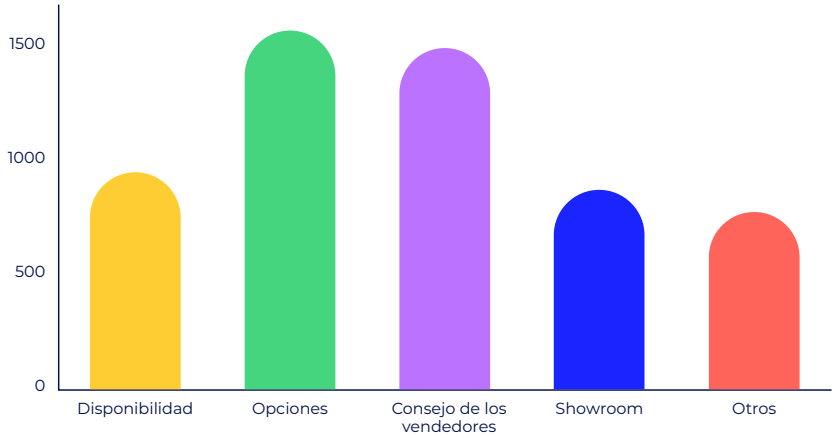
Q7: **¿Tienes pensado comprar productos para el hogar, jardinería y bricolaje de segunda mano?**

3. ¿Cómo compran?

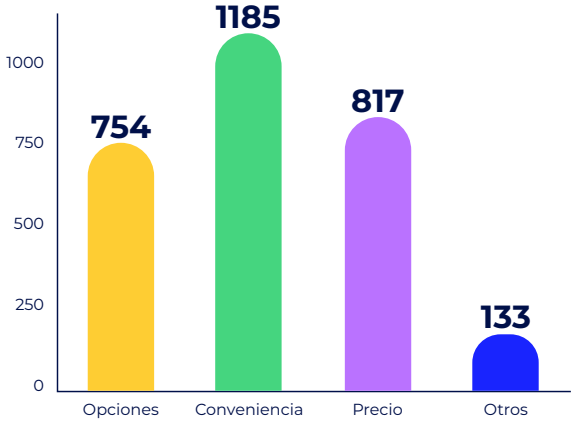
Q8: ¿Prefieres comprar en tiendas online o físicas?



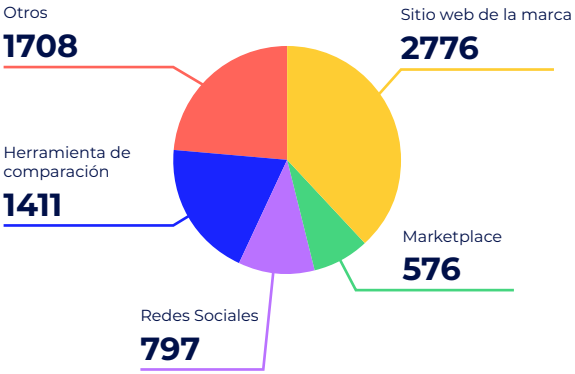
Q9: ¿Por qué prefieres comprar en tiendas físicas?



Q10: ¿Por qué prefieres comprar online?



Q11: ¿Cómo averiguas en internet qué productos te interesan?



Cifras clave

76%

Más del 76 % de los clientes que compran productos para el hogar, bricolaje y jardinería tienen más de 46 años. El sector debe enfrentarse al desafío de rejuvenecer su clientela durante los próximos años.

54%

El 54 % de las personas encuestadas afirmaron que consumirán menos en 2023 como consecuencia directa de la inflación en Europa.

46%

El 46 % de los clientes informaron que pretenden comprar herramientas de bricolaje de segunda mano, lo que indica una fuerte tendencia que los comercios minoristas deben tener en cuenta.

68%

El 68 % de las personas encuestadas respondieron que compran en tiendas físicas y no online, hecho que demuestra la importancia que sigue teniendo la experiencia en el punto de venta en este sector.

AUMENTO DEL USO DE LAS REDES SOCIALES

Se prevé que el porcentaje de ventas online realizadas mediante social commerce alcance **el 17% para 2025. El 64% de los usuarios de redes sociales** realizó una compra mediante social commerce en 2021, o lo que es lo mismo, dos mil millones de compradores. Esto vuelve a demostrar el gran potencial de este mercado.

Las personas que quieren reformar sus casas suelen acudir directamente a las redes sociales para inspirarse. Las redes sociales han demostrado ser un recurso muy rentable en el e-commerce de productos para el hogar y jardinería. Esto se debe a que la gran cantidad de imágenes que permiten alojar llaman la atención y atraen a las personas interesadas en este tipo de productos. Pinterest afirma que el **87% de sus usuarios** basan sus compras en los "Pines", es decir, las fotografías que van descubriendo. Los adultos jóvenes pertenecientes a la generación millennial y a la generación Z buscan inspiración en Instagram, Pinterest, canales de bricolaje de YouTube y vídeos de TikTok.

Las marcas y los comercios minoristas deben prepararse para el social commerce. Algunas aplicaciones ya ofrecen opciones de compra nativas, como las tiendas de Facebook e Instagram, TikTok Shopping o Pinterest Shopping. Sin embargo, estas funciones aún están en fase de desarrollo y suelen estar disponibles solo en zonas específicas.

Además, los influencers del sector del hogar y la jardinería se están haciendo con el mercado. Han acumulado un millón de seguidores en Instagram gracias a sus colaboraciones con las mejores marcas del sector y su pasión por la jardinería y el bricolaje.

Incluso los clientes que han vuelto a comprar en tiendas físicas seguirán utilizando las redes sociales para investigar e inspirarse sobre bricolaje y reformas del hogar.

SURGIMIENTO DEL B2B Y LOS NICHOS DE MERCADO ONLINE

En los próximos años, los mercados online de terceros se convertirán en el canal de comercio minorista más grande y de crecimiento más rápido a nivel mundial, ya que representarán casi **dos tercios de las ventas online totales para 2027. El índice de crecimiento de los mercados online duplica** el índice de crecimiento de todo el e-commerce.

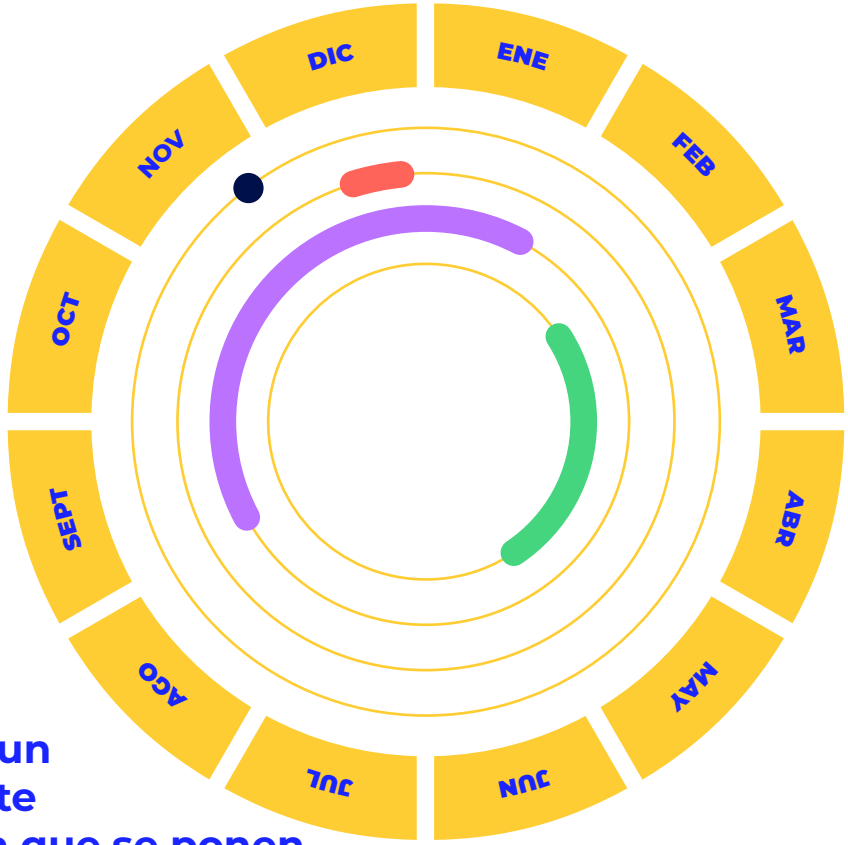
Lo que más compra el 35% de los consumidores actualmente en nichos de mercado online son productos para el hogar y ropa. Cada vez existen más mercados online de productos del hogar, jardinería y bricolaje, porque existe una demanda creciente de productos y servicios cada vez más específicos. Los consumidores buscan artículos únicos y personalizados que solo se encuentran en nichos de mercado online. Estos mercados satisfacen unas necesidades específicas al proporcionar productos y servicios que se adaptan a lo requerido por cada cliente. También les proporcionan una experiencia más personal la cual valoran y recompensan con su fidelidad.

Por otro lado, el público de los mercados B2B de productos del hogar, jardinería y bricolaje no deja de crecer, por eso aparecen nuevos mercados B2B cada año.

UN SECTOR LIGADO A LA ESTACIONALIDAD

La estacionalidad es un factor importante que el sector debe tener en cuenta. Los consumidores suelen comprar artículos de temporada, como muebles de jardín durante el verano o decoración navideña durante el invierno. Puedes definir **un calendario concreto para cada categoría de productos durante todo el año y especificar las temporadas altas:**

- Jardinería
- Electrodomésticos
- Decoración de espacios pequeños
- Hogar, jardinería y bricolaje: Black Friday



La estacionalidad es un factor muy importante en la frecuencia en la que se ponen en marcha las promociones de productos para el hogar y jardinería. nel settore casa e giardino.

¿Cómo olvidarnos del Black Friday, la jornada de ventas número uno en todos los mercados mundiales? Según una encuesta de SalesForce a más de 1500 de sus clientes, solo este año, las ventas alcanzaron unos 40 000 millones de euros en todo el mundo. Es la mayor jornada de ventas del mundo, y todos los comercios minoristas dentro y fuera de los EE. UU. deben planificarla con antelación.

CLIENTES EXIGENTES Y CON CONCIENCIA ECOLÓGICA

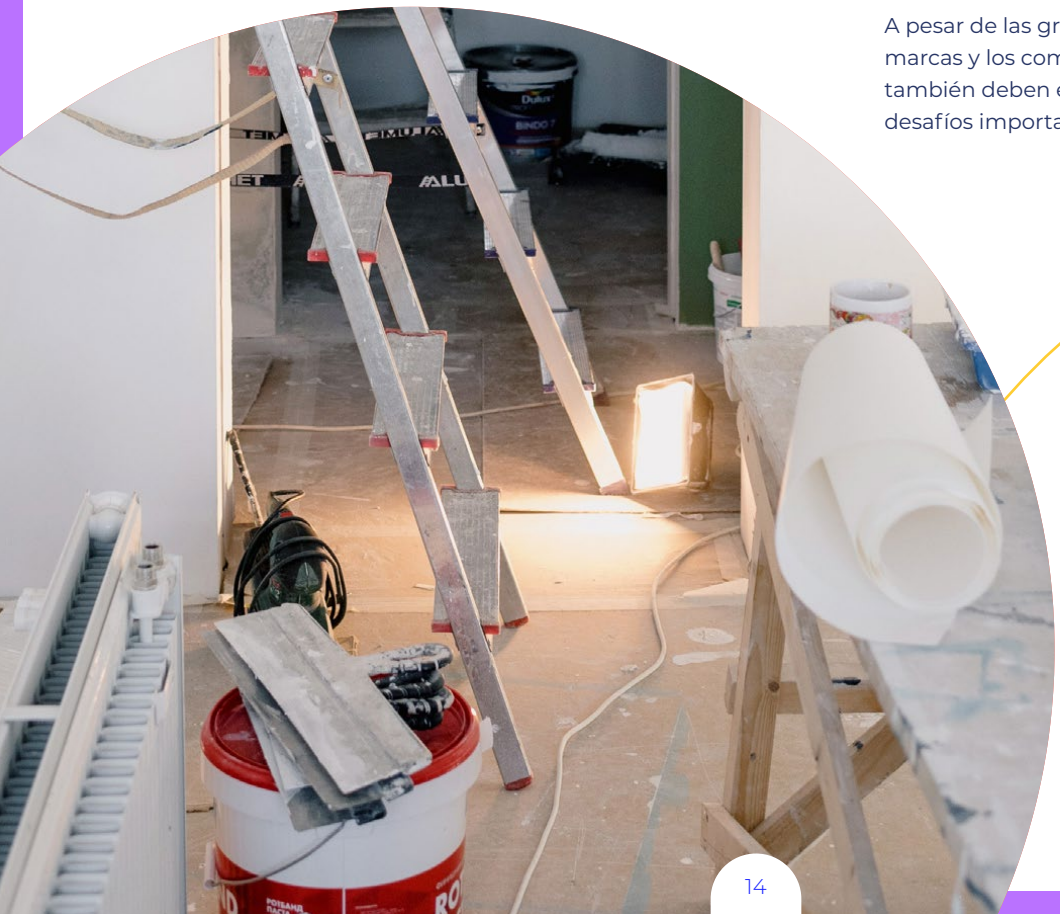
La fidelidad de los clientes sigue disminuyendo, por ello, es esencial que las marcas utilicen la información de la forma más efectiva posible para ofrecer experiencias totalmente personalizadas.

La tecnología actual permite crear una gran variedad de diferentes tipos de anuncios y experiencias que pueden optimizarse y adaptarse para cumplir con los objetivos comerciales en cada nivel del embudo. Las marcas deben ofrecer un catálogo de productos amplio y adaptar su oferta a la estacionalidad y al momento de la promoción para mantener su calidad y competitividad a lo largo del tiempo.

Del mismo modo, también deben promover el valor medio de pedido (AOV) y el descubrimiento de sus productos para seguir manteniendo la competitividad. Además, los nuevos clientes son expertos en tecnología, conocen los precios y buscan información e inspiración continuamente. También buscan transparencia, autenticidad y experiencias inmersivas personalizadas mediante visualizaciones en 3D, tecnologías de realidad aumentada (AR) y realidad virtual (VR), entre otras opciones.

Grandes desafíos

A pesar de las grandes oportunidades, las marcas y los comercios minoristas online también deben enfrentarse una serie de desafíos importantes para este año:



LA INFLACIÓN Y EL AUMENTO DE LOS COSTES

En 2023, estamos lidiando con un período de inflación excepcionalmente alto y un incremento de los costes de adquisición de clientes de más del 222 % en los últimos ocho años.

Los productos del hogar y jardinería se vendieron un 12 % más caros en junio de 2022 que en enero de 2021 porque las marcas y los comercios minoristas del sector sufrieron un aumento del precio de las materias primas y una disminución del margen de beneficio debido a la inflación.

AUMENTO DE LA COMPETENCIA

Cualquier sector en auge atraerá nuevos competidores de forma inevitable (ManoMano, BricoPrivé...): start-ups que prosperan rápidamente o nuevas empresas de venta directa al consumidor especializadas (Drawer, Tediber, Pampa...) que no cuentan con tiendas físicas ni con los gastos que ello conlleva. Este crecimiento de la competencia en nichos de mercados especializado de, por ejemplo, productos artesanales o ecológicos, ejerce presión sobre las empresas ya establecidas para mantener la ventaja competitiva.

El 44 % de las marcas informan de que los grandes desafíos al vender en los mercados online son la competitividad de los precios y el control de la experiencia del cliente.

Una mayor competencia genera un mayor número de opciones y precios más asequibles, pero si las empresas ya establecidas no responden al desafío de personalizar y adaptar su publicidad online, corren el riesgo de perder su participación de mercado.

PROBLEMAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Dentro del ámbito de la logística, las marcas y los comercios minoristas del sector se debe lidiar con plazos de entrega cada vez más extensos, la falta de disponibilidad de productos, las dificultades para gestionar las existencias y la complejidad para ponerse al día con la cartera de pedidos de los últimos dos años.
El 2023 trae consigo una gran incertidumbre debido a que la guerra en Ucrania y sus efectos en una Europa globalizada siguen su curso, además del resurgimiento de la COVID-19 en la China continental, hechos que podrían afectar en gran medida a las rutas marítimas a nivel mundial.
El 68 % de las marcas y comercios minoristas afirman que la crisis actual en la cadena de suministro está afectando negativamente a su capacidad para satisfacer la demanda de los clientes.

GESTIÓN DE UN CATÁLOGO DE PRODUCTOS AMPLIO Y COMPLEJO

Los comercios minoristas de productos del hogar y jardinería suelen tener una gran variedad de productos que incluyen información compleja, como descripciones detalladas, medidas e instrucciones de montaje. La gestión de esta información puede ser una tarea difícil que provoque inexactitudes que perjudiquen las ventas y la satisfacción del cliente. El mantenimiento de la coherencia en la información y en las listas de productos a través de varios canales es una tarea aún más difícil para estos comercios.

UN RECORRIDO DE COMPRA FRAGMENTADO

El e-commerce sigue creciendo a un ritmo impresionante (un 18 % frente al 10 % de 2019) y el recorrido de compra del consumidor ahora abarca múltiples canales. Las empresas y comercios deben adoptar un enfoque multicanal para mejorar la experiencia de sus clientes.

Durante los últimos tres años, el recorrido de compra del cliente ha experimentado una gran transformación gracias al uso de la tecnología, la influencia de las redes sociales y los efectos de la pandemia de la COVID-19. Aunque las compras online seguirán siendo habituales, muchos clientes también reclamarán una experiencia híbrida entre tiendas físicas y digitales que les resulte fácil y fluida.

EL FIN DE LA FIDELIDAD A LA MARCA

El concepto de «fidelidad de marca» se ha deteriorado durante los últimos años. Siete de cada diez consumidores acudieron a la competencia de sus marcas favoritas entre mayo de 2021 y mayo de 2022. Esto se debe a la saturación del mercado, el aumento de la competencia, **y en el cambio de la realización de las compras** en tiendas físicas a las compras online, hecho que impide que los clientes interactúen con los empleados de la tienda y establezcan una relación con la marca. **Este último fenómeno** también ha dificultado que las empresas generen confianza al cliente y ha provocado que este prefiera investigar por su cuenta y **prefiera comparar** precios hasta encontrar la mejor oferta, sobre todo cuando la inflación sube. Según Forrester, la confianza en tecnologías de consumo como el e-commerce disminuirá un 15 % en 2023 debido al auge del teletrabajo durante los tres últimos años, los períodos de confinamiento, la falta de transparencia y los escándalos de algunas marcas que menoscaban la confianza del consumidor a nivel mundial. Este hecho constituye un desastre inminente para todas las empresas, porque si el consumidor no confía en una marca, le dará su dinero a otra. Es crucial que **las empresas empiecen a tomar medidas para generar confianza en su marca y garantizar el flujo de clientes durante los próximos años.**

GESTIÓN DE LA ESTACIONALIDAD A NIVEL MUNDIAL

Es posible que los comercios minoristas de productos del hogar y jardinería tengan productos de temporada que deben gestionar de forma inteligente para garantizar que estén disponibles cuando los clientes vayan a comprarlos. La gestión de un inventario de productos de temporada puede ser especialmente complicada si los comercios minoristas venden a través de múltiples canales y disponen de una gran cantidad de productos. La segmentación de los clientes es otro de los desafíos a los que se enfrentan los comercios minoristas. **Por ejemplo, en Europa, existe una gran diferencia climatológica y esto hace que los hábitos de los países escandinavos, los cuales tienen un clima mucho más frío, sean diferentes de los hábitos del sur de España.** Por eso, los comercios minoristas deben pensar siempre en anunciar el producto adecuado ante el cliente adecuado.

Por último, los comercios minoristas también deben planificar con antelación las **promociones de sus productos** de acuerdo con la estacionalidad. **Qué anuncias y cómo lo haces** son dos elementos clave de los que nunca debes olvidarte. sia a come lo si promuove.

Consejos y buenas prácticas para prosperar

En esta última sección, Lengow y Skeepers unen sus fuerzas para compartir contigo sus mejores consejos con el fin de ayudarte a superar cualquier desafío y a aprovechar las últimas tendencias sobre las que ya hemos hablado.

PON EN MARCHA UNA ESTRATEGIA MULTICANAL PARA ESTAR AL LADO DE TUS CLIENTES

Debes encontrar la **forma de atraer clientes** a t**us tiendas, tanto a las físicas como a las online**. Si le das visibilidad a tu negocio en varias plataformas, puedes evitar que tus clientes recurran directamente a la competencia. Las estrategias de adaptar tu contenido de marketing, aumentar la venta de artículos esenciales, y disipar las dudas de manera proactiva te permiten dirigir el recorrido del consumidor con más éxito.

Live Shopping es una de las soluciones que Lengow y Skeepers te ofrecen. Te permite unificar al mismo nivel los canales físicos y online y romper las barreras de los recorridos de todos tus clientes. También podrás retransmitir cualquier evento directamente en tu sitio web y redes sociales para presentar tus productos de la mano de influencers o de expertos en marcas y productos. Las colaboraciones con influencers famosos en tu sector harán que tu público entre a tus directos y aumente tu visibilidad.

Utiliza herramientas como Lengow si quieres **automatizar** el enfoque multicanal y empezar a vender inmediatamente. Lengow te permite acceder a **1600 canales**, donde encontrarás mercados online, redes sociales, motores de comparación de precios, anuncios pagados o **LIA/web to store** entre otros.

La solución **Live Shopping de Skeepers** te permite llevar la experiencia de compra desde tu tienda física hasta tu plataforma digital. Las pruebas de productos y demostraciones en directo están sustituyendo el cotidiano recorrido por la tienda física.

x

La conexión Lengow x Skeepers garantiza una experiencia sin cortes durante la emisión de la sesión de Live Shopping. Estas dos soluciones te permiten sincronizar automáticamente la página del producto que se esté retransmitiendo en ese momento con la información de tu catálogo de productos en Lengow. Además, puedes añadir fácilmente la repetición del directo a la página de cualquier producto en cualquier plataforma, proporcionando así una información más precisa a tus clientes.

EMPIEZA A VENDER EN MERCADOS ONLINE PARA AUMENTAR SIGNIFICATIVAMENTE TUS INGRESOS

Los mercados online tienen ya un valor seguro. Pero antes de realizar cualquier lanzamiento, es fundamental contar con una estrategia de mercado bien analizada y probada.

El hecho de encontrar los mercados online idóneos dentro **de los sectores correctos** o **mercados objetivos** puede suponer todo un desafío. No siempre es necesario o recomendable recurrir únicamente a los mercados online generalistas multinacionales principales con presencia mundial como Amazon o eBay. De hecho, los mercados online regionales, nacionales sólidos o verticales suelen ser una mejor opción.

Además, al vender en varios mercados online, debes prestar atención a la llamada «imagen del precio». La **imagen del precio** se refiere a cómo tus clientes perciben el precio de tus productos con respecto a cómo perciben los de tus rivales. La credibilidad y la reputación de una marca pueden verse afectadas si un cliente encuentra precios diferentes para un mismo artículo en otros sitios web, ya sean mercados online o canales directos al consumidor. Debes tomar todas las precauciones necesarias para evitar una mala imagen de tus precios en los mercados online.

Lengow te ofrece la posibilidad de vender en **todo tipo de mercados online** mediante una de las ofertas de mercados online más grandes en **el sector de los productos del hogar, jardinería y bricolaje:**

- **Entre los mercados online generalistas encontrarás, por supuesto, a Amazon, eBay, Cdiscount, Otto, Bol.com, La Redoute o BHV, entre otros.**
- **Mercados B2B como Bricoman, ManoMano o Distriartisan**
- **Una amplia oferta de mercados online especializados en tu sector con consejos clave para elegir aquellos que son idóneos para tu negocio: BricoCash, BricoMan, BricoMarché, BricoPrivé, Bricorama, Boulanger, Conforama, Spareka, But, Distriartisan, Leroy Merlin, ManoMano, Maisons du Monde, home24, Darty, Fnac...**

Lengow también te ofrece la oportunidad de utilizar su **herramienta de inteligencia de precios** para tener un control total sobre la imagen de tus precios cuando vendes en mercados online. Te permitirá acceder a información sobre la competencia, te proporcionará una visión general de tu mercado y te ayudará a establecer los precios idóneos en el momento adecuado.

Diferencia de precios en los mercados online.

XX€ Venta a través de mercados online

XX€ Venta a través de comercios minoristas

37,67%

ManoMano	55,29€ (+37,67%)
OTTO	49,99€ (+24,47%)
amazon	47,99€ (+19,49%)
Kaufland.de Ihr Marktplatz	40,16€

34,72%

ManoMano	22,89€ (+34,72%)
Kaufland.de Ihr Marktplatz	19,90€ (+17,12%)
OTTO	17,99€ (+5,88%)
amazon	16,99€

264,31%

OTTO	9,29€ (+264,31%)
Kaufland.de Ihr Marktplatz	5,71€ (+123,92%)
OTTO	4,29€ (+68,23%)
amazon	2,55€

PRODUCTO 1

Gardena

Manguera de jardín clásica 13 mm (1/2), 50 m

PRODUCTO 2

Tresko

Esterilla Fitness para yoga, gimnasia y pilates de 185 x 60x 1,0 cm, azul petróleo

PRODUCTO 3

UHU

Patafix, almohadillas adhesivas reutilizables blancas de 6 x 14 cm

Datos a 13 de enero de 2023 (fuente: Lengow) .

DA RIENDA SUELTA A TU ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES PARA PROMOVER UN COMPROMISO SIGNIFICATIVO CON TUS CLIENTES

Es muy importante que no te olvides de las redes sociales, porque ahí es donde los clientes pasan más tiempo navegando. Esto te permitirá aumentar tus ventas online y dirigir el tráfico a todos tus canales digitales como sitios web o blogs, hecho que aumentará la interacción de tus clientes con tu marca.

Llama la atención de tu público objetivo justo en las redes sociales donde sea más probable que busquen sus intereses, pasatiempos y futuras compras.

Las redes sociales ofrecen distintas funciones de e-commerce que pueden ayudarte a aumentar tus ventas online gracias a la publicidad dinámica, los anuncios de nuevas colecciones o la publicidad de tus productos.

Lengow te ayuda con tu estrategia en redes sociales gracias a la colaboración con las principales plataformas: SnapChat, **TikTok**, Instagram, **Facebook** y **Pinterest.**

Las redes sociales son una ventaja para tu marca porque te permiten capitalizar el alcance para dirigir el tráfico hacia tus redes sociales (como tus sesiones de compras en directo) y promover una nueva experiencia de compra para tus clientes.

MEJORA TU POSICIONAMIENTO SEO PARA ADELANTAR A LA COMPETENCIA

Tu tienda online es una representación digital de tu tienda física. Es esencial que aparezca en los motores de búsqueda si quieres que tus clientes potenciales conozcan tu marca y compren tus productos. La estrategia SEO (Search Engine Optimization) que utilices será la columna vertebral de tu visibilidad orgánica online, que te permitirá posicionar tu sitio web por delante de la competencia cuando los clientes hagan consultas en los motores de búsqueda de, por ejemplo, Google o Bing.

Los internautas y los consumidores potenciales suelen buscar opiniones de otros clientes que les ayuden a decidirse **cuando realizan alguna consulta online.** Tu posicionamiento SEO se basa en la cantidad y calidad del tráfico que puede generar tu sitio web. Esta es la razón por la que la recopilación y difusión de las opiniones de tus clientes ayuda enormemente a impulsar la visibilidad de tu negocio digital. Cuantas más opiniones recopiles, más contenido nuevo y exclusivo ofrecerá tu sitio web. Además, los algoritmos de los motores de búsqueda sienten predilección por el contenido nuevo, por lo que mostrarán primero las páginas de productos con opiniones recientes.

La solución **Ratings & Reviews de Skeepers** te ayuda a recopilar, añadir y publicar automáticamente las opiniones de tus clientes sobre todos y cada uno de los productos de tu sitio web, convirtiéndose así en la herramienta perfecta para aumentar la visibilidad y reputación online de tu marca.

L x

Si quieres ir más allá, puedes vincular Lengow y Ratings & Reviews de Skeepers para ver el número de opiniones y la valoración media de cada producto en tu catálogo de Lengow. Utiliza esta información para optimizar tu estrategia de precios.

Esta poderosa combinación de información declarativa y de mercado te permitirá tomar las mejores decisiones y aumentar las ventas.

TE OFRECE UNA EXPERIENCIA FLUIDA A TRAVÉS DE TODOS LOS CANALES PARA AUMENTAR LA FIDELIDAD HACIA TU MARCA

Sácale partido a la información de tus productos para adaptarte a las tendencias cambiantes de los consumidores. Para ofrecer a tus clientes la mejor experiencia online, mejora la calidad de los datos mediante información con contenido reciente y relevante para tu público objetivo. Trata de dirigir toda esa información hacia sitios donde sea más probable encontrar a tu público. Después de todo, el mejor enfoque para satisfacer las demandas cada vez exigentes de los clientes y aumentar las ventas consiste en ofrecer un catálogo de productos optimizado y basado en datos.

Lengow te ayuda a ofrecer una **experiencia de producto multicanal perfecta** mediante la coherencia del contenido y el control de toda la información clave sobre precios y existencias, entre otros.

HUMANIZA EL RECORRIDO DE COMPRA DIGITAL Y HAZ QUE TUS CLIENTES SE VEAN REFLEJADOS EN TU MARCA

Las tiendas físicas confían en su personal para ayudar y orientar a los clientes a través de los procesos de toma de decisiones. Este servicio de orientación proporciona a la marca un índice de conversión mucho más alto en el entorno físico que en el digital. Esto explica por qué el factor humano es cada vez más importante en la experiencia digital de los clientes y por qué los comercios minoristas deben hacer hincapié en estrategias y contenidos que se basen en escuchar la «voz del cliente» para su sitio web y redes sociales.

El Live Shopping ofrece a los comercios minoristas su plataforma para que presenten sus productos de la mano de expertos e influencers, y para que estos puedan responder a las preguntas de sus clientes en directo desde las redes sociales, con la posibilidad de incluir la repetición en su sitio web. El Live Shopping es una de las respuestas para darle una imagen a tu marca y negocio y que tus clientes se sientan identificados y encuentren un sitio donde buscar los productos que desean comprar.

Con **Live Shopping**, las sesiones de compras en directo pueden exportarse y añadirse para reproducirlas en la propia página del producto y así aumentar los índices de conversión y aprovechar durante más tiempo el tiempo el evento. LaRedoute registró un crecimiento del 32 % en su índice de conversión cuando incluyó la repetición de sus sesiones de compras en directo en las páginas de sus productos.

OFRECE TRANQUILIDAD PARA CONSTRUIR TU REPUTACIÓN ONLINE

Las marcas y los comercios minoristas deben ser transparentes para generar confianza y ofrecer seguridad a los compradores online. Publica opiniones o vídeos de tus clientes y sé transparente con la calidad de los materiales empleados y el proceso de producción para mostrar a los clientes que sus compras son seguras, sostenibles y éticas. De esta forma, también ayudarás a generar confianza además de tranquilidad.

Las opiniones de los clientes se están volviendo muy comunes en los comercios minoristas electrónicos. Por eso, debes ser transparente si quieres generar confianza. La aparición de nuevas soluciones en el mercado para atajar la falta de confianza en las opiniones online se debe a la presencia de actores negativos en el sector que han capitalizado las opiniones falsas. Solo las que son auténticas benefician la reputación online, por lo que deben proceder de clientes reales de tu marca. Puedes combinar las opiniones tradicionales de valoración con comentarios con vídeos de, por ejemplo, la repetición de una sesión de compras en directo o un cliente probando un producto, y subirlos a las páginas de tus productos para mejorar la experiencia del usuario local. Los vídeos son el recurso perfecto para mostrar tus productos en tiempo real en manos de personas de carne y hueso.

Para abordar los problemas de sostenibilidad, Lengow te permite **mejorar y gestionar la información sobre sostenibilidad** en la descripción del producto (material, origen del producto, CO2, etc.). También puedes acceder a Showroomprivé o a Veepee fácilmente para vender, por ejemplo, productos agotados.

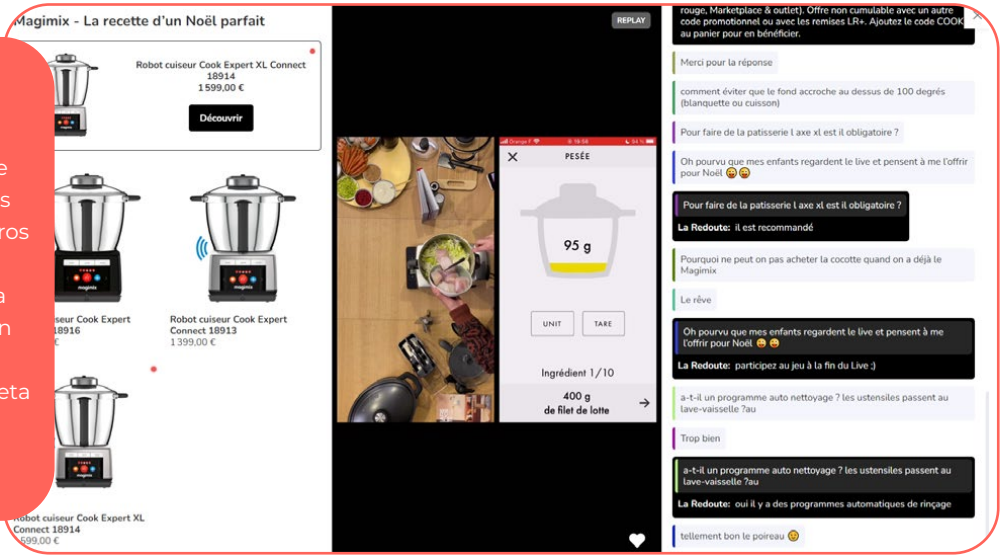
Ratings & Reviews de Skeepers es otra de estas nuevas soluciones: comprobamos cada opinión que se publica, de conformidad con nuestra **certificación AFNOR**. Puedes pedir a tus clientes que dejen una opinión inmediatamente después de la compra, para recopilar y publicar opiniones nuevas de forma constante.

ADÁPTATE A LA ESTACIONALIDAD PARA AUMENTAR TU VISIBILIDAD

Cuando las tiendas online entienden cuáles son las tendencias estacionales y almacenan los productos adecuados, dan una mayor satisfacción a las necesidades de los clientes, impulsan las ventas y atraen clientes con promociones especiales o descuentos para artículos de temporada que aumentan sus beneficios. Es vital estar al día en tendencias estacionales para maximizar las ventas y garantizar la satisfacción del cliente en el sector online de los productos del hogar, jardinería y bricolaje. Para sacarle el máximo rendimiento a estos periodos mediante campañas online, debes anticiparte a ellos todo lo posible y tener en cuenta que traen consigo para adaptar tus campañas en tiempo real. Personaliza las campañas de las distintas categorías de productos, de ventas y de temporada. Segmenta de forma más precisa y dirigida para hacer recomendaciones basadas en productos populares que se ven condicionados por el clima y la temporada. Una adaptabilidad bien definida te permite adaptarte continuamente y aumentar la efectividad de tus campañas promocionales para mantener un alto nivel de beneficios durante todo el año.

Crea tu catálogo con Lengow y prepárate para la temporada alta. Te asesoramos para que sepas cuándo añadir nuevos canales valiosos. También nos aseguramos de que tu incorporación se realice antes de las temporadas altas con el apoyo de nuestro **equipo de servicios profesionales.**

La **plataforma Live Shopping** de Skeepers te ayuda a convertir eventos estacionales en encuentros online entre tu marca y tus clientes. ¿Se acerca la Navidad? Crea una sesión de compras en directo sobre el «Magimix, la receta navideña perfecta», tal como hizo LaRedoute.



PON EN MARCHA LA MEJOR ESTRATEGIA DE PRECIOS PARA MANTENERTE POR DELANTE DE LA COMPETENCIA

Subir el precio de ciertos productos clave cuando la competencia se queda sin existencias puede ser una buena estrategia para garantizar un buen margen de beneficios. Centrarse en el número de unidades en lugar de en los beneficios tendría más ventajas solo si el nivel de la competencia fuese muy alto. Es indispensable adaptarse a esta situación en tiempo real. Nuestra herramienta de precios inteligentes te ayuda a controlar el precio de tus productos, las existencias y las opiniones. De esta manera, puedes ajustar los precios en tiempo real para responder a las condiciones del mercado y los precios de la competencia.

Gracias a nuestra **solución de precios inteligentes** impulsada por Netrivals, en Lengow te ayudamos con tu estrategia de precios mediante el seguimiento de estos y de la competencia, y la fijación dinámica de estos para proteger tus beneficios y garantizar un mayor retorno de la inversión frente a la inflación.

REDUCIMOS LAS INTERRUPCIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO PARA GARANTIZAR TU SATISFACCIÓN

Proporciona información detallada sobre el producto para reducir las interrupciones en la cadena de suministro. Si quieres garantizar la mejor experiencia del cliente, mejora la información sobre tus productos añadiendo múltiples atributos y ofreciendo información detallada y actualizada sobre ellos. De esta forma, recibirás menos devoluciones y gestionarás la logística de una forma más eficiente.

Es muy difícil evitar que haya clientes insatisfechos, aunque es aún peor intentar ocultarlo. **Ratings & Reviews de Skeepers** te permite identificar estos casos y tomar medidas. La recopilación y publicación de opiniones negativas tiene un doble efecto positivo en tu marca: muestra la transparencia hacia los problemas y la capacidad de responder ante ellos. Si algún cliente no queda satisfecho, no lo escondas y respóndele directamente en la opinión. Así, conseguirás que otros clientes conozcan totalmente tus productos y procesos cuando surgen situaciones delicadas.

Garantiza que tus clientes finales tienen la máxima visibilidad de las entregas gracias a Lengow:

- **Controla la disponibilidad y visualización de las existencias con nuestro módulo de software Stock Monitoring de Netrivals para marcas.**
- **Gestión de pedidos**
- **Acceso a los servicios de gestión de pedidos que ofrecen mercados online como Amazon, Cdiscount o ManoMano**
- **Normas de exclusión: puedes excluir de tu canal de tu canal productos agotados o de los que quedan pocas unidades.**
- **Fuentes adicionales** o reglas automatizadas para mejorar la información de entrega de tu catálogo de productos.

Nuestro consejo experto sobre las opiniones negativas es que conviertas a tus detractores en embajadores. Recuerda que las respuestas precisas y pacíficas a las opiniones de un cliente concreto también serán visibles para otros clientes potenciales. Hemos registrado un crecimiento del **20 % en acciones de recompra después de que las marcas volviesen a interactuar directamente con clientes insatisfechos.**

Trabajando con Lengow y Skeepers, los e-commerce pueden lograr grandes resultados, como vemos en los casos de éxito destacados a continuación.

Las 2 soluciones proporcionan un enfoque comprensivo y eficaz para la venta minorista en línea, ofrecen una amplia gama de herramientas y funciones para ayudar a las empresas a llegar a su público objetivo e impulsar las ventas.

Utilizando ambas plataformas, las marcas y minoristas pueden mantenerse a la vanguardia y aprovechar las últimas tendencias y las mejores prácticas del e-commerce.

Con Lengow y Skeepers a su lado, podrás llevar tu tienda online al siguiente nivel y alcanzar el éxito en el panorama del e-commerce, el cual está en constante evolución.

Caso de Éxito de Lengow P 29-30

Caso de Éxito de Skeepers P 31-32

mejora de los beneficios gracias al aumento del volumen de ventas en los mercados online con Lengow

14

Mercados online con más de 5500 productos

x2

de pedidos y facturación en 3 años

Servicios de gestión de pedidos

de Amazon, Cdiscount y ManoMano para una parte de las existencias, y servicios de gestión de ventas y ofertas especiales de mano de otras empresas.

Leer caso de éxito entero

Las palabras clave que definen a Lengow son fluidez, rapidez y eficiencia. Su aplicación nos ha sido de gran ayuda para acelerar nuestro crecimiento online. Esto nos está permitiendo planear nuestro desarrollo en Europa y continuar con nuestra expansión.

CÉDRIC SANCHEZ
PRESIDENTE DE PROVENCE OUTILLAGE

Mejora de la visibilidad online y la rentabilidad al abrir nuevos canales con Lengow

x3.3

más tráfico en el sitio web de Bricomarché

x12

en la facturación online

Reglas automatizadas

Para incluir atributos o imágenes en tus catálogos, para lanzar tus promociones o para excluir marcas que rechazan la distribución a través de canales específicos.

Lengow nos ayudó a entrar en contacto con nuevos socios estratégicos y a aumentar rápidamente nuestra visibilidad online de forma sencilla.

HUBERT BRILLAUD
RESPONSABLE DE COMPRAS DE BRICOMARCHÉ

BRICOPRIVE.com · Pinterest · CRITEO · Tradedoubler · Intermarché · Google

Descubra todos los casos de éxito

Mejora el índice de conversión con Live Shopping y Consumer Videos

Resultados después de seis sesiones de Live Shopping: Shopping

Directos

9% del público asistió a la emisión en directo

+20.2% en el carrito de compra

Repeticiones

91% del público reprodujo las repeticiones

+7.4% en el carrito de compra

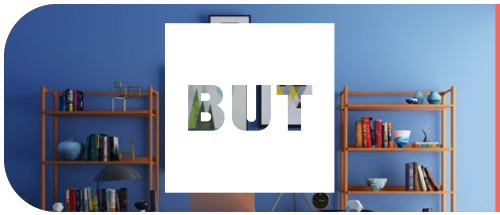
Resultados de las pruebas A/B en páginas de productos con y sin vídeos:

- +32% del índice de conversión a través del ordenador.
- +7,4% del índice de conversión en dispositivos móviles
- +19% en el carrito en páginas de productos con vídeos frente a las páginas sin vídeos.
- +7% del índice de conversión en las páginas de productos con vídeos frente a las páginas sin vídeos.

Leer caso de éxito entero

Algo novedoso y que no existe en ningún otro sitio es la interacción con el público a través del chat en directo. Después de la emisión, la repetición generará la mayoría de las visitas y conversiones.

MARION FELEZ-LE JAN
DIRECTORA DE CONVERSIÓN INTERNACIONAL EN LA REDOUTE



Duplica tu CTR gracias a las opiniones sobre tus productos

+380.000

Opinones recopiladas

Tranquilidad y orientación durante la compra, para que los clientes naveguen entre las valoraciones de los productos.

x2

De media, el CTR crece el doble

las páginas de productos que incluyen opinones de clientes en sus descripciones tienen un índice de clics dos veces mayor (10 % de media) que las páginas de productos sin opiniones.

+14%

Crecimiento del CTR de un 14 % gracias a la valoración del producto

la puntuación media también tiene una gran influencia en el CTR. Suele ser de un 5 % para una página sin opiniones, un 11 % para un producto con una valoración general de 4 sobre 5 y de un 19 % para un producto con un máximo de 5 sobre 5.

Elegimos Ratings & Reviews de SKEEPERS porque queríamos trabajar con un competidor francés cuyo equipo nos diese las respuestas necesarias para satisfacer nuestras necesidades.

JULIE COLIN-LONG
DIRECTORA DE CONTENIDO Y REDES SOCIALES

Descrube todos los casos de éxito

Revoluciona tu e-commerce con Lengow y Skeepers

Marketplace

Simplifica tus operaciones e impulsa los ingresos de tu e-commerce.

Anuncios productos

Utiliza estrategias publicitarias para impulsar el rendimiento.

Inteligencia de precio

Afina tu estrategia de precios.

Servicios

Nuestra experiencia te ayuda a maximizar tus ingresos y el valor de tus inversiones.

Opiniones y reseñas

Toma el control de tu reputación online recopilando, analizando y compartiendo opiniones de los clientes en unos pocos clics.

Live Shopping

Una plataforma SaaS que te permite transmitir miles de shopping parties con influencers, embajadores y anfitriones, controlar el impacto en las ventas y fidelizar.

Vídeos usuarios

Recoge, crea y comparte vídeos auténticos y de alta calidad realizados por tu comunidad a través de una única plataforma.

Sincroniza perfectamente tu catálogo de productos desde tu back office Lengow con las soluciones de Skeepers

Agrega todos tus productos a través de todos tus canales con un solo clic.

Vincula tus Live Shopping con tu catálogo de catálogo de productos.

Integra las repeticiones de tus sesiones de Live Shopping con los vídeos de tu comunidad en tus páginas de producto de todas las plataformas.

SKEEPERS

From Data to Deep Connection

Ratings & Reviews

Consumer Videos

Feedback Management

Influencer Marketing

Live Shopping

Solicita una demo

Lengow es la solución de automatización para e-commerce que ayuda a marcas y minoristas a mejorar su rendimiento, automatizar sus procesos de negocio y crecer internacionalmente. La plataforma Lengow es la clave para una buena rentabilidad y visibilidad de los productos vendidos por minoristas online de todo el mundo en todos los canales de distribución: marketplaces, motores de comparación de compras, plataformas de afiliación y plataformas de display/retargeting. Desde 2009, Lengow ha integrado a más de 1.600 socios en su solución para ofrecer una potente plataforma

Contáctanos para una demo gratuita

lengow.com/demo