

Digitalizar + Prosperar

# OPTIMIZA TU TASA DE CONVERSIÓN CON TU SISTEMA DE PAGO

Cómo hacer que tus clientes pasen de navegar a comprar



# ¿QUÉ ES LA OPTIMIZACIÓN DE LA TASA DE CONVERSIÓN?

Dirigir a los clientes a tu sitio web es esencial, pero esa es solo la mitad de la batalla. Dado que casi 4 de cada 5 compradores en línea dejan sus compras a medias, el abandono del carrito es un problema común para los negocios digitales.<sup>1</sup> **Es momento de optimizar el proceso de pago para mejorar la tasa de conversión, así podrás hacer que los clientes pasen de visitantes casuales a compradores.**

**En el mundo digital actual, el éxito en el eCommerce se reduce a la capacidad de satisfacer las crecientes demandas de los clientes, especialmente al momento de pagar.** Puedes tener todo lo que quieren y más, pero si tu proceso de pago no es fluido y seguro, lo abandonarán. De hecho, los negocios de eCommerce a nivel mundial perdieron un estimado de \$260 mil millones en ventas durante los últimos diez años que podrían haberse recuperado con un proceso de pago optimizado.<sup>2</sup>

El abandono del carrito no solo es un problema que afecta profundamente las ventas, sino que también representa un problema universal para las tiendas. La región de APAC tiene la tasa de abandono más alta con un 73%, seguida de cerca por EE. UU. con un 72% y EMEA

con un 66%.<sup>3</sup> Así que no importa dónde estén tus clientes, el abandono del carrito existe en todos lados.

Pero también tenemos buenas noticias. A medida que desarrollas una comprensión más profunda de las necesidades, las acciones y los obstáculos de tus clientes durante el proceso de pago, también puedes implementar pequeños ajustes que pueden impulsar las conversiones hasta en un 35%.<sup>4</sup> **El sitio de eCommerce promedio tiene 39 áreas potenciales para mejorar el proceso de pago,** así que realizar pequeños ajustes en múltiples puntos críticos se sumarán rápidamente para crear una experiencia fluida que incremente las ventas.<sup>4</sup>



**Puedes tener todo lo que tus clientes quieren y más, pero si tu proceso de pago no es fluido y seguro, no completarán la compra.**



# POR QUÉ ES IMPORTANTE OPTIMIZAR LA TASA DE CONVERSIÓN

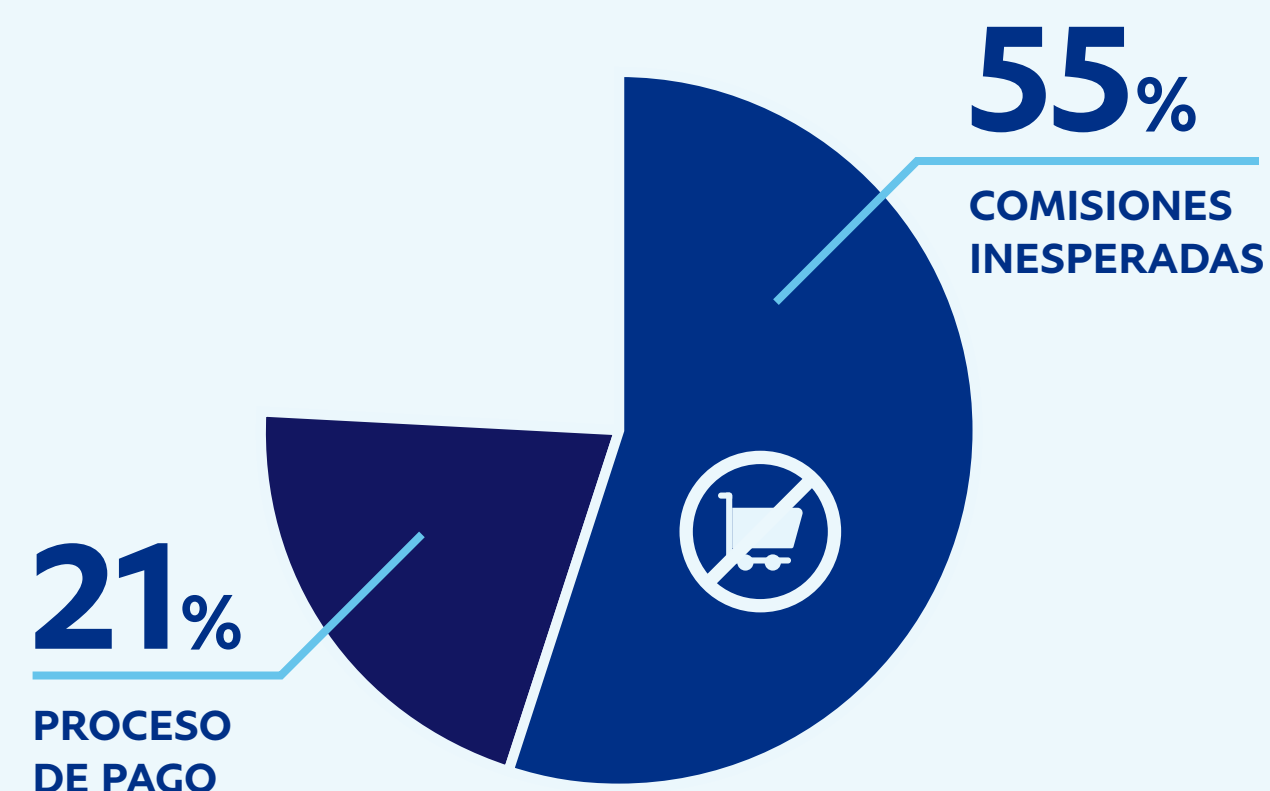
## LOS CARRITOS ABANDONADOS ABUNDAN POR DOQUIER

El eCommerce pierde **\$18 mil millones al año** debido al abandono del carrito.<sup>5</sup>



## LOS CLIENTES ABANDONAN LA COMPRA CUANDO EL PROCESO DE PAGO ES DEFICIENTE

El **55%** de los compradores abandona el carrito debido a comisiones inesperadas, y el **21%** se va por procesos de pago largos y complicados.<sup>6</sup>



## LAS VENTAS PUEDEN MEJORAR CON UN PEQUEÑO CAMBIO

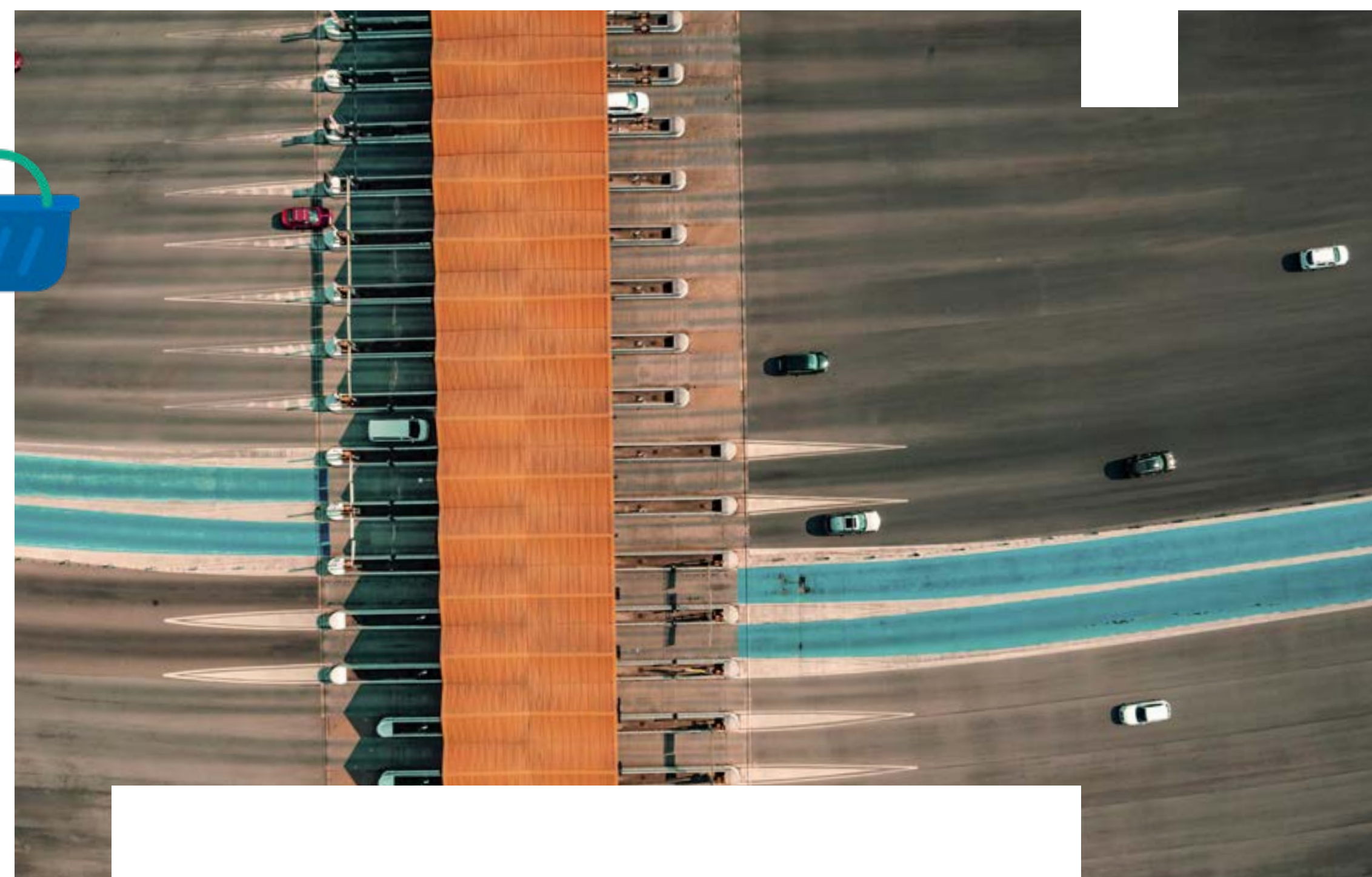
Un proceso de pago mejorado puede resultar en un **aumento del 35% en conversiones.**<sup>7</sup>



# DIRIGE A LOS COMPRADORES EN LA DIRECCIÓN CORRECTA

Un carrito abandonado no es solo una venta perdida; podría representar un cliente perdido. Y con casi el 80% de los visitantes del sitio que se va antes de comprar, eso es una gran cantidad de clientes y ventas potenciales perdidas.<sup>8</sup> Claro que algunos de estos abandonos se deben a razones que están fuera de tu control, pero la fricción al momento de pagar es algo que sí puedes controlar.

**Aunque parezca que los compradores pueden abandonar sus carritos en un abrir y cerrar de ojos, unas cuantas pequeñas mejoras podrían marcar una diferencia significativa.** En nuestro informe anterior de Digitalizar + Prosperar, hablamos de las medidas que puedes tomar para optimizar la UX de tu sitio, pero ahora es el momento de prepararte para el éxito con tu proceso de pago.



## 5 consejos para aumentar tus conversiones:

1. Ve al grano al momento de pagar
2. Haz que tus clientes se sientan seguros al pagar
3. Sé transparente con tus clientes
4. Ofréceles más formas de pagar
5. No excluyas a nadie al hacer retargeting



# 1

## VE AL GRANO AL MOMENTO DE PAGAR

Los clientes son más inteligentes que nunca. Conforme los grandes mercados en línea establecen un nuevo estándar para las experiencias de pago, las expectativas también aumentan. Si de tu proceso de pago se trata, piensa en menos clics y menos fricción para lograr el efecto duradero que necesitas para que regresen.

A medida que el panorama del eCommerce continúa creciendo y evolucionando, los clientes esperan un proceso de pago rápido y perfecto; de lo contrario, habrá una gran cantidad de ventas a medias. **Reducir los clics puede aumentar las conversiones hasta en un 60%,<sup>9</sup> y los sistemas de pago desorganizados y complejos son responsables del 21% del abandono de sitios.<sup>10</sup>** Comienza a identificar las barreras y los pasos innecesarios en tu experiencia de pago.

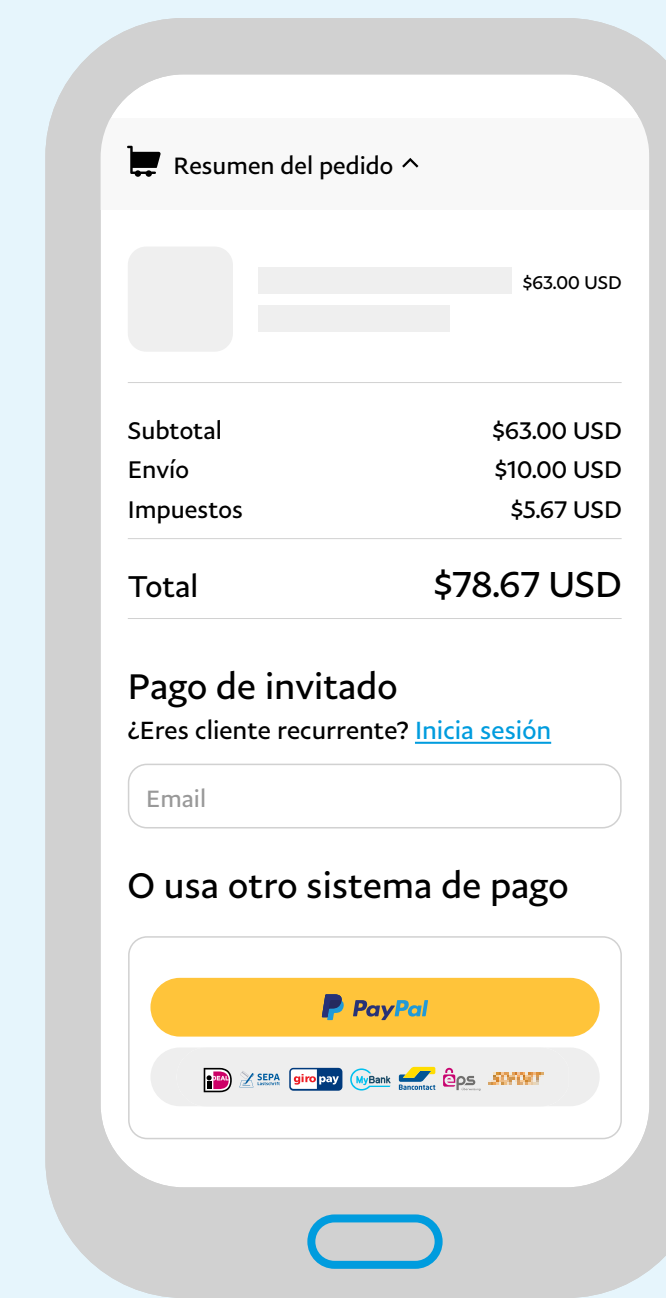
**Elimina los registros y la creación de cuentas forzados** Aunque la información que recopilas de estos registros y cuentas puede ser tentadora, imponerlos a los compradores es una de las principales causas de fricción y abandono. En su lugar, ofrece un registro en una sola página o un pago de invitado, que se ha demostrado que aumenta las tasas de conversión hasta en un 45%.<sup>11</sup> PayPal es otra gran solución para esos puntos críticos al momento de pagar, ya que permite a los clientes omitir automáticamente estos registros y completar su pago con unos cuantos clics.

### Evita campos de formulario innecesarios

**Otro punto de fricción a evitar son los campos de formulario innecesarios.** Los clientes recurrentes no deberían tener que completar sus direcciones de facturación y envío cada vez que quieran comprar en tu sitio; en lugar de eso, permíteles guardar direcciones predeterminadas. También puedes dejar que usen inicios de sesión mediante redes sociales para acelerar el proceso, pero una de las soluciones más sencillas es iniciar sesión con PayPal. Es una plataforma de identidad comercial que permite a los clientes utilizar sus credenciales de PayPal para iniciar sesión de forma rápida y segura sin necesidad de volver a rellenar los datos de la tarjeta.

### Acelera las transacciones y reduce los clics

**La realidad es que los clientes no van a salirse de su rutina para comprar en tu sitio, así que no los hagas esperar.** Acelera tus transacciones y reduce los clics simultáneamente con PayPal Checkout e inicio de sesión.



Las expectativas de los clientes son más elevadas que nunca, así que es tiempo de agilizar tu proceso de pago. **Comienza por acelerar las transacciones, reducir los clics y eliminar las fricciones.**



# 2 HAZ QUE TUS CLIENTES SE SIENTAN SEGUROS AL PAGAR

Cuando se trata de eCommerce, perder la confianza significa perder clientes. Proporcionar datos confidenciales al pagar combinado con el aumento del fraude en línea significa que la confianza juega un papel fundamental en las decisiones de los clientes.

A pesar del repunte del fraude en línea, 1 de cada 4 comercios aún no implementa soluciones de seguridad de pagos en línea.<sup>12</sup>

**En lo relativo al abandono del carrito, el 17% de los clientes dice que se debe a la falta de confianza y al miedo de que le roben la tarjeta de crédito.**<sup>13</sup> Es normal que los clientes desconfíen, pero puedes tomar algunos sencillos pasos para que se sientan más seguros al momento de pagar.

## Aprovecha la prevención antifraude

**PayPal supervisa ininterrumpidamente todas las transacciones para detectar fraudes, suplantación de identidad y otras estafas.** Si surge un problema, PayPal retiene los fondos hasta que se resuelva el problema. Con PayPal, los clientes pueden sentirse seguros en sus transacciones sabiendo que la actividad fraudulenta es monitoreada.

## Usa el poder de los testimonios de clientes

**Los clientes tienden a confiar más en otros clientes que en los negocios,** así que mientras te esfuerzas por mostrar tu credibilidad, no olvides el poder de las reseñas de los clientes.

Las experiencias reales ofrecerán una visión objetiva y humana con más peso que el marketing de cualquier empresa.<sup>14</sup>

## Apóyate en un socio de confianza

**En definitiva, los compradores quieren tranquilidad, y eso es lo que ofrece PayPal.** Clasificado como una de las dos marcas más confiables del mundo, PayPal tiene una poderosa red que procesa más de 10 millones de pagos diarios.<sup>15</sup> Y con una plataforma de seguridad que se vuelve más inteligente con cada transacción, tendrás las herramientas para ayudar a los clientes a comprar con confianza.

## Calma los nervios de tus clientes

**Si a los clientes les inquieta realizar pedidos en línea, alivia su preocupación con la protección al Comprador de PayPal\*.** Esta les permite comprar con la tranquilidad de saber que se les puede reembolsar el precio total de las compras que cumplan los requisitos. También puedes calmar sus nervios al momento de pagar haciendo énfasis en tu seguridad.

## Aumenta tu credibilidad para generar confianza al pagar:

### Aprovecha la prevención antifraude

Ofrece tranquilidad a tus clientes con la prevención antifraude.

### Usa el poder de las reseñas

Ofrece a los clientes potenciales una visión objetiva y humana de tu negocio.

### Apóyate en un socio de confianza

Ofrece seguridad a tus clientes al asociarte con un socio conocido y confiable.

### Calma los nervios de tus clientes

Aprovecha la protección al Comprador de PayPal\* o muestra las características de seguridad de tu sitio web.



# 3 SÉ TRANSPARENTE CON TUS CLIENTES

Los consumidores cada vez exigen más de los negocios y la transparencia en los envíos no es la excepción. Además de las altas expectativas, las limitaciones de la cadena de suministro solo aumentan la necesidad de visibilidad.<sup>16</sup> Los compradores ahora esperan que proporciones todo lo relacionado con el costo y los plazos antes de comprar.

Las comisiones inesperadas y los plazos de envío desconocidos no son solo un inconveniente, son las principales causas de dejar las compras a medias. Más del 85% de los clientes desea ver todos estos factores antes de realizar cualquier compra en línea, y el 87% dice que el envío y la entrega afectan directamente su decisión de comprar nuevamente en un comercio.<sup>16</sup> **Por lo tanto, si deseas reducir el abandono del carrito, debes asegurarte de que no haya sorpresas al momento de pagar.**

### Sé claro sobre los precios

**En esta era del eCommerce, el envío define básicamente el servicio de atención al cliente de un sitio, por lo que es importante establecer las expectativas correctas.**

Asegúrate de indicar a los clientes todos los costos asociados con su pedido justo al finalizar la compra, incluyendo las comisiones y los impuestos. También, recuerda mostrar las divisas locales, ya que elimina la necesidad de que el cliente tenga que realizar sus propias conversiones.

### Establece las expectativas adecuadas para el envío y la entrega

**Otro de los factores que los clientes esperan saber antes de comprar son los plazos.** Muestra tus fechas de entrega estimadas, para que sepan cuándo esperar su entrega, así como las horas límite de envío, y cuándo hacer el pedido para mantenerse dentro de ese marco de tiempo. Como todos sabemos, esos plazos no siempre salen según lo planeado. Anticípate al problema con un mensaje de servicio de atención al cliente para informarles sobre retrasos en el envío o formas de ponerse en contacto contigo.

### Deja muy clara tu política de devoluciones

**Tu política de devoluciones es otra información importante en la era del eCommerce.** Cuando resaltas claramente tu política de devoluciones al momento de pagar, los clientes no tendrán que recorrer todo tu sitio y así eliminarás otra barrera para que compren.

**Más del 85% de los clientes quiere ver claramente estos factores antes de realizar cualquier compra en línea, y el 87% dice que el envío y la entrega influye directamente en su decisión de comprar en un negocio de nuevo.<sup>16</sup>**



# 4 OFRÉCELES MÁS FORMAS DE PAGAR

Hoy en día, los clientes esperan que satisfagas sus necesidades de frente, y una de ellas es su método de pago preferido al finalizar la compra. Cuando ofreces varias opciones de pago impecables, aumentan tus posibilidades de atraer a un público más amplio y generar conversiones.

El abandono del carrito se encuentra en un impresionante 70%, y una de las principales razones es porque los negocios no ofrecen el método de pago preferido de los consumidores.<sup>17</sup> **Por eso es fundamental ofrecer a tus clientes varias opciones de pago al finalizar la compra.**

## Conoce los métodos de pago preferidos de tus clientes

**Antes de poder garantizar que estás ofreciendo la mejor variedad de métodos de pago, debes conocer a tu audiencia.** Los diferentes grupos de edad y demográficos tienen diversas preferencias, así que tómate el tiempo para comprender mejor a quién te diriges y qué es lo que quieren. Por ejemplo, si tus compradores son principalmente millennials, seguramente prefieren una gama completa de opciones de tarjetas de crédito y débito, así como PayPal y otros pagos basados en dispositivos móviles.<sup>18</sup>

## Elige la mejor opción de pago para tus clientes

**Ya que conozcas las necesidades de tus clientes, tienes que pensar en tus opciones de pago.**

Toma en cuenta a quién quieres llegar y cómo. Estas son algunas de las formas de pago a considerar:

- Tarjetas de crédito y débito
- Carteras digitales como PayPal
- Esquemas de meses sin intereses
- Métodos de pago alternativo

Aunque tener todas estas opciones en la lista parece abrumador, puedes simplificarte la vida con PayPal Checkout. Esto brinda a tus clientes la facilidad de pagar a meses sin intereses (MSI), usar planes de suscripción y pagar con métodos de pago locales y globales. ¿No tienen cuenta de PayPal? No hay problema. Con una integración simple y única, puedes aceptar tarjetas de crédito y débito en más de 100 divisas de más de 200 mercados de todo el mundo. No importa la integración que elijas, PayPal Checkout ofrecerá de forma inteligente los tipos de pago más relevantes para tus clientes, de modo que puedan pagar de la forma que deseen con el menor número de pasos posible.



**1 de cada 5 compradores abandonará su carrito si no puede usar su método de pago preferido.<sup>19</sup>**



# 5 NO EXCLUYAS A NADIE AL HACER RETARGETING

Si no llegaste a ellos la primera vez, no significa que un cliente perdido se haya perdido para siempre. Existen formas de permanecer en su mente, incluso después de que hayan abandonado tu sitio. Tomarse el tiempo para llegar de nuevo a esos clientes podría generar nuevas ventas y cambios de opinión.

El retargeting es una herramienta poderosa para impulsar las conversiones y aumentar la lealtad del cliente, ya que garantiza que las personas a las que les anuncias ya mostraron interés en tu tienda y quizá hayan considerado comprar en algún momento. También se ha descubierto que **aumenta las tasas de conversión hasta en un 150%, reduce el abandono del carrito en un 6.5%<sup>20</sup> y aumenta las ventas en línea en casi un 20%.<sup>21</sup>**

## Utiliza el correo electrónico para hacer retargeting

**Un método de reorientación es usar el correo electrónico para recordar a los clientes sobre los artículos abandonados en su carrito.** Estos correos de recuperación de carritos tienen una impresionante tasa de apertura del 45%, y el 11% de los clientes repetirán su compra.<sup>22</sup> Este podría ser el recordatorio que no sabían que necesitaban para finalmente hacer esa compra.

## Llega con anuncios a quienes dejaron sus compras a medias

**Otra forma comprobada de hacer retargeting es utilizar la publicidad.** Al agregar un "píxel" o una etiqueta de JavaScript a tu sitio podrás dar seguimiento a los visitantes que no compraron.

Más tarde, cuando un cliente busque una palabra clave similar a la tuya, aparecerá tu banner o anuncio, lo que te mantendrá presente en su mente incluso después de que haya abandonado tu sitio. Y como los anuncios reorientados tienen un 76% más de probabilidades de terminar en conversiones en comparación con un anuncio gráfico normal, con este método obtendrás más por tu dinero.<sup>23</sup>

## Ofrece incentivos

**Una de las soluciones más sencillas es ofrecer incentivos.**

Aquí hay algunas formas en que puedes conectarte con compradores potencialmente interesados sin costo inicial para ti:

- Envío gratis
- Devoluciones gratis
- Descuentos
- Ofertas exclusivas



## Vuelve a impactar a los visitantes y conviértelos en clientes fieles:



### Haz contacto a través de correos electrónicos

Recuérdales sobre los artículos abandonados en su carrito.



### Capta su atención con publicidad

Mantente presente en su mente con anuncios reorientados.



### Ofrece incentivos

Motívalos a realizar una compra con incentivos.

# OPTIMIZA TU TASA DE CONVERSIÓN CON PAYPAL

No esperes a que tu próximo cliente abandone su carrito. Comienza a tomar medidas para optimizar tu proceso de pago con PayPal.

**Utilizado por millones de comercios en todo el mundo, PayPal Checkout te ayuda a conectarte con más compradores y generar más conversiones al permitirles pagar como quieran.** Desde seguridad y protección hasta el equilibrio perfecto entre conveniencia y flexibilidad, obtén lo que necesitas para optimizar tu proceso de pago y hacer que los clientes regresen una y otra vez.

**Empieza ahora** →

