

► Plataforma donde todos son protagonistas

ElectroTiendas
nh.electrotiendas.com.ar

En marzo *ElectroTiendas* era una idea, hoy es una realidad. Pocos meses pasaron, y mucho trabajo también. Parecía una utopía, pero el entusiasmo y la colaboración entre emprendedores, analistas, proveedores, distribuidores, fabricantes, desarrolladores de sistemas y diseñadores llegó a buen puerto: ElectroTiendas ya está funcionando, una plataforma virtual desde donde se pueden adquirir productos eléctricos, en la que tanto distribuidores como fabricantes son protagonistas. El pasado 26 de octubre, se llevó a cabo el lanzamiento oficial de la empresa, en la sede de la Cámara Argentina de Distribuidores Eléctricos (CADIME) y ante una cuantiosa audiencia ávida de conocer el nuevo proyecto que integra a todo el gremio.

El comercio electrónico

En Argentina, según datos de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, de su estudio anual, el ochenta por ciento (80%) de la población utiliza internet, el setenta y siete por ciento (77%) por lo menos una vez realizó una compra en el año 2015 (en 2004 había sido solo el 49), el cincuenta y dos por ciento (52%) son compradores recurrentes (versus el 37 en 2014), treinta y seis por ciento (36%) de las compras se hacen a través de un dispositivo móvil como un celular o una tablet (64% desde laptop o PC), el noventa y siete por ciento (97%) se siente satisfecho con la compra realizada, y el ochenta y nueve por ciento (89%) elige esta modalidad de compra por comodidad.

Las formas de entrega más solicitadas son a domicilio, con el setenta y siete por ciento (77%).

Los números demuestran que el comercio electrónico avanza a pasos agigantados año a año. El crecimiento de 2014 fue del sesenta y un por ciento (61%) respecto de 2013, en el 2015 fue del casi setenta y un por ciento (71%) y en 2016 se prevé el sesenta y cuatro (64%).

El rubro que más exitoso es turismo, con el veintiocho por ciento (28%) de las transacciones. El de materiales de construcción y herramienta se lleva el cinco por ciento (5%) del total de todas las ventas realizadas por Internet en Argentina, un número para nada despreciable y que tiene tendencia a crecer. En rigor, su promedio de tasa de conversión es 0,93. La tasa de conversión mide la gente que visualiza un producto en función de la cantidad de gente que compra; 0,93 quiere decir que casi uno de cada cien de los que visualizan, termina convirtiéndose en un comprador.

Respecto de tasa de conversión, el rubro mejor posicionado es supermercados, puesto que los clientes entran solo cuando desean adquirir algo, cuando ya saben lo que quieren y están dispuestos a adquirirlo. El rubro con peor promedio es joyería: 0,33.



Sobre inversión publicitaria de las compañías en el comercio electrónico es del sesenta y cuatro por ciento (64%). A excepción de las grandes marcas, el resto de las compañías están apostando a este nuevo canal.

La distribución del comercio electrónico en el país:

- » Ciudad de Buenos Aires y su conurbano: 70%
- » Cuyo: 5%
- » Patagonia: 5%
- » NOA: 8%
- » La Pampa, Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe: 10%

Beneficios de una tienda en línea

- » Ubicuidad: geografía sin fronteras. Antes, los comercios se instalaban como local con un vendedor. Hoy, desde cualquier punto del país es posible vender a cualquier parte.
- » Tiempo: no hay vacaciones, no hay días feriados, se vende las 24 horas del día los 365 días del año.
- » Información: gran cantidad de información, el cliente puede ir directamente a lo que desea. Se suman más recursos también: informes, textos, audios, videos, tutoriales.
- » Condiciones de venta: precios normalizados.

ElectroTiendas

La principal tarea de *ElectroTiendas* es formar equipos, para que las ventas lleguen a buen puerto. La nueva plataforma se presenta como una forma segura para comprar, ofreciendo todos los reductores de riesgo que aumentan el nivel de confianza en el comprador, por ejemplo, con alternativas seguras de pago. Asimismo, se ocupará de generar visitas a la página con posicionamiento en las redes sociales. También asistencia en línea, aunque esta será tarea de los distribuidores. El objeto de *ElectroTiendas* es la conversión en ventas de todos los visitantes de las páginas web de todos los proveedores suscriptos. Es importante

destacas, en este sentido, que ningún eslabón de esta cadena pierde en esta ecuación, por eso, *ElectroTiendas* anima a los distribuidores de materiales eléctricos a sumarse a su proyecto.

Responsabilidades

Distribuidores:

- » Ampliación de stock de cada producto que se publica
- » Cargar los stocks en las plataformas
- » Atención de consultas y confección de presupuestos
- » Responder y operar las tiendas

Proveedores:

- » Generar tráfico de visitas, para alentar las ventas

Desarrolladores:

- » Desarrollo de las plataformas
- » Publicación de precios
- » Suscribir proveedores y colegas
- » Capacitar a los distribuidores
- » Monitorear todas las operaciones

Esto es *Electrotiendas*, tenemos nh que es la marca que hemos elegido como primera para tener algo que mostrarles nada más. Pero a partir de esta están las seis marcas disponibles. Y la idea es que en el fon haya un botón donde el cliente pueda hacer clic ahí y va directamente a la plataforma.

“nh.electrotiendas.com.ar”, esa es la plataforma, está activa y ya se puede ingresar y explorar, incluso desde los celulares. “Estamos armando comunidad”, reza el eslogan del nuevo emprendimiento, que se entiende también como una forma de desarrollar vínculos de confianza entre todos los actores del gremio eléctrico. ■