

11 cosas que no le perdonas a tu tienda online

Mercado Actual ha emitido un listado de los errores y prácticas que más penalizan los usuarios de comercio electrónico. Según este portal, exceder los plazos de entrega, no responder por la garantía o la ausencia de un teléfono de atención al cliente son algunos de los pecados capitales que pueden hacer que un cliente de comercio electrónico nunca vuelva a comprar en un determinado portal.

Según las estimaciones de Mercado Actual, solo 3% de los clientes satisfechos agradece públicamente un buen servicio,

Madrid, 04 de junio de 2013.- Mercado Actual (www.mercadoactual.es), el portal de informática e imagen y sonido, ha presentado hoy una lista de “11 cosas que no le perdonas a tu tienda online”. Con esta listado, los responsables de Mercado Actual han querido poner su experiencia de 15 años gestionando proyectos de comercio electrónico para advertir de aquellas prácticas que más molestan a los usuarios y que pueden provocar que nunca vuelvan a comprar en un determinado portal.

Según Rafael Torres, Director General de Mercado Actual , “Un error frecuente en las tiendas online es olvidar que el final de todo pedido puede ser el principio de otro. Cada pedido debe ser considerado como una inversión a futuro en ese cliente, como el mejor medio posible para demostrar y dar a conocer la calidad de nuestro servicio. No hay mejor herramienta de fidelización que conseguir que un usuario se sienta satisfecho con su experiencia de compra.”

Las “11 Cosas que no le perdonas a tu tienda online”

1) El plazo de entrega excede el estimado. Si se promete un plazo de entrega de 24 horas, el cliente espera que esa expectativa se cumpla. Es posible que la fecha de entrega del producto sea importante para el comprador, por ejemplo, porque es para un regalo o una celebración. El cliente preferirá siempre contar con un plazo más largo pero realista y, sobre todo, que se cumpla a uno demasiado optimista que no.

2) Rige una política de “desatención” al cliente. En toda compra por Internet hay un cierto componente de “tiro a ciegas”. Una vez se hace “clic” sobre el botón de “aceptar”, es inevitable que, hasta que le llegue su compra a casa, el cliente experimente una cierta incertidumbre, especialmente si es la primera vez que compra en ese sitio web. Un servicio de atención al cliente accesible y, sobre todo, rápido a la hora de atender dudas e incidencias es fundamental.

3) No hay un número de teléfono al que llamar. Para algunos clientes puede resultar irritante que la vía de comunicación con la tienda on-line sea exclusivamente por e-mail o, peor aún, vía formulario. Una excesiva virtualidad puede llegar a exasperar, sobre todo si se está intentando comunicar una incidencia. El teléfono es más ágil y, en todo caso, humaniza la relación, ya que siempre tranquiliza escuchar la voz y las explicaciones de otra persona al otro lado.

4) Los pasos para convertirse en cliente son interminables. A veces, los formularios de registro que los nuevos clientes deben cumplimentar antes de efectuar su primera compra son tan largos y farragosos, con montones de datos y procesos de verificación, que desaniman al más pintado. Sobre todo porque a veces las conexiones fallan y, después de pasar 15 o 20 minutos rellenando datos, te pueden dejar colgado a mitad de formulario, obligándote a volver a empezar.

5) “La culpa es de otro”. Desentenderse y no asumir la responsabilidad, incluso cuando no es directamente achacable a la tienda on-line, es algo que difícilmente perdonan los clientes. Es indiferente si el problema es que el producto salió defectuoso de fábrica, o si se deteriora durante el envío, o si directamente la empresa transportista lo pierde. En quien depositó su confianza el cliente fue en la tienda de comercio electrónico y es ésta la que debe responder ante cualquier problema.

6) No responde por sus errores. Errar es humano y, aunque las nuevas tecnologías han logrado reducir mucho los errores, a veces suceden. Pero el problema no es el error, sino la falta de respuesta ante el mismo. Cuando el cliente se siente desamparado no es cuando se produce una incidencia en su compra, sino cuando nadie se pone en contacto con él para ofrecerle una explicación y una solución, ya sea la devolución del dinero, un cambio del producto o una simple disculpa. Una incidencia bien resuelta puede hacer ganar un cliente para siempre.

7) Las formas de pago son rígidas. Las formas de pago son materia sensible para el usuario de comercio electrónico, ya que cada uno tiene sus preferencias y sus prioridades en materia de seguridad, pago de comisiones, etc. Lo idóneo es disponer de los principales sistemas de pago como tarjeta de crédito, Paypal transferencia, etc., y dejar que sea el cliente quien elija la que más le convenga.

8) No sabe de lo que habla. Muchos clientes que acceden a una tienda on-line, especialmente si se trata de un portal especializado, no buscan únicamente un lugar para comprar barato, también precisan de un cierto nivel de asesoramiento profesional. Si cuando trasladan sus preguntas y dudas acerca de los productos que le interesan no encuentran un interlocutor medianamente competente y con un mínimo de conocimientos sobre la materia, no confiarán en ese portal por muy buenos precios que ofrezca.

9) Cuesta mucho conseguir una factura. Algo tan sencillo como conseguir una factura se convierte en una verdadera complicación con algunas páginas. Que si llamar a un 902, que si pedirla vía formulario... Por alguna razón, una serie de trabas burocráticas se interponen entre el usuario y su factura, cuando lo normal sería que ésta se generara de manera automática.

10) Pone pegas cuando se trata de devolver el dinero. La Ley es muy clara en este aspecto. El cliente tiene 7 días para devolver el producto. Una vez devuelto, la tienda tiene que comprobar que el producto está en buen estado y con todos sus accesorios, y si todo está correcto hay que aceptar la devolución. Después de la recepción del producto, la tienda tiene 30 días para devolver el dinero, pero lo aconsejable, si se quiere conservar el cliente, es proceder a la devolución del dinero en menos de 48 horas.

11) Se desentiende de la garantía. Una vez el cliente ya tiene el producto en su poder, si hay un problema con el mismo durante los dos años que está vigente la garantía, es la empresa distribuidora la responsable de gestionarla. Al no tener un lugar físico al que acudir, el cliente necesita sentirse respaldado por su tienda de comercio electrónico a la hora de gestionar reparaciones, sustituciones y otras incidencias. Necesita de su ayuda y su intermediación con el fabricante.

Datos de contacto:

5cero2 Comunicación

Nota de prensa publicada en: [28028 Madrid](#)

Categorías: [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>