

Las tiendas online más baratas que las físicas

La sistemática de la compra de los consumidores ha ido cambiando a lo largo de la evolución tecnológica que nos rodea y que va facilitando la mejor compra online en muchos aspectos.

La propia comodidad de los usuarios de internet ha hecho efectiva la consolidación de los negocios online en vistas a unos objetivos comunes de vendedor y comprador haciendo mucho más claro el objetivo común de ahorro de tiempo y confianza en el producto obtenido.

Un poder de compra mucho más alto, con condiciones mucho más atractivas para poder generar promociones y calidad de servicios que actualmente se ha instalado como baluartes que ni las propias tiendas de proximidad pueden ofrecer.

La relación calidad-precio es constante y la sinergia con el consumidor final se ha conseguido a través de la atención al cliente 24 horas desde las propias webs online.

La sociedad empezó a modificar sus hábitos de compra son el denominado webrooming, la utilización de las webs en internet para buscar productos y saber de sus funciones, pero luego la compra la realizaban en una tienda física. Estudiar el motivo de esta decisión hizo evolucionar el mercado para conseguir que los consumidores compraran online con precios más barato que hacerlo en tiendas físicas, análisis que revelaron que la confianza era un valor prioritario para ello.

Hoy día el denominado showrooming ha calado entre los consumidores finales. El detalle del gran catálogo que disponen las webs de compra online, los detalles del funcionamiento y funcionalidad de los mismos y sus características actualizadas permanentemente ha hecho que el crecimiento en ventas online se multiplique considerablemente. Son muchas las tiendas que se han convertido en referentes de sectores tan potentes como el de los muebles, móviles, libros, electrodomésticos, etc basando su modelo de negocio tan sólo en el comercio online.

Los dispositivos son otra de las bazas que, con el profesionalismo con el que trabajan lo negocios online, hayan hecho avanzar y dar más facilidades a estos usuarios a hacer las compras con sus móviles, tablets, PCs con cualquier sistema operativo.

La inclusión de Apps, con servicio en los Smartphone, hace posible leer códigos de barras y poder comparar precios que una vez visto en las tiendas, siempre son mejorados en las tiendas de internet, al tener estas últimas mejores ofertas y promociones.

Con una disposición de costes y una organización de recursos humanos mucho más ajustada, en una tienda online que en un comercio tradicional, el objetivo de ofrecer precios más baratos, se consigue

de manera mucho más eficiente. Se genera, lo que en el comercio se llama el Discount (vender muchos productos al menor precios posible, consiguiendo mejores costos en las posteriores comprar por el volumen obtenido).

Ahorros en una tienda online:

- EL local
- Gastos fijos (luz, agua, impuestos municipales...)
- Seguros
- Alquileres
- Transportes para llegar al trabajo
- Coste del personal
- Servicios de limpieza
- Costos financieros mínimos ya que el cobro al consumidor final se hace inmediato
- Ahorro almacenes (Picking). No hay stock obsoleto ni escaparates que montar.

Beneficios para el cliente:

- Catálogo amplio
- Ficha técnica actualizada, mejor que una explicación de un vendedor, con videos demostrativos, incluso
- Acceder a la web a cualquier hora sin horarios preestablecidos como la tienda tradicional física
- Promociones permanentes
- Servicios de transportes rápidos y eficientes
- Atención al cliente 24 horas
- Los mejores precios del mercado ganados gracias a esos bajos costes de ahorros conseguidos.

Experimentar con una tienda online hace años, ha llevado a los consumidores a saber que comprar en ellas ya es otra manera más de conseguir su necesidad con toda garantía de éxito y de precios baratos sin hablar de una calidad acorde a lo demandado.

Uno de los últimos servicios de la tienda online es su modalidad "PREMIUM" que garantiza al cliente de ofertas y servicios de envío gratuitos por su fidelización. Marketing aplicado a estrategias de un negocio online que amplían sus ofertas gracias a promociones de 3*2 o campañas publicitarias en Adwords como herramienta para el beneficiario final que no es más que el propio usuario.

Datos de contacto:

Javier

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

Categorías: [Emprendedores](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>