

Energy Sistem consolida su estrategia de e-commerce durante la campaña navideña e incrementa sus ventas en el canal online

La marca de tecnología especializada en audio personal refuerza su plan de negocio mediante la combinación de una nueva web y la venta a través de e-tailers y marketplaces

La empresa de audio española, Energy Sistem cierra, un año más, su campaña de Black Friday y Cyber Monday superando los resultados del ejercicio anterior. En este sentido, la marca especializada en audio personal incrementó un 50% las ventas respecto al mismo periodo de 2017.

Energy Sistem fue, además, una de las marcas favoritas en el periodo navideño, presentando datos especialmente positivos a través de su ecommerce y market places, donde la compañía ingresó un 33% más que en 2017 entre noviembre y diciembre. Esto se traduce también en un aumento del 4,26% en el precio medio de la cesta de los clientes respecto al anterior ejercicio.

Fruto de su apuesta por la venta online, la marca ha renovado recientemente su ecommerce, con el objetivo de mejorar la experiencia de navegación del usuario a través de una web que resulta más intuitiva y accesible desde todo tipo de dispositivos.

Cabe destacar que, como especialistas en audio, los altavoces Bluetooth, las torres de sonido y los auriculares fueron los productos más adquiridos durante el periodo de campaña. En Amazon, Energy Music Box BZ3 fue el artículo con mayor presencia, seguido por la torre de sonido Energy Tower 5 Bluetooth.

Mientras que en las propias tiendas y el ecommerce de la marca los productos más demandados se centraron en la categoría True Wireless, siendo los productos más vendidos dentro de esta clasificación los altavoces Energy Fabric Box y los auriculares con tecnología True Wireless.

Una campaña que bate récords en España

El evento de Black Friday se ha consolidado como el gran evento comercial antes del periodo navideño. Según los datos de Avante Medios, los españoles se gastan 222 euros de media, mientras que son los mayores de 45 años los que más dinero invierten. Además, el análisis detalla que las ventas de artículos relacionados con la tecnología se incrementan en un 60% respecto al resto del año, y suponen un 39% de las compras totales de la campaña.

Tras el Black Friday, la siguiente fecha con más relevancia de ventas es el Cyber Monday: aumenta el gasto en un 58% frente a cualquier otro inicio de semana normal, según Google Trends. A pesar de ello, durante el Black Friday, la subida, con respecto a cualquier otro viernes es de un 74%.

"Estos datos muestran la importancia de realizar estrategias de comunicación durante toda la campaña para impactar a los usuarios. Además, los clientes están cada vez más predispuestos a realizar compras los días siguientes al Black Friday, lo cual debe servir a las empresas como referencia para preparar las campañas del próximo año", explica Noemi Climent, responsable de comunicación internacional en Energy Sistem.

Con el objetivo de atender mejor las necesidades de los clientes online y los incrementos del volumen de transacciones en fechas señaladas, Energy Sistem ha apostado por trabajar el comercio electrónico lanzando un nuevo ecommerce que le permita seguir mejorando la experiencia de compra online.

"Ahora, el proceso de compra es más sencillo e intuitivo, hemos mejorado la categorización de productos y las opciones para encontrar el producto que más se adapta a cada usuario. Además de invertir recursos en otros aspectos que pueden ser sensibles para el usuario como la velocidad de carga de los contenidos, ofrecer diferentes opciones de forma de pago, ventajas a nivel de gastos de envío o la navegación amigable a través de dispositivos móviles", señala Paula Ripoll, directora de Marketing en Energy Sistem.

No obstante, el éxito de Energy Sistem reside en una estrategia combinada de su propio e-commerce con marketplaces. "Estos últimos proporcionan una plataforma tecnológica que sirve de punto de encuentro entre compradores y vendedores. Actualmente llegan a sustituir al buscador: un 63% de los usuarios lo utilizan como fuente de información", afirma Ripoll.

Datos de contacto:

Comunicación Energy Sistem

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

Categorías: [Marketing Valencia](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>