

Ecommerce: ¿Cómo mejorar la experiencia del usuario en la compra en línea?

En la era digital actual, el comercio electrónico dejó de ser una opción para convertirse en una necesidad estratégica para las empresas que desean prosperar en el mercado global. Durante el 2023, según la Cámara de Comercio de Lima (CCL), un total de **15 millones** de personas realizaron compras por internet, que superaron los **US\$ 23 000 millones** de transacciones en línea. Ante ese avance, la digitalización hoy en día es una prioridad para los negocios de diferentes rubros que buscan ganar cada vez más clientes y crecer en el mercado digital.

MIRA TAMBIÉN:



24 de diciembre del 2024

CCL

economía circular

CCL presente en la “Séptima Plenaria de la Coalición Nacional de Economía Circular”

[Leer más](#)



23 de diciembre del 2024

Exportaciones peruanas

Idexcam

CCL: Exportaciones peruanas crecerían 11,40% en el 2024 superando los US\$ 72 000 millones

[Leer más](#)

De acuerdo con un estudio realizado por **Amazon Web Services**, los negocios de eCommerce podrían aumentar sus ventas hasta un **35 %** con una mejor experiencia de usuario. Asimismo, Fabiano Fração, Chief Revenue Officer & Partner de Azion Technologies, sostuvo que el **95 %** de los consumidores compran en función de cómo se sienten al adquirir un producto o servicio.

Entonces, en este escenario, la experiencia de usuario se presenta como un factor determinante para el éxito o fracaso de cualquier negocio en línea.

En ese sentido, **Nilo Alfaro**, Head of VTEX Perú, te brinda 5 elementos clave que influyen en la experiencia del usuario.

Atracción: Es fundamental tener claro los perfiles de clientes que se busca conseguir. Tener a la persona correcta en el sitio es el primer paso para una buena experiencia.



UX: Promover un proceso de compra sencillo es relevante. Los clientes en los canales digitales son menos indulgentes con las marcas, por ello el tiempo de carga no debe ser mayor a 3 segundos, ya que eso representaría una reducción de 40 % de visitantes al sitio. Por otro lado, contar con un árbol de categorías, información relevante en la ficha de producto y un buscador inteligente incrementará la probabilidad de que entre el 10 % o el 30 % de los usuarios agreguen productos al carrito de compras.

Métodos de pago y despacho: La implementación de métodos de pago rápidos, la reducción de pasos innecesarios, la opción de guardar información de pago y la variedad de opciones contribuyen a agilizar el proceso de compra.

Delivery y post venta: Entregar los productos en tiempo y forma es un desafío que sostiene la promesa de valor del eCommerce. Además, resolver cualquier problema posterior a la entrega hace sostenible el negocio y genera fidelización.

Navegación: Un diseño intuitivo y una estructura de navegación clara permiten a los usuarios encontrar fácilmente lo que buscan, reduciendo la fricción en el proceso de compra. Para

medir si la navegación es la correcta se puede elaborar mapas de calor y complementar con otras métricas, como el tiempo de permanencia en la página o la tasa de rebote.



Mejorar la experiencia del usuario en el comercio electrónico es esencial para destacar en un mercado cada vez más competitivo. Debes comprender las necesidades de tus clientes, optimizar la velocidad y usabilidad de tu sitio web, ofrecer opciones de pago seguras y envíos flexibles; con estas recomendaciones podrás potenciar tus **ventas** y fidelizar a tus clientes en el mundo digital.

LEER MÁS:

¿Qué productos compran más los peruanos y cuánto gastan en una compra por Internet?