

Black Friday 2021:

Retos, cambios y consejos que no debes perderte



En Black Friday 2020 se alcanzó un gasto global online de **270 mil millones de dolares**



¿Cómo será el Black Friday 2021?

Los hábitos de los consumidores han cambiado con la pandemia y a estas alturas ya no hay dudas sobre la importancia que tienen las ventas online en la campaña de Black Friday. De hecho el año pasado se alcanzaron cifras récord, con un gasto global online de 270 mil millones de dólares, lo que representa un **incremento del 36% con respecto al año anterior**.

En parte este incremento se debe a los increíbles esfuerzos que se hicieron desde marketing para intentar paliar la caída de las ventas en tiendas físicas. En 2020 la promoción de la campaña de Black Friday empezó antes que nunca. En cifras globales, las **notificaciones sobre Black Friday crecieron un 131%, los SMS un 171% y los emails un 13%**.

El 26 de noviembre será la fecha para Black Friday 2021. Pero seguramente muchas de las rebajas y promociones empiecen antes. ¿Está tu eCommerce preparado? No hay tiempo que perder: establecer tu estrategia, aumentar el número de canales online donde vendes, tener stock suficiente, mejorar el posicionamiento de tus best sellers, intentar reducir al máximo las devoluciones, etc.

Para ayudarte un poco en esta tarea, Channable ha recopilado retos, tendencias, cambios y consejos que podrás aplicar a tu estrategia, especialmente si trabajas en el sector de la moda y la electrónica. ¡Disfrútalos!

Vuelta al pasado

¿Qué pasó en Black Friday 2020?

Ahora vamos a poner el foco en lo que ocurrió el año pasado en España. Está claro que en los últimos años Black Friday ha cogido un gran impulso en nuestro país. Como demuestra la siguiente gráfica, cada vez son más las búsquedas en internet que contienen los términos Black Friday y Cyber Monday:

Evolución del volumen de búsquedas que contienen los términos Black Friday/Cyber Monday en España



Y continuando con este ritmo imparable, el año pasado se alcanzaron cifras récord. Los **pedidos online durante el Black Friday 2020 aumentaron un 27%** respecto al 2019. Además, la facturación media de los eCommerce españoles creció un 52,88% con respecto a la campaña de 2019.

Casi la mitad de los pedidos realizados en España se hicieron a través del móvil (47%), y el tiempo medio de permanencia en las páginas web fue de 5,5 minutos. En cuanto a la plataforma social, Facebook se corona como la más utilizada, puesto que acaparó el 83% del tráfico social y el 91% de los pedidos en redes sociales.

Además, las cestas aumentaron ligeramente su gasto, ascendiendo el tamaño medio de la cesta a 83,45 € (en 2019 fue de 77,16 €). Si analizamos las categorías líderes, la tecnología y el deporte lideraron las compras durante el Black Friday, ya que comprendieron el 30,7% y el 19% del gasto.

También merece la pena mencionar que los negocios que optaron por ofrecer servicios de recogida en tienda aumentaron sus ventas online un 19%.



Los pedidos online
durante el **Black Friday**
2020 aumentaron un **27%**
respecto al 2019.

Salto al futuro

¿Qué esperar de Black Friday 2021?

Este va a ser el primer Black Friday de la llamada “nueva normalidad”, así que es difícil hacer predicciones 100% fiables. Pero analizar los resultados conseguidos el año pasado pueden servirnos de guía para saber qué es lo que va a ocurrir el próximo Black Friday 2021.

Compras desde dispositivos móviles.

Como hemos mencionado anteriormente, casi la mitad de las compras en España se hicieron a través del teléfono móvil. Y muchos de los compradores tenían 60 años o más. Lo que pone de relieve que realizar las compras desde un dispositivo móvil es una tendencia que seguirá creciendo a lo largo de este año. Es importante crear una experiencia móvil optimizada.

Recogida en tienda.

Se estima que en las entregas a domicilio, en 6 de cada 10 incidencias el destinatario no está localizable. Ofrecer un servicio de recogida en tienda es más barato y además ofrece mayor comodidad al usuario, ya que puede pasar a recoger el paquete cuando pueda. Por eso muchos eCommerce ofrecerán esta opción en sus envíos de Black Friday.

No solo es un día.

No solo es un día. La experiencia de años anteriores nos dice que es mejor extender las fechas de nuestras ofertas, incluso una semana. Las tiendas Shopify experimentaron un incremento de las ventas en aquellos eCommerce que optaron por alargar sus promociones más allá del Black Friday.

Tecnología. El caballo ganador.

El teletrabajo y el confinamiento han puesto de relieve que la tecnología es un bien de primera necesidad. Esto hace presagiar que la tecnología tiene serias posibilidades de colocarse en primer lugar de ventas este Black Friday 2021, por encima del sector deporte y belleza.

Canales digitales más usados.

Una de las dudas que surgen en estas fechas es qué canales digitales utilizar para ofrecer tus productos. En Black Friday no puedes desaprovechar ninguna oportunidad para obtener visibilidad. En años anteriores el email marketing y las redes sociales han sido los canales digitales más usados. Así que no dudes en incluirlos en tu estrategia este año.

Retos, Cambios y Consejos

El eCommerce representa ahora el **28% del valor de las ventas de ropa y calzado** en todo el mundo



2020 ha tenido un impacto tremendo en el sector de la moda. La pandemia ha causado estragos. Pero ahora estamos en 2021 y es hora de mirar hacia adelante. Con las vacunas en marcha, poco a poco empezamos a reservar vacaciones, citas, cenas con amigos, etc. La gente quiere renovar su armario y hacer hueco a nuevas prendas.

Los siguientes retos, cambios y consejos te ayudarán a estar preparado y ofrecer la mejor experiencia de usuario a tus clientes.

Top 3 Retos

1. Adelanta a la competencia

Con el aumento de las ventas online, ahora compites a nivel global.

2. Canales online

Escoge los canales de marketing que te permitan alcanzar a tu audiencia.

3. Personalización

El marketing masivo es cosa del pasado. Utiliza tecnología e IA para ofrecer mensajes adaptados a cada audiencia y ofrecer contenidos customizados.

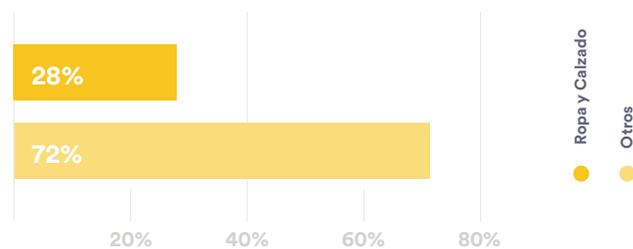
Top 3 Cambios

1. Vestimenta “Home Office”

Muchas marcas ya han adaptado sus campañas resaltando los artículos cómodos que mejor encajan con el trabajo desde casa. Muchas empresas planean seguir haciendo home office, así que la demanda de este tipo de prendas seguirá siendo tendencia.

2. Digitalización

Antes de la pandemia muchas empresas tenían el foco puesto en el eCommerce. Pero la pandemia ha acelerado el proceso. Según un estudio de Euromonitor International, el eCommerce representa ahora el 28% del valor de las ventas de ropa y calzado en todo el mundo.



Valor mundial eCommerce

Fuente: Euromonitor

3. Experiencia en tienda

Aunque la digitalización se está acelerando, la experiencia de compra en la tienda física no debe perderse de vista. Muchos usuarios realizan su búsqueda en internet pero luego finalizan la compra en la tienda. O al revés, muchas tiendas físicas se complementan con experiencias digitales, como las flagship stores. La gente se prueba la ropa pero luego la compra online.

#TopTendencias

Menos es más.

Si algo nos ha enseñado la pandemia es que no necesitamos tanta ropa, especialmente si se han fabricado en dudosas condiciones. La industria de la moda se encamina hacia una economía cada vez más circular. ‘Dale una segunda vida a tu ropa’ es la nueva norma.



3 Top consejos para 2021

Moda

1 Tu homepage es tu escaparate.

Tu homepage tiene que ser perfecta. Anuncia tus productos de la forma más atractiva posible. Utiliza fotos en diferentes ángulos, primeros planos y vídeos cortos con modelos. Así será más fácil para los consumidores imaginarse llevando esos artículos.

2 Devoluciones claras y flexibles.

Ofrecer una política de devoluciones clara y gratuita puede marcar la diferencia. Según Web Retailer, el 88% de los consumidores encuestados afirmaron que las devoluciones gratuitas son importantes o muy importantes en su decisión de compra. Las devoluciones de pago te pueden ayudar a ahorrar dinero pero pueden hacerte perder clientes.

3 Embajadores de marca

Tus clientes pueden ser tus mejores embajadores de marca, por eso deberían tener un papel importante en tu estrategia. Pídeles que etiqueten a tu marca en redes sociales cuando publiquen fotos con tus artículos, muestra opiniones de tus clientes en la web, etc. En otras palabras: deja que tus clientes sean quienes promocionen tu marca.

En 2024 el 47% de las ventas de electrónica se harán online.



Retos, Cambios y Consejos

Black Friday es históricamente conocido por ofrecer los mejores descuentos en electrónica y tecnología. Muchos usuarios esperan a Black Friday para comprar una nueva televisión u ordenador. En Black Friday 2021 seguiremos encontrando grandes descuentos en los productos más demandados, pero cada vez habrá más vendedores ofreciendo sus productos online.

Hay que recordar que bajar el precio siempre puede ayudarte a incentivar la venta, pero en marketing hay muchas otras cosas que debes tener en cuenta si quieres hacer que tus productos destaquen.

Top 3 Retos

1. Competencia online

Con tantos competidores vendiendo el mismo producto es fundamental que automatices tus anuncios en tantos canales como sea posible. ¡Encuentra a tu audiencia y dispara!

2. Imitaciones baratas

Vendedores chinos empiezan a crear y vender sus propias marcas y esto puede minar tus esfuerzos.

3. Lealtad de marca

Según un estudio de McKinsey, la lealtad de marca dentro de la industria de la electrónica es inferior al 20%. Esta cifra es muy baja, sobre todo teniendo en cuenta que la mayoría de marcas tech venden más de una categoría de producto.

Top 3 Cambios

1. Lanzamiento del 5G

Este año Apple y Samsung ya han empezado a comercializar móviles 5G. Las ventas de estos móviles han demostrado el interés que tiene los usuarios por el 5G, por lo que seguramente sea un artículo muy demandado en Black Friday.

2. Compras dispositivo móvil

En 2024 el 47% de las ventas de electrónica se harán online. La mayoría de estas compras se harán a través de un dispositivo móvil.

3. Fintech

El sector fintech parecía que tardaría años en materializarse, pero la pandemia ha adelantado su llegada.

#TopTendencias

El trabajo desde casa

El trabajo desde casa ha llegado para quedarse. Según Rick Kowalski, Director of Industry Analysis and Business Intelligence en Consumer Technology Association, la demanda de productos tech será la misma que los últimos meses de 2020. Cada trabajador necesita una buena equipación para hacer home office, por lo que los usuarios seguirán incrementando su gasto en productos electrónicos.



3 Top consejos para 2021

Electrónica

1 Evita carritos abandonados

Haz que tu tienda sea tan user-friendly como sea posible. La política de envío y devolución tiene que ser clara para evitar que los usuarios no finalicen la compra. El remarketing puede ser de ayuda para recuperar carritos abandonados.

2 Facebook Shops

Dale a tu marca la atención que necesita e impulsa tus ventas anunciando tus productos en [Facebook Shops](#) así como otras redes sociales.

3 Estrategia multicanal

Debes estar presente en marketplaces generalistas pero también en los especializados. Los marketplaces de nicho te ayudarán a alcanzar a un público más interesado en tus productos.

Contacto



support@channable.com



www.channable.es

Referencias

<https://www.salesforce.com/blog/cyber-week-digital-sales-grow/>

<http://www.platecma.com/los-resultados-del-black-friday-2020/>

<https://marketing4ecommerce.net/la-facturacion-de-los-ecommerce-espanoles-en-la-campana-de-black-friday-crecio-un-5288-respecto-a-2019/>

<https://www.shopify.es/blog/la-guia-de-marketing-para-black-friday-y-ciber-monday>