

ASALTO A LA **CYBER WEEK**

Datos y estrategias para poner
a punto tu eCommerce y mejorar
tus resultados



DOOFINDER®

3	Carta del CMO de Doofinder
4	El Black Friday en cifras
5	Cuál es el valor total de las ventas de Black Friday en España
6	Subidas y bajadas de precios durante el Black Friday
7	Tendencias de consumo en Black Friday
8	Cuáles son los sectores más demandados
8	Qué productos son los más populares
9	Formas de pago favoritas
10	Comportamiento de clientes durante la Cyber Week
11	Cuántas búsquedas se producen durante la Cyber Week
12	En qué momento del día se producen más búsquedas
13	Desktop vs. Móvil, cómo buscan tus clientes
14	Tasas de conversión durante la Cyber Week
15	Análisis de la tasa de conversión
16	7 Estrategias para mejorar la conversión
17	Cómo optimizar tu eCommerce
18	Consejos para vender más durante la Cyber Week
20	¿Por qué Doofinder?
21	Referencias

Carta de Llorenç Palomas, CMO de Doofinder

Estoy seguro de que en la década de 1950, en EE.UU., donde empezó el Black Friday, no se hacían una idea de la que estaban liando. A nada que veas las noticias ya te puedes imaginar el impacto que este día tiene en el comercio mundial cada año.

Por refrescar el dato, te recuerdo que se celebra el día después del Día de Acción de Gracias, que es el cuarto jueves de noviembre.

Así que si tienes un comercio o una tienda online, marca bien el cuarto viernes de noviembre en el calendario, si no lo has hecho ya.

Una fecha en la que ya todo el mundo espera encontrar descuentos significativos.

Como extensión al Black Friday está el Cyber Monday, que es el lunes justo después. Este empezó dedicado especialmente a ofertas exclusivas en eCommerce, pero dado el crecimiento de la venta online, ya no hay grandes diferencias.

Así que esta Cyber Week o ya casi "Cyber Month", porque las ofertas cada vez se preparan y se extienden durante más tiempo, representa una oportunidad única para aumentar las ventas de cualquier eCommerce.

El consumo se dispara y la gente se vuelve loca para realizar compras durante este período debido a los atractivos descuentos, lo que hace que sea fundamental para cualquier tienda online, preparar cuidadosamente sus webs.

Optimizar la experiencia de usuario y garantizar la disponibilidad del servicio para manejar la alta demanda.

Y por supuesto, tener un buscador avanzado se vuelve esencial para ofrecer una experiencia de búsqueda rápida y precisa, ayudando a cualquiera que se acerque a encontrar los productos que desean con facilidad y eficiencia.

Este eBook no es solo un documento de investigación que te mostrará la magnitud de lo que supone el Black Friday para el sector eCommerce, sino que también espero que te sirva de inspiración y guía para vestir tu tienda de gala de cara al próximo gran evento de este tipo.

¡Hazme un poco de caso y te irá brutal!

Llorenç Palomas

CMO en Doofinder



EL BLACK FRIDAY **EN CIFRAS**

Cuál es el valor total de las ventas de Black Friday en España

**2.000M€
de euros en España.**

Según los datos de los últimos años, las ventas durante el Black Friday y el Cyber Monday generan, de media, casi 2.000 millones de euros en España.

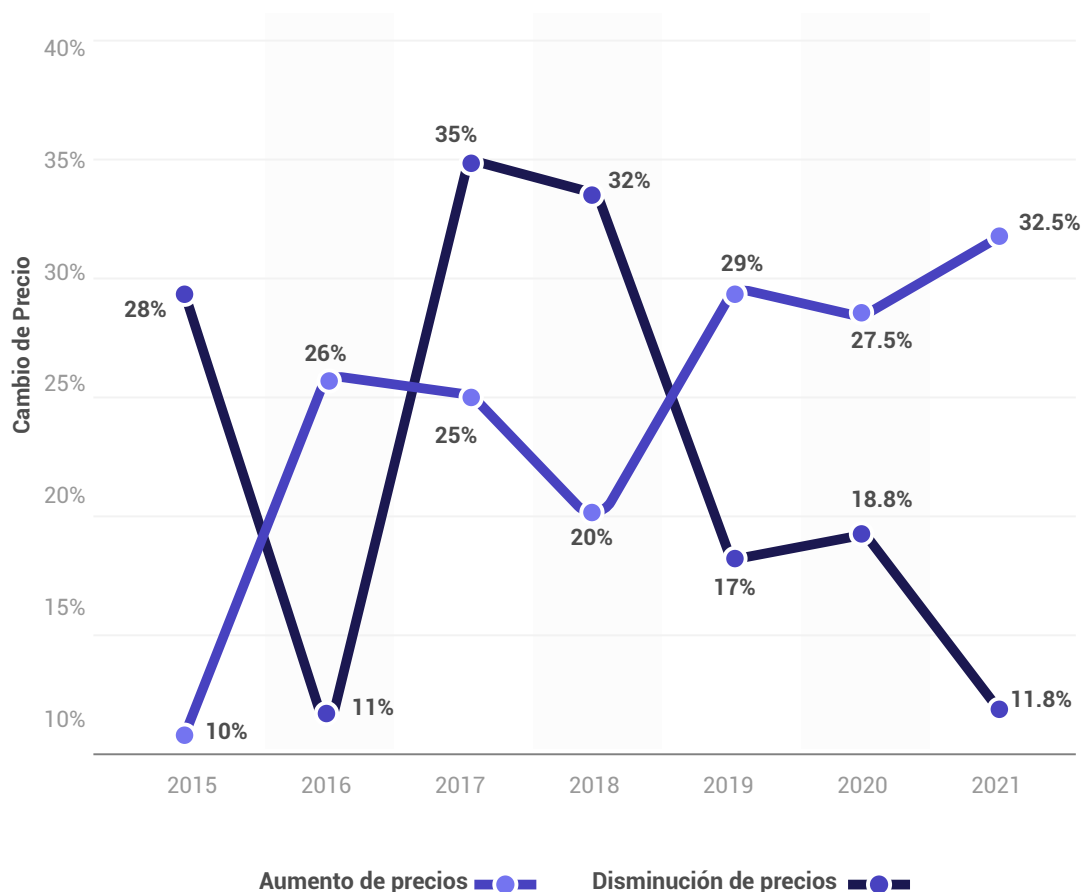
¿Sabías que...?

| El gasto promedio por cada cliente en España es de 215€.

España es el **5º país europeo con mayor gasto per cápita en estas fechas**. Liderado ese ranking está Reino Unido con 243€ de media, y a nivel global, España solo está 8€ por debajo de EE.UU. donde gastan 233€ de media.

Subidas y bajadas de precios durante el Black Friday

En España, podemos ver que durante los últimos años los descuentos de Black Friday a nivel general no están siendo tan comunes.



Durante 2021, el **32,5% de productos incrementaron su precio**, un aumento del 5% con respecto al año anterior.

Mientras que solo **hubo reducción de precios en el 11,8% de productos**, un 7% menos de descuento que en datos previos.

TENDENCIAS DE CONSUMO EN BLACK FRIDAY

Cuáles son los sectores más demandados

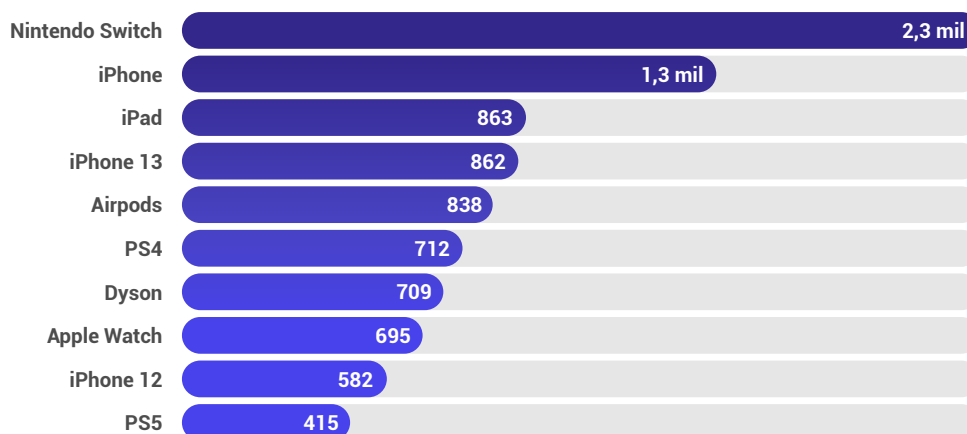
1. Moda	6. Cuidado a la infancia
2. Cuidado personal	7. Alimentación
3. Deportes	8. Mascotas
4. Juguetes	9. Hogar
5. Tecnología	10. Lujo

Los verticales que siguen concentrando mayor interés por parte de los clientes son el de **la moda, el cuidado personal y los deportes**, seguidos de los juguetes y los productos tecnológicos.

¿Sabías que...?

El 34% de consumidores aprovecha estos días para sus compras navideñas.

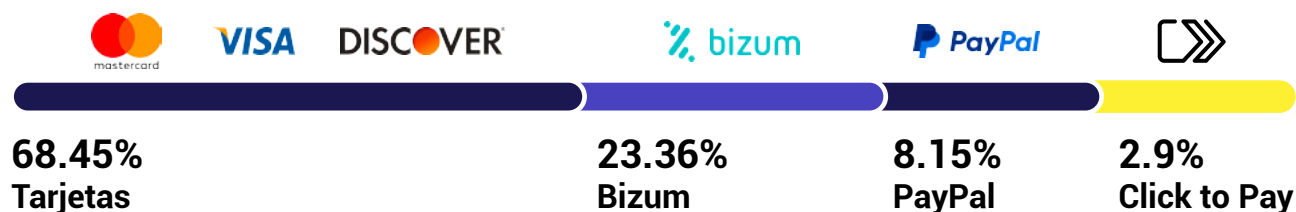
Qué productos son los más populares



Independientemente del sector, si nos fijamos en los productos estrella, **son los tecnológicos los que concentran mayor demanda.**

Formas de pago favoritas

El momento del pago es probablemente el más importante de la venta. Debes dar todas las **opciones y facilidades de pago** a tu alcance para que tu cliente compre.



Aunque ha descendido en los últimos años, la opción de pago preferida en España sigue siendo el **pago con tarjeta de crédito en el 68,45% de las ocasiones**.

La opción de pago por Bizum se extiende hasta el 23.37%, casi 1 de cada 4 transacciones.

+2.9%

El Click to Pay crece poco a poco hasta llegar al 2.9%. Un método muy útil para facilitar la compra a tus clientes recurrentes.

COMPORTAMIENTO DE CLIENTES DURANTE LA CYBER WEEK

Cuántas búsquedas se producen durante la Cyber Week

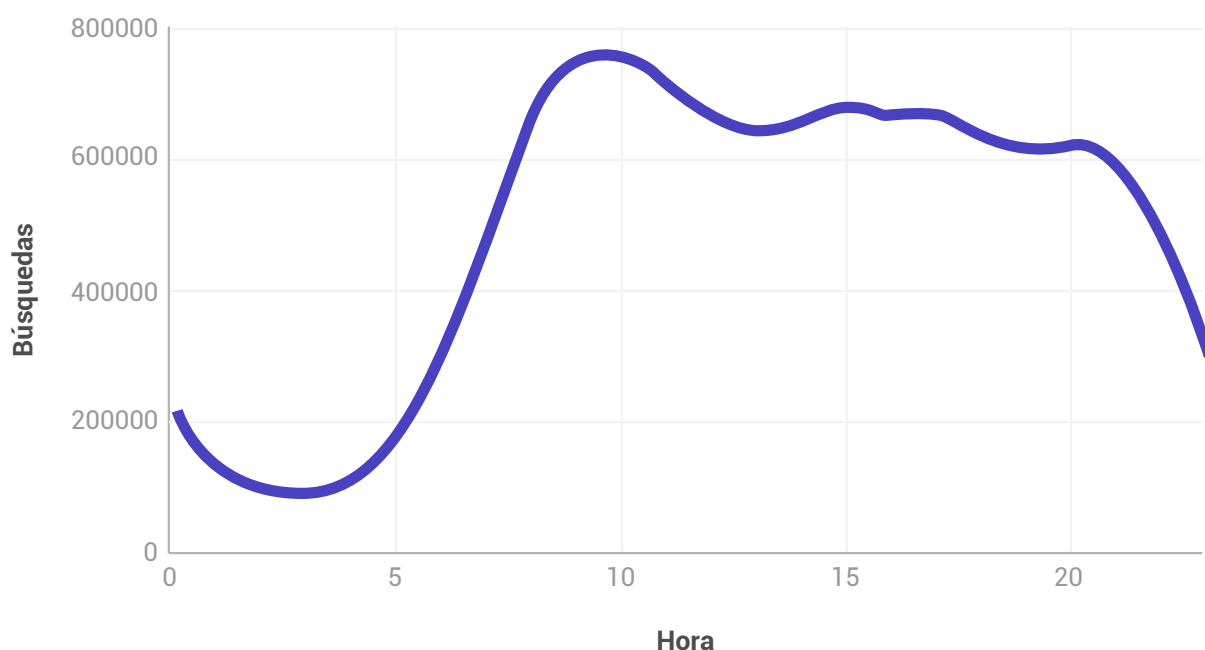
Día	Búsquedas
Black Friday - 25 de noviembre	11.680.513
Small Business Saturday - 26 de noviembre	7.644.479
Domingo - 27 de noviembre	8.680.360
Cyber Monday - 28 de noviembre	8.754.831
Día normal	6.018.957

Si durante un día normal del año, la cantidad de búsquedas media ronda los 6 millones, durante la Cyber Week se percibe un incremento que alcanza su pico en los **casi 12 millones de búsquedas**.

¿Sabías que...?

El incremento de búsquedas en estos días oscila entre un 27% durante el sábado y un 94% durante el mismo Black Friday.

En qué momento del día se producen más búsquedas



Aunque la búsqueda de productos se incrementa durante todo el día del Black Friday, la mayor actividad se produce entre las 8:00 de la mañana y las 20:00 de la tarde.

Las horas con un pico de mayor demanda son **entre las 9:00 AM y las 11:00 AM**.

¿Sabías que...?

El minuto de oro, con más número de búsquedas de productos, se produce a las 9:40 AM.

Desktop

25.030.723

Móvil

18.784.930

De momento, aunque la diferencia no es muy grande, la gente sigue prefiriendo buscar y descubrir productos desde el ordenador antes que con el dispositivo móvil.

El 57% de las búsquedas durante la Cyber Week se realizan en desktop y el 43% en móvil.



¿Quieres tener tu tienda online lista para el próximo Black Friday?

¡Prueba Doofinder! Nuestra tecnología de búsqueda avanzada puede ayudarte a aumentar la conversión y ofrecer a tus clientes una mejor experiencia de compra.

Prepárate para ponérselo fácil durante las fechas de mayor demanda.

Puedes ver cómo funciona con tus propios ojos - [Reserva una demo](#) y alguien de nuestro equipo te mostrará todas las características y ventajas de nuestro buscador. También verás cómo Doofinder se integra perfectamente con el diseño de tu tienda online.

Cuanto más esperes más tarde llegarás. Solicita una demostración hoy mismo y empieza a disfrutar de todo el potencial de un buscador avanzado en tu comercio electrónico con Doofinder.

TASAS DE CONVERSIÓN DURANTE LA CYBER WEEK

Análisis de la tasa de conversión

Día	Tasa de Conversión
Black Friday - 25 de noviembre	9.14%
Small Business Saturday - 26 de noviembre	7.11%
Domingo - 27 de noviembre	8.41%
Cyber Monday - 28 de noviembre	7.85%
Día normal	6.32%

Como es de esperar, la intención de compra de quienes visitan un eCommerce durante estas fechas es mayor.

Por lo que la conversión aumenta entre cerca de un 28% y un 44%, comparándola con un día normal. Así que cuanto más tráfico seas capaz de atraer, y más ágil sea el proceso de compra que ofreces, mayor será el éxito de tu campaña.

Con una conversión media del 9,14%, casi 1 de cada 10 búsquedas que se producen en tu tienda se concretará en venta.

7 Estrategias para mejorar la conversión

1. Ofrece resultados relevantes y destacados: asegúrate de que los resultados de búsqueda sean precisos y relevantes y destaca productos, descuentos y ofertas especiales.

2. Facilita el filtrado y ordenación efectiva de productos: proporciona opciones claras de filtrado y ordenación para que los usuarios puedan refinar los resultados según sus preferencias. Como categorías, precios, marcas o cualquier otro atributo relevante.

3. Muestra la disponibilidad de stock: durante la Cyber Week, la demanda puede ser alta, así que asegúrate de resaltar la disponibilidad de stock y cualquier límite de tiempo para aprovechar las ofertas.

4. Haz promociones personalizadas: utiliza datos de comportamiento del usuario como búsquedas previas o preferencias para ofrecer promociones y descuentos personalizados.

5. Facilita la compra: optimiza el proceso de compra y reduce la fricción al mínimo, poniendo fácil la búsqueda, añadir los productos al carrito y las formas de pago.

6. Haz retargeting y recordatorios: implementa estrategias de retargeting por email para atraer de vuelta a personas que, estando a punto de comprar, dejaron sus carritos abandonados.

7. Analiza las métricas: haz un seguimiento detallado de las métricas de conversión postbúsqueda, identifica los productos más populares para mejorar tus estrategias en tiempo real.

CÓMO OPTIMIZAR TU ECOMMERCE

Consejos para vender más durante la Cyber Week

La Cyber Week es una gran oportunidad, pero también un desafío.

Prepararte con antelación es esencial para maximizar las ventas y brindar una experiencia positiva a tus clientes.

Aquí tienes algunas estrategias clave:

Abastecimiento de inventario

Garantizar que haya suficiente inventario disponible para satisfacer la demanda durante la Cyber Week es vital.

Realiza un análisis detallado de las tendencias de compra pasadas para determinar qué productos tendrán mayor demanda.

El panel de control de Doofinder puede proporcionarte información muy valiosa sobre las preferencias de tus clientes.

Por tu parte, asegúrate de que los proveedores estén listos para cumplir con los pedidos y ten un plan de contingencia en caso de que ciertos productos se agoten rápidamente.

Optimización del sitio web

La experiencia del usuario es fundamental siempre.

Pero en épocas de alta demanda es crucial que el sitio web sea rápido, seguro y fácil de navegar.

La optimización de la velocidad de carga del sitio y la eliminación de cualquier obstáculo en el proceso de compra, son acciones que pueden mejorar significativamente la satisfacción del cliente y reducir las tasas de abandono del carrito.

¿Sabías que...?

El tiempo medio de respuesta de Doofinder en momentos de alta demanda es de 40 ms. (!)

(!)Para que te hagas una idea, un parpadeo dura entre 300 y 400 ms.

Ofertas y promociones atractivas

La Cyber Week es sinónimo de descuentos y promociones especiales.

Diseña ofertas atractivas que llamen la atención de tus clientes e incentiven la compra. Haz upselling, cross-selling, packs...

La personalización de las ofertas según los intereses y comportamientos de compra de los clientes aumentarán la efectividad de las campañas promocionales.

Comunicación y marketing

Una estrategia de marketing efectiva es clave para generar anticipación y aumentar la visibilidad.

Planificar campañas de email marketing, publicidad en redes sociales, campañas de búsqueda pagada y otras estrategias de comunicación para informar sobre las ofertas y promociones que estarán disponibles durante la temporada de compras.

No pierdas la oportunidad de adaptar tus mensajes y generar sensación de urgencia. La duración de las ofertas y las unidades se agotan. Comunícalo en tiempo real.

Además, Doofinder también te permite colocar banners para dar difusión a tus promociones en los lugares estratégicos de tu tienda online.

Optimización del buscador avanzado

Dado el aumento en el tráfico y las búsquedas durante la Cyber Week, el buscador avanzado juega un papel fundamental en la experiencia de compra.

Asegúrate de que tu buscador ofrezca resultados precisos y relevantes, y que entienda a tus clientes a pesar de que cometan errores ortográficos o hagan búsquedas ambiguas.

Las opciones de filtrar los resultados por precio, categoría o marca ayudarán a tus clientes a encontrar lo que buscan más rápidamente.

Todo esto es posible con Doofinder, incluso puedes configurar el buscador para dar más visibilidad a aquellos productos que a ti te interesa vender antes.

Sigue estos consejos y tendrás todo listo para la próxima Cyber Week.

¿Por qué Doofinder?

Si quieres incrementar las ventas de tu eCommerce todos los días del año, ¡prueba Doofinder! ¿Sabías que mejorando la búsqueda de tu sitio, **podrías aumentar las conversiones hasta un 20%**? Es cierto, [puedes informarte sobre ello](#).

Cuando tienes un buscador genérico, el **15% de tus clientes abandonan tu tienda con las manos vacías** porque no encontraron lo que buscaban. Eso son muchas ventas potenciales perdidas, imagina lo que supone en fechas como la Cyber Week.

Con Doofinder, puedes agilizar el proceso de búsqueda de tus clientes y **asegurarte de que encuentran lo que necesitan** en tu tienda.

Doofinder también te permite tomar **decisiones basadas en datos** y mostrar tus productos de forma estratégica para maximizar el rendimiento de tu tienda online.

Además, se **integra a la perfección con múltiples plataformas y sitios personalizados**, para que tengas la flexibilidad que necesitas.

¿Y lo mejor? No necesitas saber programar para utilizar Doofinder. Es **muy fácil de instalar y empezar a usar**, por lo que puedes disfrutar de esta potente herramienta ya mismo.

¿Por qué no la pruebas y ves los resultados con tus propios ojos?

Con Doofinder, aumentar las ventas de tu eCommerce es más sencillo de lo que creías.

Referencias

El análisis de los datos que aparecen en este eBook ha sido posible gracias al estudio de los hábitos de búsqueda, compra y descubrimiento de productos de los **más de 10.000 eCommerce que usan Doofinder en todo el mundo, además de los 175 millones de búsquedas que realizan sus clientes cada mes.**

También nos hemos apoyado en la información que comparten diferentes medios y estudios de referencia como son los que aporta Statista, AEOC, Money y Semrush.



DOOFINDER[®]

Powering results

www.doofinder.com

marketing@doofinder.com

+34 913185099