Nuevos hábitos de consumo que han llegado para quedarse

Las empresas deberán adaptarse a las nuevas demandas y hábitos de consumo de los usuarios para entrar más reforzados en la nueva normalidad.

Durante las últimas semanas, **la expresión 'nueva normalidad' se ha convertido en una de las más escuchadas.** La incertidumbre que genera esta etapa no solo se ciñe al ámbito personal, sino también al empresarial. La gran mayoría de los negocios ha visto cómo el COVID-19 les empujaba a adaptarse a las nuevas demandas del mercado, algo que deberán seguir haciendo. Así, **será primordial adelantarse a las necesidades de los consumidores y sus cambios de hábitos** en su consumo a la hora de comprar productos o contratar servicios.

Desde Easy Payment Gateway, agregador de servicios de pago y gestión de fraude español, aconsejan a las empresas implementar las medidas necesarias para conseguir adaptarse a la nueva normalidad y ofrecer la mejor experiencia de consumo a al cliente. "Aunque con mayor libertad que hasta ahora, esta nueva etapa va a seguir influenciada por las medidas de distanciamiento social. Los hábitos de compra adquiridos durante el confinamiento han llegado para quedarse", asegura Manuel Prieto, CEO de la compañía.

Por todo ello, y para conseguir satisfacer los nuevos hábitos de consumo y las necesidades de los clientes, el CEO de Easy Payment Gateway recomienda a las empresas españolas seguir estas cinco pautas:

- **Pon el foco en internet**. Según el Barómetro del COVID-19 elaborado por Kantar, casi la mitad de la población todavía no se siente cómoda saliendo a comprar ropa, productos electrónicos o yendo al cine. Esta es una de las razones por las que el **canal online seguirá teniendo gran valor para los negocios en la nueva normalidad**. “Ahora es, indudablemente, un buen momento para abrirse paso en internet. Según un estudio de nPeople, un 11% de los usuarios que han realizado compras online durante la cuarentena nunca antes lo había hecho. Muchos españoles han visto en internet una herramienta cómoda y que continuarán utilizando, aun con los establecimientos físicos abiertos”, afirma Manuel Prieto.

- **Diferénciate de la competencia**. El número de negocios en el mundo online es cada día mayor, lo que supone una fuerte competencia. Para evitar pasar desapercibidos y atraer clientes hasta nuestro ecommerce, **es necesario que tu empresa se diferencie de sus competidores**. La clave puede estar en una estética cuidada de la página web y las redes sociales o en apostar por la mejora de la experiencia de compra gracias a la omnicanalidad. Ahora más que nunca, las empresas deben potenciar la estrategia omnicanal y permitir al cliente que haga las gestiones como más le convenga: pedir online y pagar en tienda o comprar en tienda y devolver desde su casa. Desarrollar esta estrategia puede no resultar sencillo para muchos negocios, por eso, Easy Payment Gateway cuenta con un nuevo servicio de consultoría con el que pretenden ayudar a las empresas a adaptar su negocio a diferentes canales para mejorar la experiencia de compra del consumidor. “Tras escuchar y entender las necesidades de la empresa, elaboramos una estrategia adaptada a su tipo de negocio con el objetivo de dar respuesta a los procesos de compra que demanda su audiencia”, señala Manuel Prieto.

- **Apóyate en la tecnología**. En un negocio con presencia en internet es muy necesario contar con la ayuda que ofrece la tecnología, no solo en lo relacionado con el hosting y proveedor web, sino también en los pagos. En ese sentido, Easy Payment Gateway pone a disposición de las empresas su tecnología única, que permite reducir costes gracias a la creación de flujos en tiempo real sin necesidad de disponer de un equipo técnico. No solo eso, la gran variedad de métodos de pago que ofrece ayuda a mejorar la experiencia del cliente, y es que cerca del 50% de los compradores abandonan el carrito de compra si no encuentran un método de pago adaptado a sus necesidades. “Si conoces el target del comercio y ofreces las opciones de pago que el consumidor final demanda, es más

probable que encuentre un método más adaptado a sus necesidades y finalice el proceso de compra", asegura Manuel Prieto. Easy Payment Gateway tiene uno de los portfolios más extensos de soluciones de pagos, entre las que se incluyen sistemas para operadores telefónicos, sistemas de pago por enlace y SMS y una plataforma que contempla 240 métodos de pagos habilitados, de los cuales 190 son alternativos.

- **Gana visibilidad**. **Déjate ver llevando a cabo estrategias que consigan la ansiada conversión**. Por ejemplo, crear un blog con contenidos de interés relacionados con tu negocio, teniendo en cuenta el SEO para mejorar tu posicionamiento en los motores de búsqueda. Los anuncios en Google o páginas cuyo público sea acorde a tu producto o servicio también pueden ser un gran aliado. Por último, nunca debes olvidarte de las redes sociales. A través de posts orgánicos o promocionados (pudiendo segmentar su público objetivo por edad o situación geográfica) y con una imagen alineada a la de la empresa, Facebook, Twitter, Instagram o Pinterest son perfectas para llegar a más gente.

- **Fideliza a los clientes**. Como ocurre en los establecimientos físicos, en internet también es crucial fidelizar a cliente. Enviar descuentos para la próxima compra, una buena gestión de las incidencias o una atención personalizada contribuyen, sin duda, a esa fidelización. Los usuarios valoran mucho recibir respuestas y soluciones rápidas y sencillas a sus consultas, quejas y sugerencias. Igualmente, cuidar los detalles personalizando la compra con el nombre del cliente o enviarle un correo con un descuento u obsequio el día de su cumpleaños ayuda a construir una excelente imagen de marca y afianzar la relación con el cliente.

"Implementar medidas que ayuden a ganar visibilidad y a satisfacer las nuevas demandas y hábitos de consumo de los usuarios será fundamental no solo para que las empresas salgan adelante, sino para, incluso, salir más reforzados de esta situación", asegura Manuel Prieto CEO de Easy Payment Gateway.