[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en CDMX el 25/03/2024

# [Shopify explica qué es el Merchandising y algunas estrategias para implementarlo al vender en línea](http://www.notasdeprensa.es)

## Shopify, la plataforma líder de comercio electrónico en México y el mundo, sugiere las tres mejores estrategias para implementar un Merchandising en su estrategia de marketing

El comercio electrónico está creciendo a pasos agigantados, México encabeza la lista de países con mayor crecimiento de ventas online retail a nivel mundial, esta tendencia no parece detenerse. Según Americas Market Intelligence, el mercado de comercio electrónico en México tuvo un valor de 31,000 millones de dólares y 33% de crecimiento para 2026. La competencia en la venta en línea es cada vez mayor, por lo que las marcas necesitan captar la atención de los consumidores de la manera más eficaz posible. Para lograrlo deben aplicar diferentes estrategias de marketing, como el merchandising digital. Es por esto que Shopify, la plataforma de comercio electrónico número uno en México y el mundo brinda algunos consejos para implementarlo exitosamente al vender en línea. ¿Qué es merchandising digital?La aplicación de la marca a distintos productos (físicos y digitales). Está dirigido a crear auténticos fans. El merchandising como camisetas, peluches, carcasas de teléfonos, calcetines personalizados y sudaderas, puede convertir a clientes en embajadores de marca, así como generar ingresos adicionales para el negocio. Cuando está bien hecho, el merchandising hace que los fans se sientan conectados con lo que representa la marca. ¿Para qué sirve el merchandising digital? Captar la atención del cliente. Las técnicas de merchandising están dirigidas para llamar la atención del usuario sobre un producto determinado, ya sea por el lugar sobresaliente que ocupa en el e-commerce, por los colores que se utilizan o la forma de presentarlo. Facilitar el lanzamiento de un producto. El merchandising también cumple una función comunicativa, sobre todo en el lanzamiento de nuevos productos, ya que puede usarse para explicar a los usuarios los beneficios y ventajas que proporciona ese artículo. Influir en la decisión de compra. Las estrategias de merchandising influyen sobre muchas de las decisiones de compra que se toman en el punto de venta o el e-commerce. Por tanto, la ubicación, forma de presentación o el precio pueden terminar inclinando la balanza a favor de la compra. Las principales estrategias de merchandising digital son:El merchandising puede ser muy versátil. Además, puede convertirse en una fuente de ingresos constante a través de una tienda propia, en el catalizador de una colaboración con otra marca o simplemente en un detalle gratuito para celebrar a tus mejores clientes. Las estrategias principales: Personalizar las propuestas. Para que una estrategia de merchandising sea eficaz es necesario mostrar a cada cliente los productos que es más probable que compre. En un e-commerce se aplican técnicas de microsegmentación y minería de datos para proponer al usuario productos que se adapten a su perfil y comportamiento de compra. Se pueden mostrar, por ejemplo, los productos vistos recientemente o artículos complementarios a la compra que ha realizado. Destacar los productos más vendidos. Gran parte de las ventas de un e-commerce se producen en la primera página de una categoría, por lo que el orden en que se presentan los productos es esencial. Una estrategia de merchandising digital consiste en mostrar en esa primera página los productos estrella o más vendidos, los cuales pueden servir como gancho para que los clientes sigan comprando otros productos menos populares. Resaltar los productos novedosos. Otra estrategia de merchandising consiste en dar relevancia a los productos más recientes que se han incorporado al e-commerce y que los usuarios todavía no han visto. De hecho, es una táctica que funciona muy bien cuando se trata de artículos muy demandados o que siguen las nuevas tendencias. Integraciones para potencializar un merchandising.Existen algunas herramientas digitales que ayudan a mostrar de manera natural un merchadising, ya sea mostrándose en vídeos, promocionando directamente con publicaciones en redes sociales o incluyéndose en el concepto creativo de su próxima publicación (por ejemplo, el premio de un concurso). Al crear una tienda de merchandising en Shopify, se pueden vender con mayor facilidad los productos desde diferentes canales que se pueden integrar a una tienda online. Algunos canales para explorar son: Instagram: Herramienta ideal para retratar un merchandising en publicaciones e historias y crear una tienda de Instagram. YouTube: Una gran opción para utilizar este canal es incluir enlaces a los artículos en la descripción y las tarjetas de información de los vídeos, o una llamada a la acción al final del vídeo. TikTok: Una estrategia para explotar esta herramienta es buscar colaboraciones con creadores de TikTok para que creen contenido con su merchandising. Botón de compras: Se puede hacer que los productos o colecciones figuren en una web o en un blog aparte de la tienda de merchandising. Acerca de ShopifyShopify es la plataforma de eCommerce preferida por millones de negocios en todo el mundo, la cual cuenta con todas las funciones de comercio electrónico y punto de venta que se necesitan para comenzar, administrar y hacer crecer un negocio. Se puede disfrutar de una prueba gratis y disfrutar de Shopify durante 3 meses por un 1 $ al mes en planes seleccionados. Programas y costosShopify Starter: una gran opción para vender productos a través de aplicaciones de mensajería y redes sociales por tan solo $5 USD al mes. Basic: ideal para negocios que se inician en el ecommerce y que, de vez en cuando, venden en tienda física. Tiene un costo de $14 USD al mes. Shopify: ideal para negocios en crecimiento que venden online o en tienda física. Tiene un costo de $39 USD al mes. Advanced: ideal para negocios en expansión que necesitan informes avanzados. Tiene un costo de $299 USD al mes. Shopify Plus: la mejor plataforma de comercio para llegar a más clientes, convertir más pagos y escalar rápidamente.

**Datos de contacto:**

Alejandra Armenta

Project Manager

75754820

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/shopify-explica-que-es-el-merchandising-y](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce Digital

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)