[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 18/08/2016

# [Tendencia Mundial: Alto diseño en e-commerce](http://www.notasdeprensa.es)

## Descubre porqué AZAP Flores y Regalos tiene la mejor tecnología para e-commerce

En simples palabras, el ecommerce, o comercio electrónico en español, hace referencia al intercambio de bienes y servicios desde una plataforma web, dicho de otro modo, es poner una tienda online. Es sorprendente saber que esta forma de intercambiar bienes y servicios tenga prácticamente la misma antigüedad que Internet, en donde ya desde los 70 se aplicaba la terminología aunque haciendo referencia exclusivamente al intercambio y venta de datos electrónicos que prontamente adoptaron los bancos para finalmente masificarse tal y como lo conocemos en los años 90. Así el ecommerce que como ya bien dijimos, data del siglo pasado, hoy en día, gracias a la era digital y la gran cantidad de celulares, se ha hecho tan popular como la misma navegación por páginas web. Pero, ¿existe alguna explicación que justifique tal masificación? La respuesta no es tan compleja como se pensaría y hemos querido expresarlo en una frase que desglosaremos a lo largo de este artículo: “la compra online se traduce en la simplicidad de un proceso atractivo, seguro y cómodo para el cliente”. Hoy en día, no estar en Internet, más que un sinónimo de and #39;no existir and #39;, significa desperdiciar la oportunidad de generar un feedback directo con un gran número de compradores, de tal manera que siempre podemos estar al tanto de cuáles son sus requerimientos y preferencias; algo que sin duda no existiría si ese cliente no estuviera interesado o no supiera que el negocio existe, pero con toda seguridad podemos decir que el consumidor sí está comprando en Internet, gracias al estudio 2015 de AMIPCI (la Asociación Mexicana de Internet) que muestra cómo las ventas del año 2009 alcanzaron los $24.25 miles de millones de pesos mexicanos y se han ido incrementando año a año para dar un salto del 42% desde el 2013 al 2014 y del 32% del 2014 al 2015, lo que en números se traduce en ventas por $162.10 miles de millones de pesos mexicanos el año pasado; cifras que sin duda denotan un consumidor que día a día está optando por comprar en línea. ¿Una florería en Internet? Por supuesto, AZAP Flores y Regalos no podría estar presente en Guadalajara, Monterey, DF y mucho menos realizar envíos a los Estados Unidos de no ser por el comercio electrónico que, sin importar si el producto que ofreces es el último computador del mercado o las clásicas flores a domicilio, logra llegar a un número de personas que por falta de tiempo o distancia, probablemente no llegarían a la tienda física buscando enviar flores a domicilio. Estar en Internet no es suficiente Todo funciona de la misma forma que en una tienda física, por lo que sólo tener un terreno baldío no basta, hay que levantar la estructura, pintar el interior y decorarlo para lograr un ambiente agradable que haga que el cliente que toca a la puerta buscando un lindo regalo para hombre en la AZAP Flores y Regalos, se sienta en un lugar a gusto. Jeff Bezos dijo “nuestros clientes son como los invitados de una fiesta y nosotros somos los anfitriones”, probablemente un nombre así parezca el de un soñador o un publicista, pero este señor es nada más y nada menos que el fundador de Amazon, un hombre que sin lugar a dudas, ha demostrado que lo importante es el comprador y que por ello se debe entablar una relación entre ambos en la que éste viva una verdadera experiencia mediante la cual podamos transmitirle nuestro amor por lo que hacemos y de esa forma se deje de lado esa relación vacía que implica el mero intercambio de bienes. Pero, ¿Qué tiene que ver lo anterior con el diseño del sitio? Absolutamente todo, ya que el diseño será el encargado de lograr eso que parecía imposible hace unos años, vale decir, una relación a distancia que sea tan cercana como si estuvieras cara a cara con tu comprador. Es por lo anterior que en AZAP Flores y Regalos hemos decidido verdaderamente revolucionar el mercado de las flores a domicilio, agregando un plus a este rubro que quizás por temor a perder ese casi romanticismo clásico que una rosa puede transmitir, ha tomado mucho más tiempo en dar el salto y atreverse. Así, gracias a mucho esfuerzo, hemos logrado que nuestros clientes vivan esa experiencia que comienza desde el momento en que escriben AZAP en su buscador y que termina una vez que las flores han llegado a la puerta de la casa. Pero sin duda, la clave de esto ha sido construir un sitio intuitivo, ameno y fácil de utilizar por cualquiera, en cualquier momento y en dispositivo, de tal forma que el comprador podría, por ejemplo, estar en el autobús, ingresar al sitio desde su Smartphone, acceder a la categoría regalos a domicilio para hombres, realizar la orden y enviar un lindo presente sorpresa a su padre en pocos minutos. Nos hemos esforzado para ordenar todo muy bien; así, cuando entras rápidamente encontrarás lo que buscas; por ejemplo, puedes ir a la categoría hombres o mujeres o bien, buscar flores o canastas. Así no te mareas entre tantas opciones y el proceso es tan familiar como cuando vas al almacén y te diriges directamente a una góndola en particular. Los vendedores La amabilidad del personal sin duda que es un punto crucial ya que, fácilmente puede determinar el fracaso de un negocio, porque si el cliente se encuentra con un vendedor poco amable que tardó una eternidad en tomar el pedido, éste seguramente no regresará y además le contará a sus conocidos el mal rato que pasó. Por el contrario, si el vendedor era un apasionado por su trabajo, cada vez que el consumidor regrese querrá ser atendido exclusivamente por dicho vendedor. En Internet, la situación es muy similar, pero mucho más difícil por dos razones, parece completamente despersonalizado y el cliente tiene que tener la certeza de que el sitio es seguro. Por despersonalizado que parezca, pensamos que cuando éste está comprando en línea debemos lograr generar una relación de confianza entre la marca y el cliente que muchas veces tiende a ser más fuerte de la que podría lograrse de forma física y por ello hay dos aspectos que hemos cuidado muy bien: el soporte técnico en donde puede realizar todas las consultas necesarias sobre el servicio de compras y en segundo lugar, la seguridad del pago que, como sabemos que es un punto crucial y la mayor preocupación del usuario al momento de comprar según el informe 2015 del AMIPCI. Por ello nos hemos enfocado en poseer la certificación de paypal, el gigante de las transacciones en líneas, que nos acredita como una tienda seria. Pero además, hemos querido ir más allá y por lo mismo, contamos con una gran variedad de formas de pago que incluyen tarjetas de crédito internacionales como Mastercard, Visa Discover y American Express así como de débito; Santander, Banorte, Banamex y BBVA Bancomer. Una vez que se ha logrado todo lo anterior es momento de sacar el plato del horno y servirlo, pero para comer el apetitoso almuerzo es necesario tener cubiertos y un plato. Por ello es que es de vital importancia que and #39;el carrito and #39; funcione a la perfección y para eso existen un par de condiciones: Visible en todo el sitio: que se pueda observar en esa esquina sin importar en qué sección de la página se esté. Funcional: cada vez que un cliente haga clic en “agregar al carro”, el producto efectivamente debe ingresar al carro y que al quitarlo, se actualice el monto de la compra. Completar el proceso de compra de manera expedita: que se pueda escoger el método de pago y escoger la forma de envío de manera intuitiva sin tener que ingresar a una pestaña para el envío, otra para ingresar los datos, otra para la dirección, etc. ¡Rápido! Como ya lo hemos mencionado en reiteradas ocasiones, uno de los pilares que sustentan el éxito del ecommerce es la comodidad que, claramente implica no tener que ir a la tienda cuando no se tiene tiempo o cuando el cliente por ejemplo, quiera dar todo su apoyo enviando flores al hospital a ese amigo que se recupera de una cirugía. No tener tiempo va de la mano de la necesidad de que el pedido llegue pronto. Algo que sin duda hemos cuidado tan bien como florería en el DF, Guadalajara, Monterey y todas las ciudades en las que repartimos, cuidando de la logística con tal dedicación, que podemos garantizar en casi todas las ciudades de México la entrega dentro del mismo día de los pedidos ordenados antes de las 14hrs. Estamos orgullosos de que nuestros clientes nos prefieran de tal forma que además de darnos la oportunidad de ayudarlos en la elección de un presente para una persona especial, nos permitan también estar presente en ese 10% que representa la categoría flores tarjetas y felicitaciones dentro del universo de las ventas ecommerce de México. AZAP Flores y Regalos www.azapflores.com

**Datos de contacto:**

Luis Mendienta Castrejo

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/tendencia-mundial-alto-diseno-en-e-commerce\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Logística E-Commerce Consumo

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

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