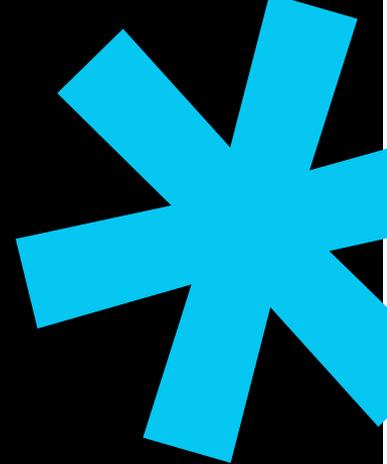




caace



eCommerce en Argentina



**Tips para llevar
tu marca online
al siguiente nivel**



Vanesa Gambirazio

Fundadora de **ID4you Digital Agency**

Miembro de Comisión de Directiva en **CACE
60 eventos** Cybers y Hotsales **en Latam**

Docente en **E-commerce institute** y **UCA**

Inclusión y educación en **Semillero digital**

Creadora de iniciativa **#cuidalaslolas**

Mamá full time.

Sobre CACE

Somos una
comunidad



+2000 socios

heterogénea

& colaborativa



GRUPOS DE
TRABAJO



EVENTOS
PRESENCIALES



CAPACITACIONES



¡Y MUCHO MÁS!

Somos **más** de
2000
SOCIOS
en
toda Argentina



caace



Te ayuda a
potenciar
tu marca



Conocé
más sobre
cace
y sumate
a ser parte



eCommerce en Argentina

En el transcurso del primer semestre de 2024, el comercio en línea registró una facturación de **8.555.918** millones de pesos

\$ 8.555.918
MID 2024 | Millones de pesos

(Ocho billones quinientos cincuenta y cinco mil novecientos dieciocho millones sesenta y ocho mil quinientos sesenta y dos)



Facturación

\$631.788	\$1.520.000	\$1.090.488	\$2.846.000	\$2.459.030	\$7.829.000
MID 2021	Anual 2021	MID 2022	Anual 2022	MID 2023	Anual 2023

Mientras que se contabilizaron **137.2 millones de unidades vendidas**.
El ticket promedio por orden se situó en **83.256 pesos**

Principales indicadores de oferta Estudio MID 2024



Durante el primer semestre de 2024, el canal aumentó su participación en el total de las ventas

Peso promedio del canal online sobre total de ventas



5 de cada 10 empresas considera que el canal Online creció por encima o de forma igual que el canal Físico

Percepción del crecimiento del canal online*



*En MID 24 la pregunta se modifica y se agrega la opción de "No Sabe"

C1. ¿Cuál fue el peso del canal de venta online sobre el total de tus ventas durante el primer semestre de 2024?

C2. En este semestre y en comparativa con el 1er semestre de 2024, teniendo en cuenta la facturación del canal online y la facturación del canal físico, dirías que...

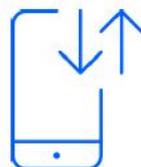
7 de cada 10 sesiones se siguen generando desde dispositivos móviles mientras que 6 de cada 10 compras se generan desde estos dispositivos.

Tráfico y Órdenes de compra por dispositivo



73%
del tráfico
MID 2024

Anual 2023	84%
MID 2023	74%
Anual 2022	84%
MID 2022	74%
Anual 2021	83%
MID 2021	74%
Anual 2020	82%
MID 2020	76%



63%
de las compras
MID 2024

Anual 2023	70%
MID 2023	59%
Anual 2022	70%
MID 2022	58%
Anual 2021	67%
MID 2021	54%
Anual 2020	69%
MID 2020	55%

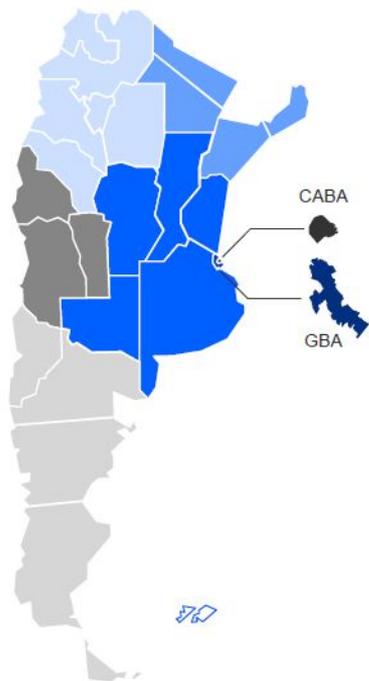


**Compra
Mobile**

81%
(82% en
MID23)
De las compras
entre players
con mayor facturación

Base: 137 respuestas

Participación de compradores Online según Regiones



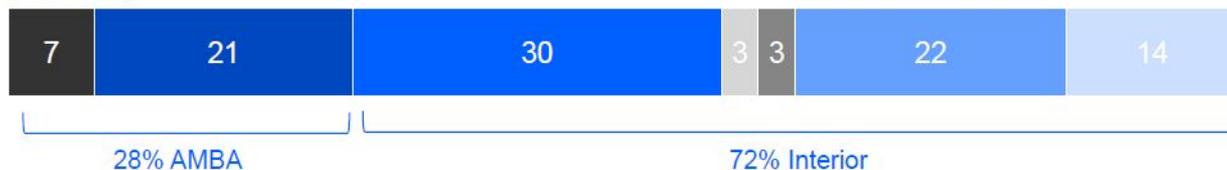
De los argentinos que compraron por primera vez en 2024...

(6% en 2024)



De los argentinos compraron por primera vez en 2023...

(8% en 2023)



■ CABA ■ GBA ■ Centro ■ Patagonia ■ Cuyo ■ Noreste ■ Noroeste

Base: 61 casos

Durante el primer semestre de 2024, el 6% de los argentinos ingresaron al canal online por primera vez, registrando una variación de -2pp. en comparación con el mismo semestre de 2023

Compra online | Datos en %



6%

de los argentinos compraron por primera vez 2024

2023 | 8%

2022 | 5%

+ CABA

+ 18-34 años



9 de cada 10

Argentinos ya compraron online alguna vez

2023 | 9 de cada 10

2022 | 9 de cada 10



Participación de los rangos 35-44

Base: 1008 casos



“ 9 de cada 10
argentinos ya
compraron online
alguna vez

Estudio Mid Term 2024

**¿Cómo son hoy los
compradores de
ecommerce en
Argentina?**

LOS NUEVOS CONSUMIDORES DIGITALES



MÁS EXIGENTES



HIPERCONECTADOS



**SENSIBLES AL PRECIO
Y A LAS OFERTAS**



**INTERACTÚAN EN
REDES SOCIALES**



**CONCIENCIA
SOCIAL Y
AMBIENTAL**



**VALORAN LA
SEGURIDAD**



INFORMADOS

TRENDS USUARIOS EVENTOS 2024

CONSUMIDORES ESTRATÉGICOS

Los consumidores se preparan para aprovechar los eventos. Son conscientes, analíticos y estratégicos con sus decisiones de compra.



SATISFACCIÓN YA

La gratificación instantánea se ha convertido en una prioridad para los consumidores.



TODO PARA SENTIRSE BIEN

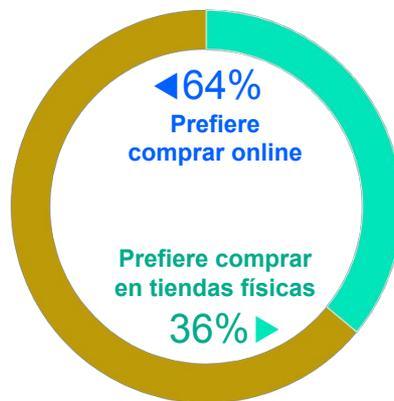
La compra online busca satisfacer la necesidad de sentirse bien o darse un gusto especial.

Búsqueda de bienestar personal y confort en el hogar

64% Compra Online

Los que compraron
online en los últimos
6 meses...

36% Compra en Tiendas físicas



Base Aquellos que mencionaron preferir comprar online y/o en tiendas físicas: 733.



Base preferencia compra online: 472

Base preferencia en tienda física: 261

¿Qué pasa en un CyberMonday?



**CYBER
MONDAY[®]
.COM.AR**

Una iniciativa de CACE

4 AL 6 NOVIEMBRE

ENTRÁ EN

**CYBER
MONDAY[®]
.COM.AR**

**YA FUE,
LO COMPRO!**





¡DALE! ¡ESTAMOS EN CYBERMONDAY!



TOP DE ARTÍCULOS MÁS BUSCADOS



**AIRE
ACONDICIONADO**



CELULARES



ZAPATILLAS



HELADERAS



VENTILADORES





4 AL 6 DE NOVIEMBRE
2024

- * **+1000 MARCAS PARTICIPANTES**
- * **CASI 7 MILLONES DE USUARIOS VISITARON LA PÁGINA OFICIAL**
- * **5.5 MILLONES DE ÓRDENES DE COMPRA (34% MÁS QUE EL AÑO PASADO)**
- * **MÁS DE 10,5 MILLONES DE PRODUCTOS VENDIDOS (35% MÁS QUE EL AÑO PASADO)**

Potenciar tu negocio

cace

📌 ¿Cómo crecer
en eCommerce?

**Cada parte
importa...**



Unificar experiencias

Entre todos los canales: físico y digital, pero también en los físicos o digitales entre sí.

Dar una **buena experiencia**, sin saltos ni cambios entre los canales genera **mayor confianza** y más **predisposición** a la compra.

Hablar en todos los canales de la misma manera.

MIX DE CONTENIDOS

Tener un balance entre contenidos orgánicos educativos o aspiracionales y contenidos de venta es fundamental para construcción de comunidad y aumento de ventas a clientes “ya educados”



CONOCE A TU AUDIENCIA

Planificá el mejor contenido según el tipo de target y canal

TIP

Los memes funcionan genial en Instagram, mientras que los videos mejor en Tik Tok



VIDEOS DE UNBOXING

Unboxings de productos la rompen comparado con foto producto.

Aumentan el interés y las conversiones.



BACKSTAGE

cubrir y publicar el detrás de escena



ACCIONES CON INFLUENCERS

Micro influencers también vale

Sumar influencers para amplificar los mensajes.

Los micro influencers pueden servir para un segmento más enfocado y dirigido, pueden realizar colaboraciones.

Social Selling

El marketing conversacional cada vez tiene **más impacto**.

Es parte de ofrecer experiencias más personalizadas, con menos fricciones, comprando desde una charla, por ejemplo, en Whatsapp.

Marketing Automation

Todo lo que se pueda automatizar, automatízalo.

Para **ahorrarte trabajo**, pero también para darle **respuestas más rápidas a los usuarios** y evitar que duden o salgan del proceso de compra.



VELOCIDAD DE RESPUESTA

Establecé un protocolo de atención rápida.

La atención al cliente en buen tiempo es fundamental en época de eventos para **aumentar conversiones.**



MÉTRICAS Y ANÁLISIS DE TUS RESULTADOS

Analiza las métricas y reportes de los contenidos.

Esto te ayudará a entender qué estrategias funcionan mejor y a optimizar tus esfuerzos en el futuro.



La última milla...

La **logística es vital** en un eCommerce, y la de corto alcance, más. **Entregas ágiles**, en minutos, hacen que los usuarios estén más dispuestos a comprar y hacerlo más seguido.

Usá los datos

Si estás en internet con tu negocio, ya tenés un montón de información sobre tus usuarios y su comportamiento. **Aprovechar esa información para tomar mejores decisiones**, es un factor clave para **impulsar el negocio**.

Ultrapersonalización

Con el **uso inteligente de los datos**, podés conocer más y mejor a tu público. Si les ofrecés una **experiencias más personalizadas** esa persona se va a sentir única y con eso lograrás fidelizarla.

Inteligencia Artificial

Es un **aliado para tus equipos**. No solo permite crear mejores soluciones para tus clientes, sino que **puede funcionar como un miembro** más del equipo.

Hay miles de opciones disponibles, muchas incluso gratuitas.

La **experimentación** es
la clave para impulsar
tu negocio.

25 años cace



¿Querés que te
contactemos desde
CACE para
ser parte?



25 años **cace**
impulsando la economía digital

¡Gracias!

@vaneid



www.cace.org.ar