



Guía de comercio electrónico 2022

Encuentra todas las fechas clave, así como información práctica y consejos para preparar tu tienda para todos los eventos destacados del comercio electrónico de 2022.



| Editorial

Cada año, ponemos a tu disposición el calendario de comercio electrónico. Un resumen de los eventos más destacados del año que no te puedes perder. En esta versión 2022, encontrarás todas las fechas clave para la gestión de tu tienda en línea a lo largo del año, así como información práctica para ayudarte a preparar. Rebajas, click & collect, pago a plazos, Black Week, etc.

¡No pierdas ninguna oportunidad de aumentar tus ventas en 2022!

1er trimestre 2022

Eventos

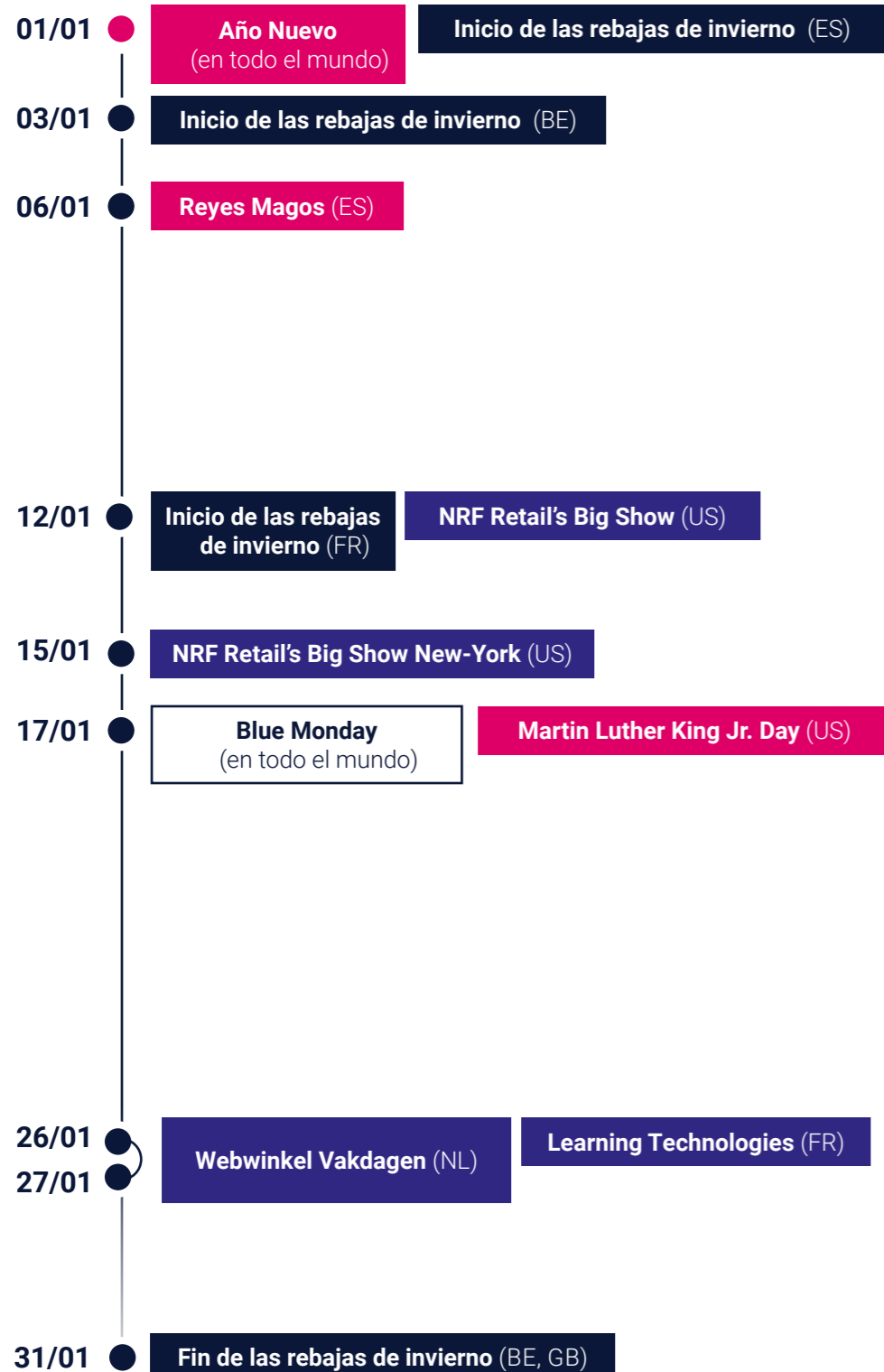
Ferias comerciales

Marketing

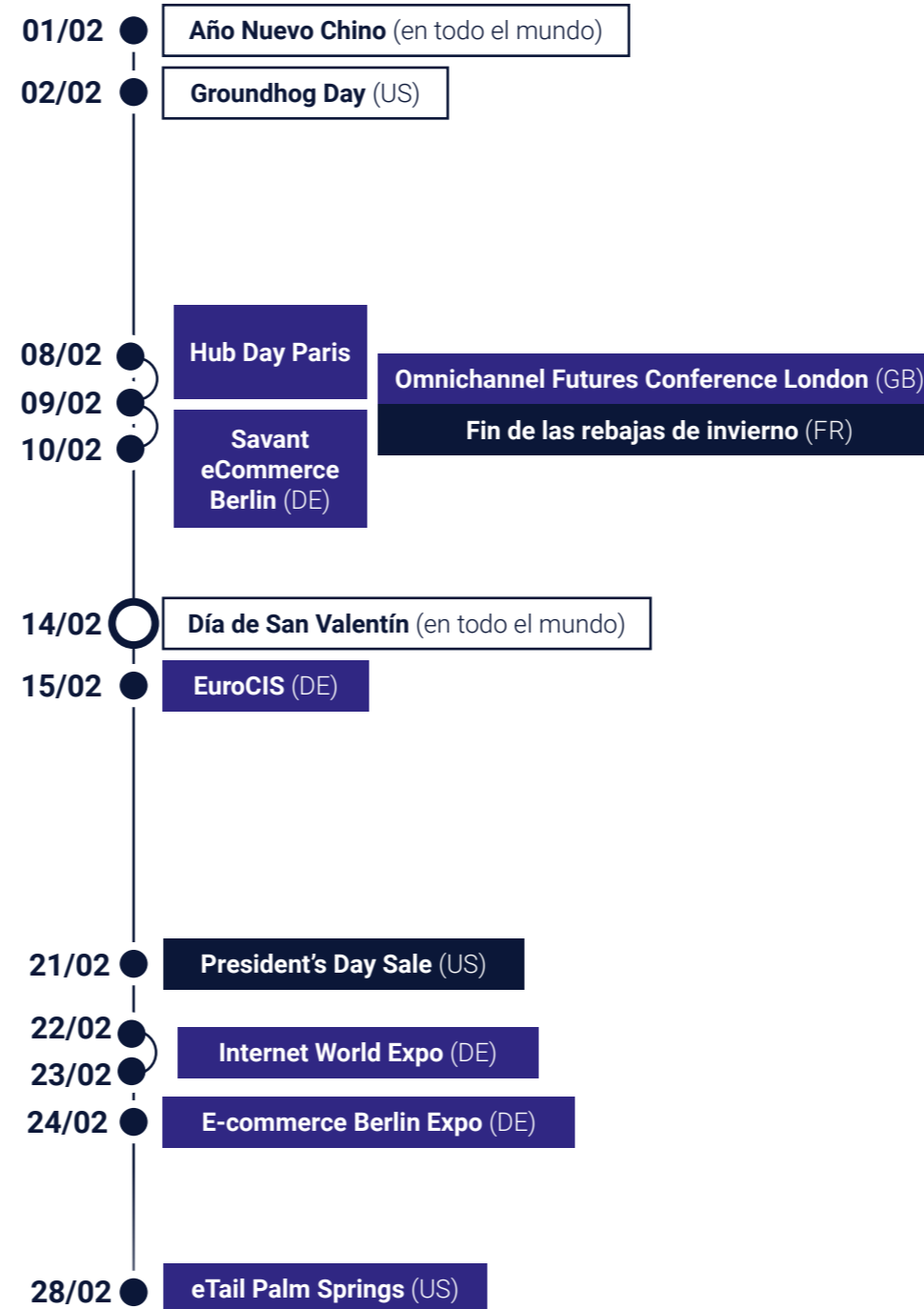
Días festivos

FR: Francia / BE: Bélgica / US: Estados Unidos / ES: España / IT: Italia / PT: Portugal / GB: Reino Unido / NL: Países Bajos / DE: Alemania / MX: México / IN: India / PL: Polonia / CN: China

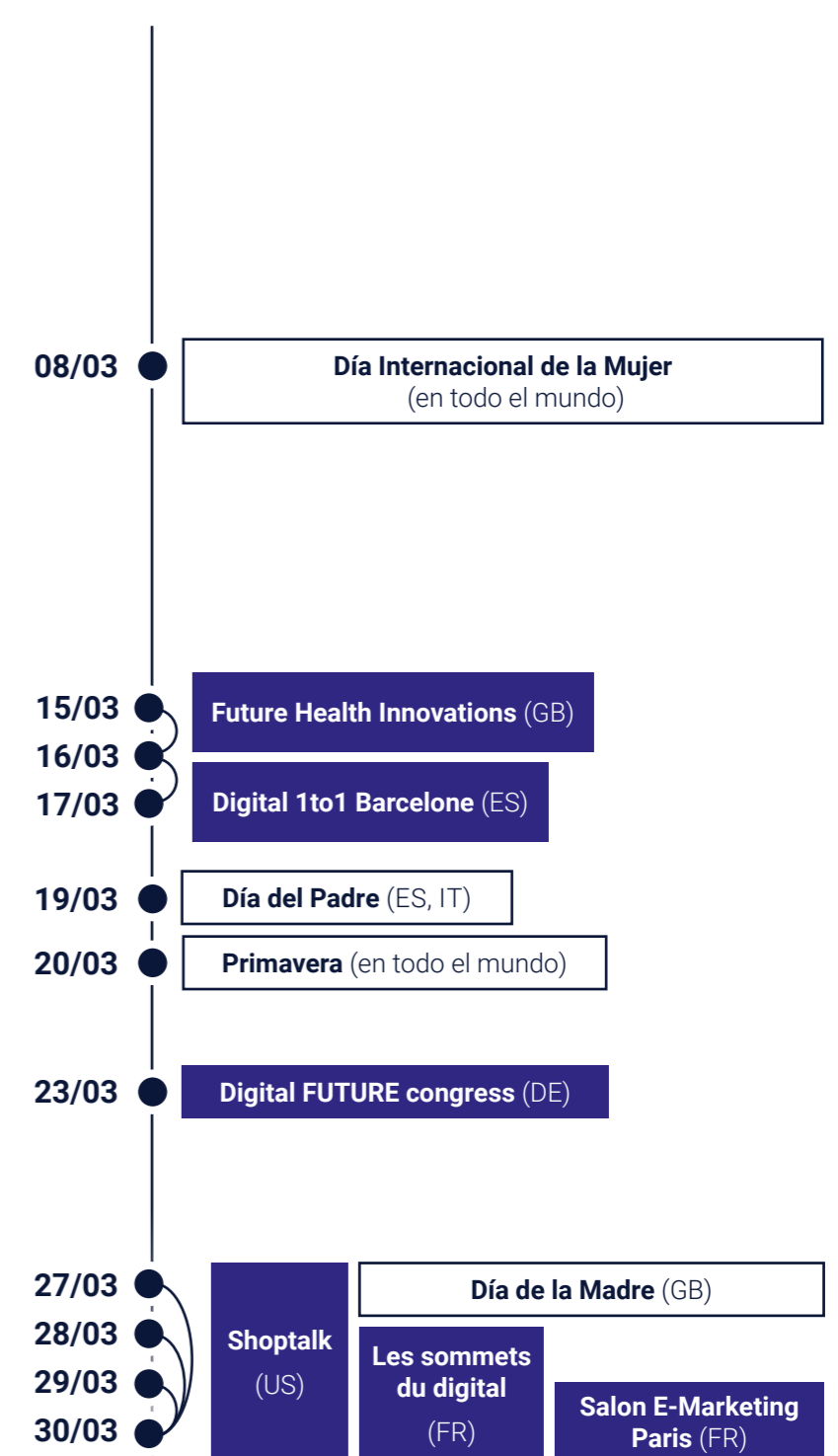
ENERO



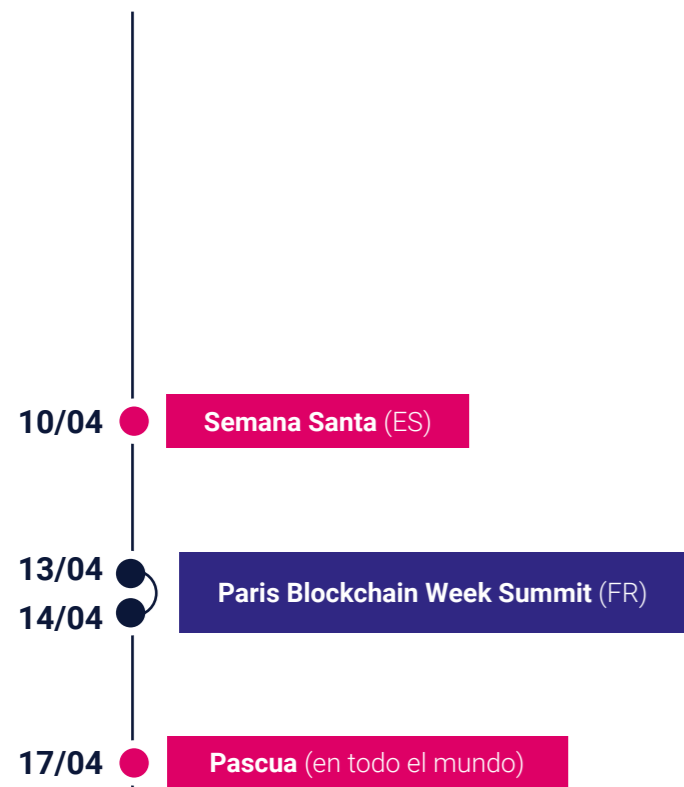
FEBRERO



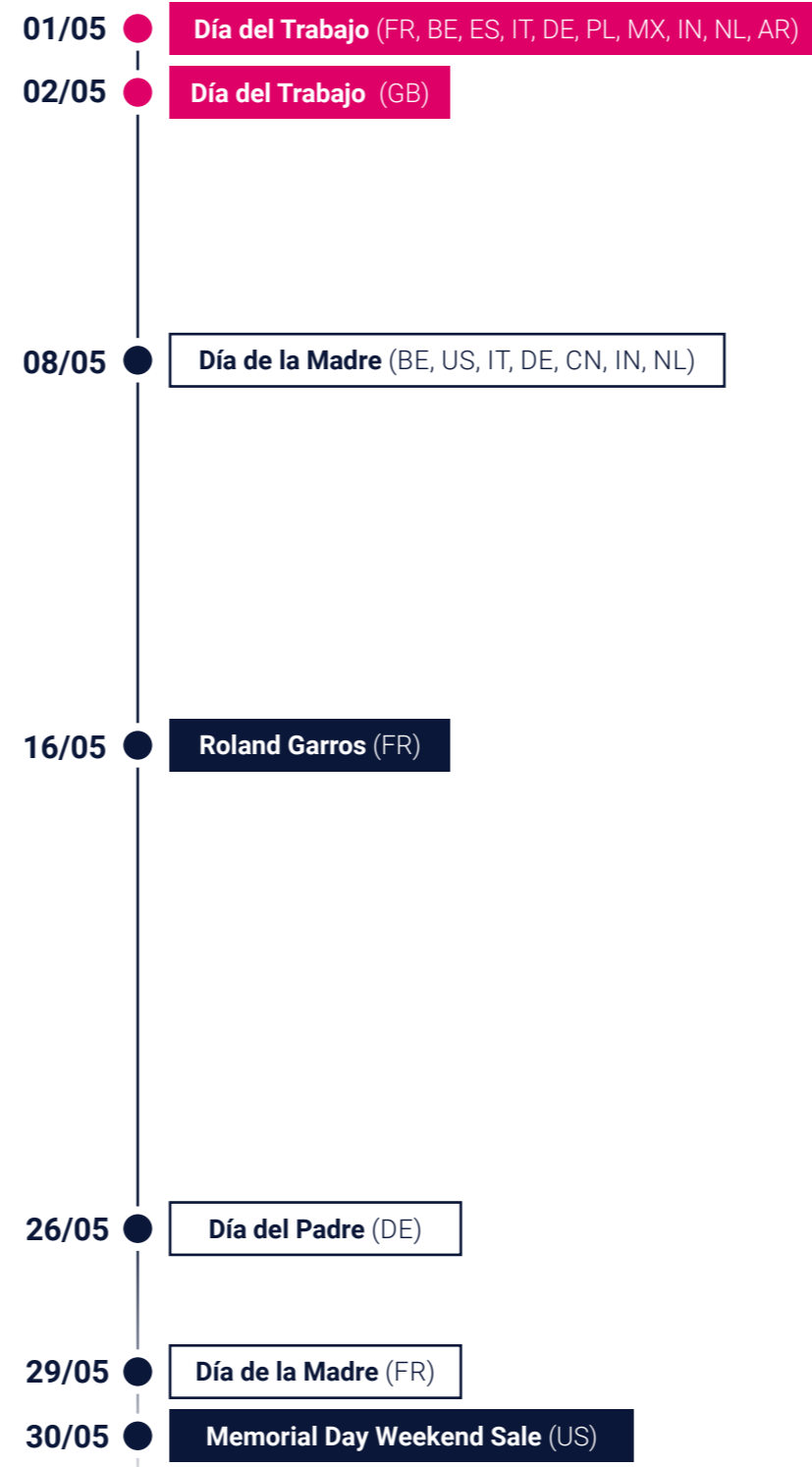
MARZO



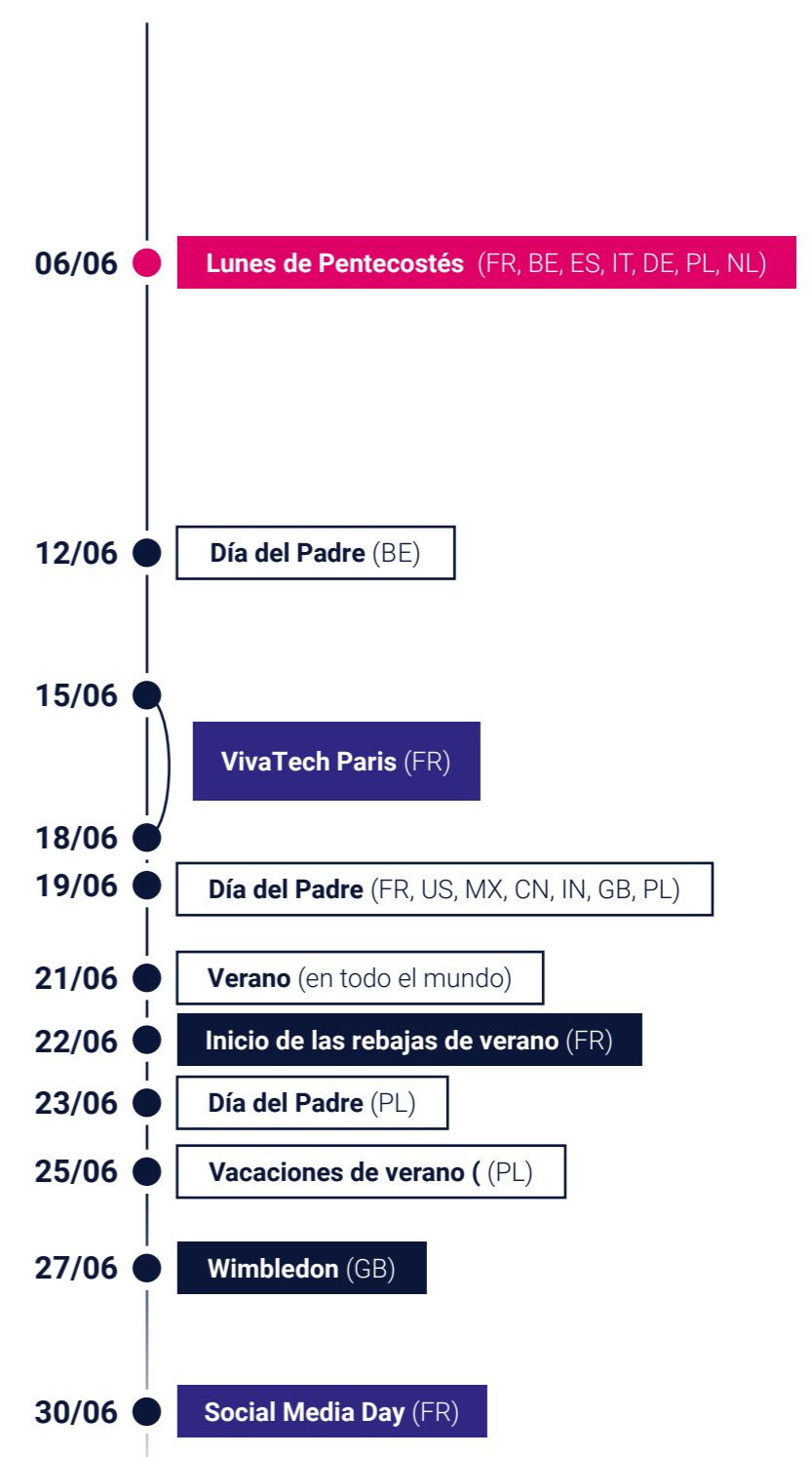
ABRIL



MAYO



JUNIO



3er trimestre 2022

FR: Francia / BE: Bélgica / US: Estados Unidos / ES: España / IT: Italia / PT: Portugal / GB: Reino Unido / NL: Países Bajos / DE: Alemania / MX: México / IN: India / PL: Polonia / CN: China

JULIO



AGOSTO



SEPTIEMBRE



4^{to} trimestre 2022

Eventos

Ferias comerciales

Marketing

Días festivos

FR: Francia / BE: Bélgica / US: Estados Unidos / ES: España / IT: Italia / PT: Portugal / GB: Reino Unido / NL: Países Bajos / DE: Alemania / MX: México / IN: India / PL: Polonia / CN: China

OCTUBRE



NOVIEMBRE



DICIEMBRE



Las rebajas de invierno



No te pierdas este primer evento de comercio electrónico del año: prepara tu tienda en línea para las rebajas de invierno con [nuestros módulos esenciales](#).

Cifras para recordar

EL 44%

de los consumidores considera que un descuento debe ser de al menos el 20% del precio original del producto⁽¹⁾

EL 70%

de los franceses afirmó querer aprovechar las rebajas de invierno en 2021⁽²⁾

EL 71%

de los compradores piensa que obtendrá una mejor oferta en línea que en una tienda física⁽³⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Indica el número de productos disponibles para fomentar la compra por impulso
- Prepara una categoría dedicada a los productos con rebaja
- Ofrece promociones adicionales a partir de una cantidad determinada invertida
- Prepara algunos anuncios de pago (Google Ads, redes sociales, etc....) para generar tráfico
- Comprueba tu inventario y selecciona los productos que deseas vender
- Prepara tu página de inicio para destacar tus promociones
- Envía tu newsletter a tus clientes el primer día de rebajas y un recordatorio el último día

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Edición de productos en bloque



Banner publicitario



Cross Selling on Cart - Ventas cruzadas PrestaShop

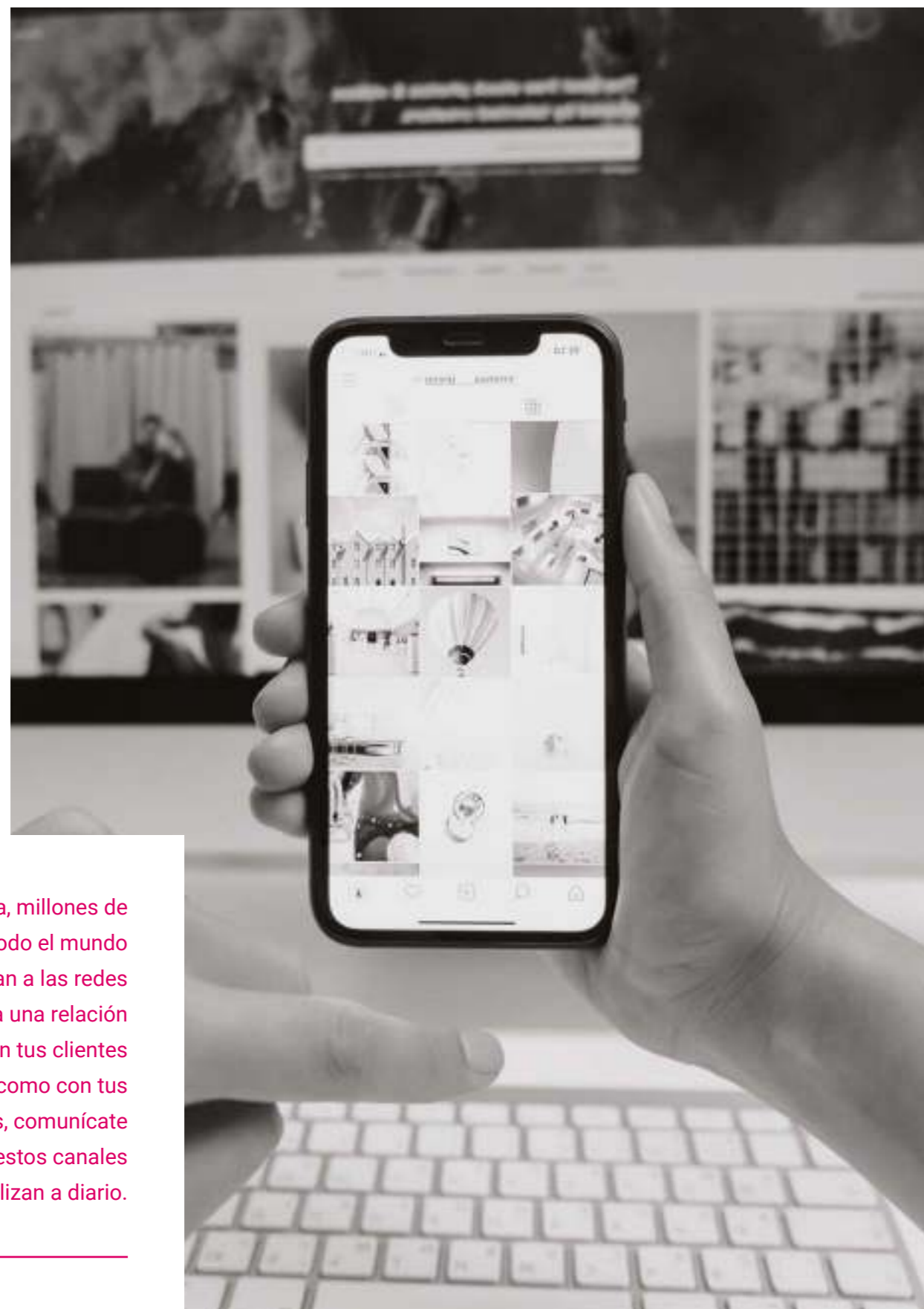


PrestaShop Marketing with Google

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

- Rendimiento web: por qué es tan importante y cómo optimizarlo

Social selling



Cada día, millones de personas de todo el mundo se conectan a las redes sociales. Crea una relación estrecha con tus clientes potenciales, así como con tus clientes fieles, comunícate con ellos en estos canales que utilizan a diario.

Cifras para recordar

EL 70%

de los internautas se ve influenciado por las redes sociales en sus decisiones de compra⁽¹⁾

4 VECES +

las redes sociales son, en promedio, 4 veces más eficaces que los medios de comunicación tradicionales a la hora de provocar el deseo de compra⁽²⁾

UN 35%

más de audiencia en promedio, para las grandes marcas en Instagram que en Facebook⁽³⁾

EL 32%

es el porcentaje de ventas adicionales que generan las tiendas en línea que están presentes en las redes sociales frente a las que no lo están⁽⁴⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Atraer, convertir, comprometer y retener: los 4 pasos clave para optimizar tu social selling
- Ofrece experiencias de juego a tus clientes para atraerlos y fidelizarlos
- Determina qué redes sociales son las más adecuadas para promocionar tu marca y tu sitio de comercio electrónico
- Define una estrategia de inbound marketing
- Conoce a fondo tus clientes para ofrecerles los productos adecuados y desarrollar una relación sólida con ellos
- Utiliza campañas publicitarias de pago para llegar al mayor número de clientes potenciales

Nuestra selección de módulos para ayudarte



PrestaShop Facebook



Klaviyo



Gamiphy



TikTok

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

- PrestaShop y Facebook, la unión que cambiará el social commerce

San Valentín



San Valentín es la tercera fiesta comercial más importante del año. Prepárate para este importante momento adaptando tu selección de productos, la gestión de tu tienda en línea y tu comunicación.

Cifras para recordar

69%

es el aumento de las compras relacionadas con el Día de San Valentín en Europa⁽¹⁾

MÁS DE 27 MIL MILLONES DE \$

gastados en Estados Unidos en 2021 el 14 de febrero⁽²⁾

+52%

es el aumento del número de consultas de «San Valentín» en Google entre 2018 y 2020⁽³⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Crea selecciones de ideas de regalo
- Envía una newsletter a tus clientes presentando parte de tu selección de productos especiales para San Valentín
- Piensa en ventanas emergentes con los colores de San Valentín para gestionar tu tienda en línea
- Comunica en tus redes sociales
- Ofrece tarjetas de regalo para los compradores de última hora o los indecisos
- Gestiona tu tienda en línea, añade una categoría especial de San Valentín a tu menú
- Durante los períodos de mayor actividad, protege tu sitio web contra el fraude y optimiza tu tasa de conversión con un módulo de pago adaptado

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Tarjeta Regalo Premium
1.6 - 1.7



Stripe



Mega Menu Pro

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

- Los comerciantes tienen la palabra: Especial San Valentín 2021

La gran limpieza de primavera



Aprovecha la primavera para limpiar tu tienda en línea y mejorar la experiencia de los visitantes de tu sitio web.

Cifras para recordar

EL **50%**

de los usuarios de Internet esperan tiempos de carga de las páginas web inferiores a 2 segundos

1

segundo de tiempo extra de carga de la página, reduce la satisfacción del cliente en un 16%

44%

de los compradores comunicarán a sus amigos su mala experiencia de compra

EL **61%**

de los consumidores decide no comprar un producto en línea cuando no hay garantías

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Analiza el rendimiento de tus páginas de productos y mejora tu diseño para incrementar la conversión
- Analiza las ventas en tu sitio web y adapta tu catálogo de productos para evitar los productos no vendidos
- Cuida tus elementos de seguridad
- Mejora el tiempo de carga de las páginas de tu sitio web optimizándolas
- Personaliza tu página de pago para ofrecer la mejor experiencia al usuario

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Módulo Customizable and responsive customer reassurance block



PrestaShop Metrics



PrestaSpeed - Image / site / database optimization



Mollie

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

- 5 módulos para tener las métricas de tu eCommerce bajo control

Pago a plazos



El 60% de los sitios de comercio electrónico ofrecen ahora a sus clientes la opción de pagar a plazos. Esta facilidad de pago te permitirá convertir más fácilmente, pero también retener a tus clientes.

Cifras para recordar

EL 20%

es el porcentaje de compradores en línea que se deciden a comprar, porque pueden beneficiarse del pago a plazos⁽¹⁾

1/2

es la proporción de europeos que cancelan o posponen su compra si no tienen la opción de pagar a plazos⁽²⁾

EL 11%

es la proporción de las compras de comercio electrónico en Europa que se procesarán a través de los servicios Buy Now Pay Later en 2025⁽³⁾

53

MIL MILLONES DE \$

es el importe total de las ventas procesadas por Klarna en 2020

x2

Las ventas de Afterpay se duplicaron en 2020 hasta alcanzar los 11.100 millones de dólares en todo el mundo

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Aumenta las conversiones y el carrito de compra, ofreciendo soluciones de pago flexibles a tus clientes
- Promueve la mención «sin costos» en tus páginas de productos
- Para tranquilizar a tus clientes, asegúrate de ofrecer soluciones de pago seguras y reconocidas
- Añade una pestaña a tu FAQ explicando de la A a la Z el proceso de pago a plazos en tu sitio de comercio electrónico
- Indica con precisión el importe mínimo de compra para poder beneficiarse del pago a plazos

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Sezzle



Clearpay
(UE)



Klarna



Afterpay
(US, CA, AU, NZ)

**UN POCO DE LECTURA
PARA PROFUNDIZAR MÁS**

- Ofrece flexibilidad financiera a tus clientes: impulsa tu ecommerce con Clearpay

Día de la Madre



¡Gestiona tu sitio web con motivos alusivos al Día de la Madre y propón selecciones de ideas de regalo!

Cifras para recordar

EL 84%

es el aumento del promedio del carrito de un visitante cuando visita una página de categoría del Día de la Madre⁽¹⁾

EL 83%

de los consumidores había previsto celebrar el Día de la Madre en 2021⁽²⁾

EL 60%

de los compradores afirma que el vídeo en línea inspiró sus compras para el Día de la Madre⁽³⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Gestiona tu sitio web con motivos alusivos al Día de la Madre: banderas, carrusel, nuevos visuales...
- Crea paquetes de productos como estuches de regalo para aumentar tu carrito promedio
- Informa de tu selección de ideas de regalos a través de tu newsletter, tus redes sociales, etc.
- Crea una categoría dedicada al Día de la Madre para facilitar la búsqueda en tu sitio web
- ¿Ofreces una tarjeta de regalo? ¡Destácala!
- ¿Compradores atrasados o indecisos? Crea una ventana emergente de última hora y ofrece una entrega rápida gratuita

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Etiquetas de producto



Módulo Advanced Pack 5 - Cree lotes de productos



Wishlist PRO



Free Delivery Manager

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

- Por qué y cómo optimizar tu túnel de compra

La venta en las marketplaces



Gracias a las marketplaces, ¡ofrece más visibilidad a tus productos, multiplica tus ventas y vende a nivel internacional! Amazon, CDiscount... Aprovecha la notoriedad de estas marcas en tan solo unos clicks gracias a nuestros módulos.

Cifras para recordar

EL 40%

de las compras en línea en todo el mundo se hicieron en marketplaces en 2020⁽¹⁾

EL 67%

es el porcentaje de ventas en línea que se realizará en marketplaces en 2022⁽²⁾

+ 500 MIL MILLONES DE \$

es el importe de las ventas en línea realizadas por Amazon en 2020, un 45% más que en 2019

EL 11,7%

es la cuota de mercado de Amazon en el comercio electrónico mundial⁽³⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Estudia los diferentes mercados para elegir el que mejor se adapte a tus productos y a tu objetivo
- Elige los productos que deseas poner en línea en uno o varios mercados y sincroniza tu inventario
- Selecciona cuidadosamente la imagen principal de tu ficha de producto, la que los visitantes verán primero
- Resalta las ventajas de tus productos en listas con viñetas para facilitar la lectura
- Mejora el SEO de tus fichas de producto trabajando su contenido, sus etiquetas e insertando las palabras clave con las que quieres ser referenciado

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Amazon Marketplace



FastBay - eBay Marketplace synchronisation



Aliexpress Dropshipping PRO - Autosync

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

- ¿Cómo empezar a vender en Marketplaces los productos de tu eCommerce?

Las rebajas de verano



Aumenta tu tráfico durante las rebajas: optimiza tu referenciación gracias a la selección de productos en rebajas directamente accesibles en tu página de inicio.

Cifras para recordar

EL **62%**

de los franceses afirmó que fue importante comprar durante las rebajas de verano de 2020⁽¹⁾

Un **22%**

más de ventas en las rebajas de verano de 2020, en comparación con junio de 2019⁽²⁾

ROPA, MUEBLES Y ARTÍCULOS ELECTRÓNICOS

fueron las categorías más populares durante las rebajas de 2020⁽³⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Ayuda a tus clientes a anticipar sus compras permitiéndoles guardar su carrito de compra el día antes de las rebajas
- Comprueba tu inventario
- Selecciona los productos que deseas rebajar
- Prepara tu página de inicio para destacar tus promociones y gestionar tu sitio: banners, pop-ups...
- Optimiza tu SEO para generar tráfico
- Envía newsletters a tus clientes para anunciar las primeras y segundas rebajas
- Asegúrate de elegir un módulo de pago adaptado a las necesidades de tus clientes para no perder ninguna transacción durante este período clave

Nuestra selección de módulos para ayudarte



SEO Expert



Home Products PRO



Adyen



Guardar para más tarde

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

- Siete consejos para preparar las rebajas de verano

La calma del verano



Aprovecha la calma del verano para trabajar en tu estrategia de contenido: crea tu blog y publica artículos optimizados para los motores de búsqueda. Destaca tus productos para educar a tus visitantes y generar tráfico en tu sitio web.

Cifras para recordar

EL 81%

de los usuarios de Internet de Estados Unidos considera que los blogs son una fuente fiable de información y asesoramiento ⁽¹⁾

EL 55%

es el porcentaje de visitantes adicionales que reciben los sitios con un blog en comparación con los que no lo tienen ⁽²⁾

EL 94%

es el porcentaje de consultas adicionales que reciben los artículos que contienen al menos una imagen en comparación con los que no tienen ninguna ⁽³⁾

EL 97%

de las empresas promueven el contenido de sus blogs a través de las redes sociales ⁽⁴⁾

EL 60%

de los consumidores valoran las publicaciones de los blogs al principio de su proceso de compra ⁽⁵⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Diversifica el contenido de tus artículos manteniendo un vínculo indirecto o directo con tus productos
- Descarga un módulo de blog en nuestra marketplace PrestaShop Addons
- Escribe artículos optimizados para la referenciación de los motores de búsqueda y utiliza las palabras clave con las que quieres ser visible
- Promueve tus artículos en tus canales de comunicación (correo electrónico, redes sociales...)

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Prestablog



INS Shopping Slider



Buy Button Premium

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

- Elementos básicos para que tu eCommerce PrestaShop tenga un contenido de calidad

La vuelta al cole



Para marcar la diferencia al principio del año escolar, piensa en la satisfacción de tus clientes creando un programa de fidelidad. 30 meses después de su primer pedido, ¡los clientes fieles gastan una media de un 67% más que los demás!

Cifras para recordar

EL 95%

de los compradores en línea considera que un producto o servicio es sospechoso si no tiene ningún comentario negativo. Por el contrario, incluso los comentarios negativos en tus fichas de productos pueden aumentar tu tasa de conversión hasta un 85%⁽¹⁾

37.1 MIL MILLONES DE \$

es el gasto total para el inicio del curso escolar en 2021, frente a 33.900 millones en 2020⁽²⁾

EL 72%

de los compradores hará parte de sus compras de vuelta al cole por Internet, mientras que el 26% comprará exclusivamente por Internet⁽³⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Prepara tu selección de productos para el nuevo año escolar
- Establece un programa de fidelización, con recompensas para tus clientes fieles (vales, descuentos, regalos, etc.)
- Gestiona tu sitio web con motivos alusivos al nuevo año escolar: banner, carrusel, nuevos visuales...
- Valora las opiniones de tus clientes mostrándolas en diferentes páginas de tu sitio: página de inicio, fichas de productos...
- Comunica a partir de agosto tus selecciones de productos con una serie de newsletters
- Muestra tus productos en Google Shopping para generar más ingresos

Nuestra selección de módulos para ayudarte



All-in-one Rewards:
Fidelidad, Padrinaje,
Afiliación



Opiniones Tienda +
Opiniones Productos +
Rich Snippets



Mailchimp

**UN POCO DE LECTURA
PARA PROFUNDIZAR MÁS**

- 5 Consejos para optimizar la vuelta al cole de tu eCommerce

La entrega, un esencial durante todo el año



La entrega es el criterio más importante para los compradores en línea. Asegúrate de ofrecer diferentes métodos de entrega en tu sitio web para entablar contacto con los clientes más ahorrativos, así como con los que tienen más prisa.

Cifras para recordar

EL 68%

de los compradores europeos en línea citan los altos costes de envío como la principal razón del abandono del carrito de compra⁽¹⁾

EL 44%

abandona su carrito cuando el plazo de entrega estimado es demasiado largo⁽²⁾

EL 40%

de los compradores no compran si tienen menos de 30 días para hacer una devolución

4,7 DÍAS

es el número máximo de días que los compradores en línea están dispuestos a esperar para la entrega estándar⁽³⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Para evitar la pérdida de tiempo en el envío de tus pedidos, considera la posibilidad de utilizar una plataforma de gestión única
- Ofrece la entrega gratuita a partir de cierta cantidad para aumentar el promedio de tu carrito
- Indica claramente en tu sitio los plazos de entrega: en el carrito, pero también en tus políticas porque es una información clave para los clientes
- Para tranquilizar a tus clientes y proporcionarles confianza, asegúrate de ofrecerles soluciones de entrega líderes en tu mercado

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Envío basado en códigos postales



Tarifa plana de envíos Premium y descuentos por envío



DHL



ShipStation

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

• [¿Cómo gestionar los gastos de envío en mi eCommerce?](#)

Punto de entrega y Recogida en tienda



El punto de entrega y recogida en tienda, cuya adopción se duplicó durante el primer confinamiento, es ahora un reflejo definitivo: ¡no esperes más para ofrecer a tus clientes este método de entrega más flexible, y así multiplicar por diez tus ventas!

Cifras para recordar

EL 13%

de los consumidores afirma que utiliza más las opciones de recogida y entrega en tienda debido a la pandemia⁽¹⁾

EL 65%

es el aumento de la participación de click and collect en las compras de comercio electrónico al inicio de la pandemia en Estados Unidos, que pasó del 15% al 25%⁽²⁾

600%

Los pedidos click and collect aumentaron un 600% en todo el mundo en 2020⁽³⁾

EL 88%

de los usuarios de Internet citan la velocidad como una razón para utilizar el click and collect⁽⁴⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Para evitar la pérdida de tiempo en la sincronización y el envío de tus pedidos, considera la posibilidad de utilizar una plataforma de gestión única sencilla y eficaz
- ¿Y si ofreces a tus clientes una herramienta de seguimiento que les permita saber en tiempo real dónde está su paquete y protegerlo contra pérdidas o robos?
- Piensa en ofrecer el servicio de click and collect a un precio inferior al de la entrega a domicilio o de forma gratuita a partir de un determinado importe de compra
- Ofrece muchos socios de entrega para que tus clientes puedan elegir, así como diferentes métodos de entrega, como la entrega clásica y la rápida
- Destaca el impacto ecológico positivo del click and collect en tu sitio web

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Route



Packlink



Drive and Click & Collect / Pick up in-storein

**UN POCO DE LECTURA
PARA PROFUNDIZAR MÁS**

- ¿Qué es el Click & Collect y cómo configurarlo rápidamente?

La indispensable Black Week

Desde 2013, el Black Friday se ha establecido en Francia y marca el comienzo de un período de aumento de las compras con las fiestas de fin de año como la Navidad, las ventas privadas y las rebajas. Algunos sitios web ofrecen promociones con mucha anticipación, desde el lunes antes del día hasta una semana después con el Cyber Monday, de ahí el nombre de la Black Week, que ahora es sinónimo de lo más destacado del comercio electrónico.



Cifras para recordar

11%

el número de transacciones en 2020 fue un 11% superior al del Black Friday 2019⁽¹⁾

34.4

MIL MILLONES DE \$
es la cantidad gastada por los compradores en línea durante la Cyber Week 2020, un aumento del 20,7% respecto a 2019⁽²⁾

EL 72%

de las compras del Black Friday son compras impulsivas, en todos los sectores⁽³⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Selecciona los productos sobre los que deseas aplicar una promoción
- Informa a tus clientes con una newsletter el primer día de las promociones
- Crea una categoría especial para tus principales promociones y productos de reclamo, accesible desde tu página de inicio
- Elige el módulo PrestaShop Checkout para aceptar y gestionar todo tipo de pagos, de forma sencilla y segura, para el día con mayor ventas del año
- Gestiona tu sitio web y tu comunicación con alusiones al Black Friday
- No pierdas la oportunidad de prolongar tus ofertas con el Cyber Monday
- Prepara anuncios pagados con palabras clave relacionadas con el Black Friday y la Black Week para generar tráfico

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Modo Black Friday -
Página de promociones,
countdown



Newsletter Pro

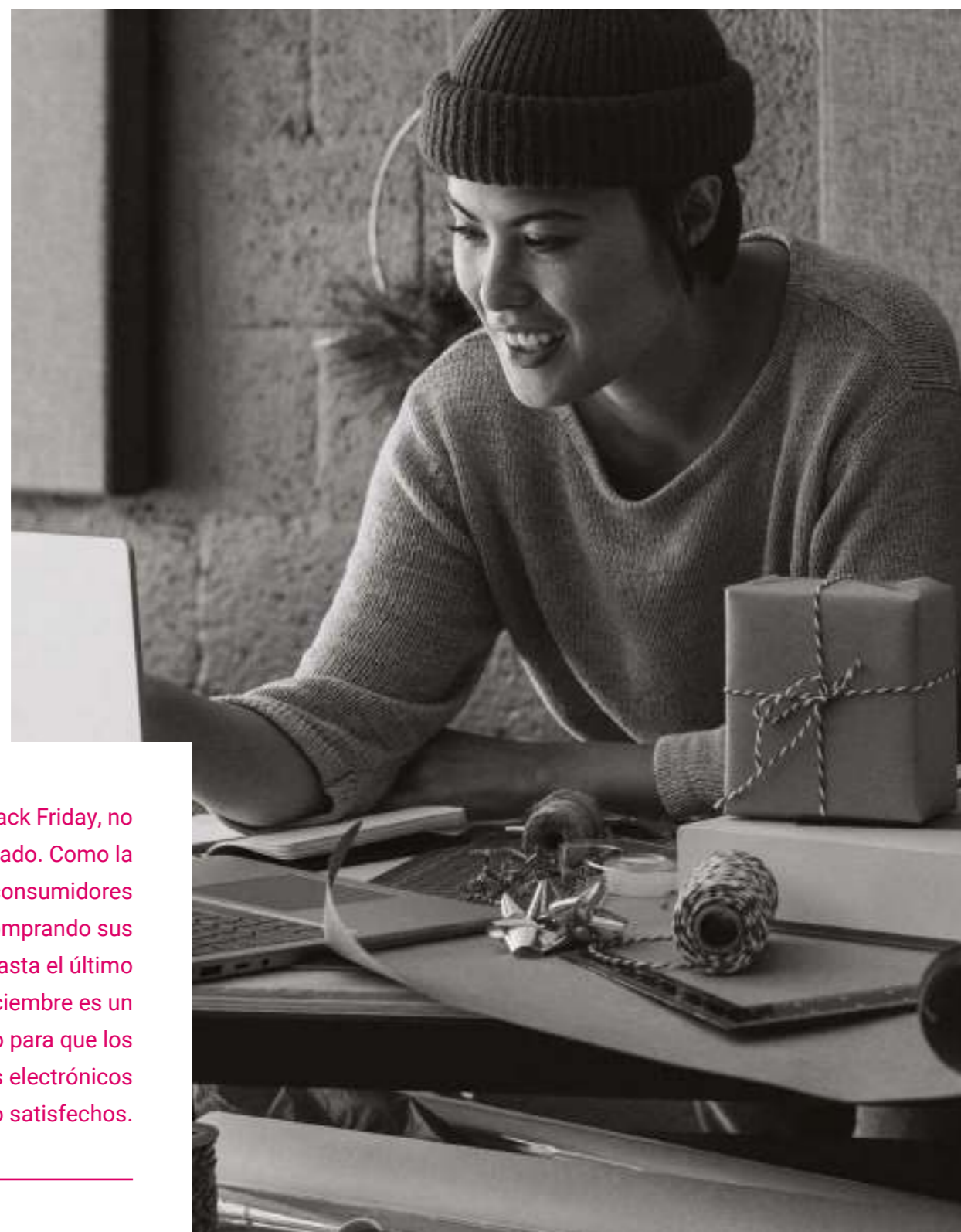


PrestaShop Checkout
built with PayPal

**UN POCO DE LECTURA
PARA PROFUNDIZAR MÁS**

- Black Friday está aquí, y las ventas de fin de año llegarán pronto

Las fiestas de fin de año



Después del Black Friday, no está todo jugado. Como la mayoría de los consumidores sigue comprando sus regalos hasta el último minuto, diciembre es un gran momento para que los comerciantes electrónicos terminen el año satisfechos.

Cifras para recordar

EL 30%

es el crecimiento de las compras en línea en todo el mundo durante la temporada de fiestas de fin de año⁽¹⁾

EL 73%

es la proporción de compradores que planearon recibir artículos durante la temporada de las fiestas de fin de año en 2020⁽²⁾

EL 44%

de los compradores tenía previsto apoyar a los negocios pequeños y locales para sus compras navideñas en 2020⁽³⁾

Algunos consejos para ayudarte a preparar

- Crea selecciones de ideas de regalos para las fiestas, ¡incluyendo tarjetas de regalo para los indecisos!
- Gestiona tu página web con motivos alusivos a la temporada de fiestas: banners, carrusel, nuevos visuales...
- Destácate entre la multitud ofreciendo un papel de regalo gratuito o la posibilidad de añadir una nota o tarjeta para acompañar el regalo
- Envía newsletters a tus clientes con una selección de ideas para regalos
- Comunícate continuamente durante todo el mes de diciembre, destacando todas tus selecciones de productos
- Tranquiliza a tus clientes indicando el plazo de entrega de los pedidos a tiempo para Navidad
- Anticipa el flujo de solicitudes de tus clientes
- Para generar tráfico en tu sitio web durante este período de fuerte competencia, pon en marcha una campaña de adquisición para llegar a nuevos visitantes.

Nuestra selección de módulos para ayudarte



Pop Promo (Popup)



Google Merchant Center PRO (Google Shopping + Actions)



Chat Online

UN POCO DE LECTURA PARA PROFUNDIZAR MÁS

- Consejos y módulos para preparar las promociones de Black Friday y Navidad

360°
IDIMAD | **Google**
Partner