

Análisis del desempeño del canal e-commerce de una cadena comercial a nivel nacional

PROBLEMA

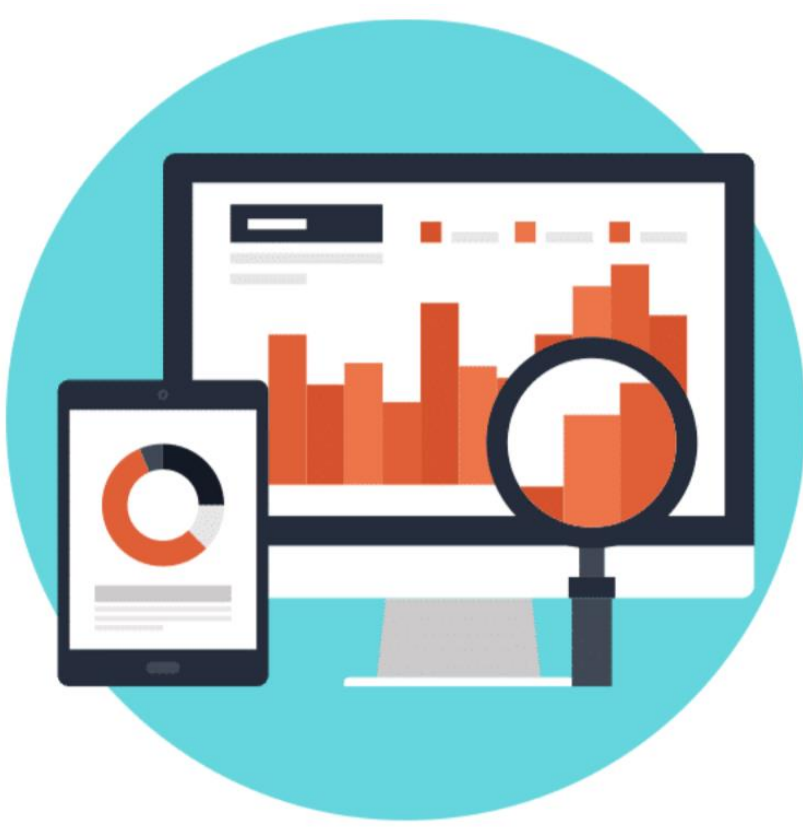
El sector de las cadenas comerciales de electrodomésticos, tradicionalmente, ha dependido de la visita física a sus establecimientos para vender. Ante los cambios producto de las restricciones por COVID-19, han recurrido a canales e-commerce con la incertidumbre de si aquello genera un impacto rentable y sostenible en el tiempo.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la satisfacción del canal e-commerce en el mercado de venta de electrodomésticos, midiendo la satisfacción de los clientes y del equipo comercial, que determine el impacto en el incremento de ventas de una cadena comercial.

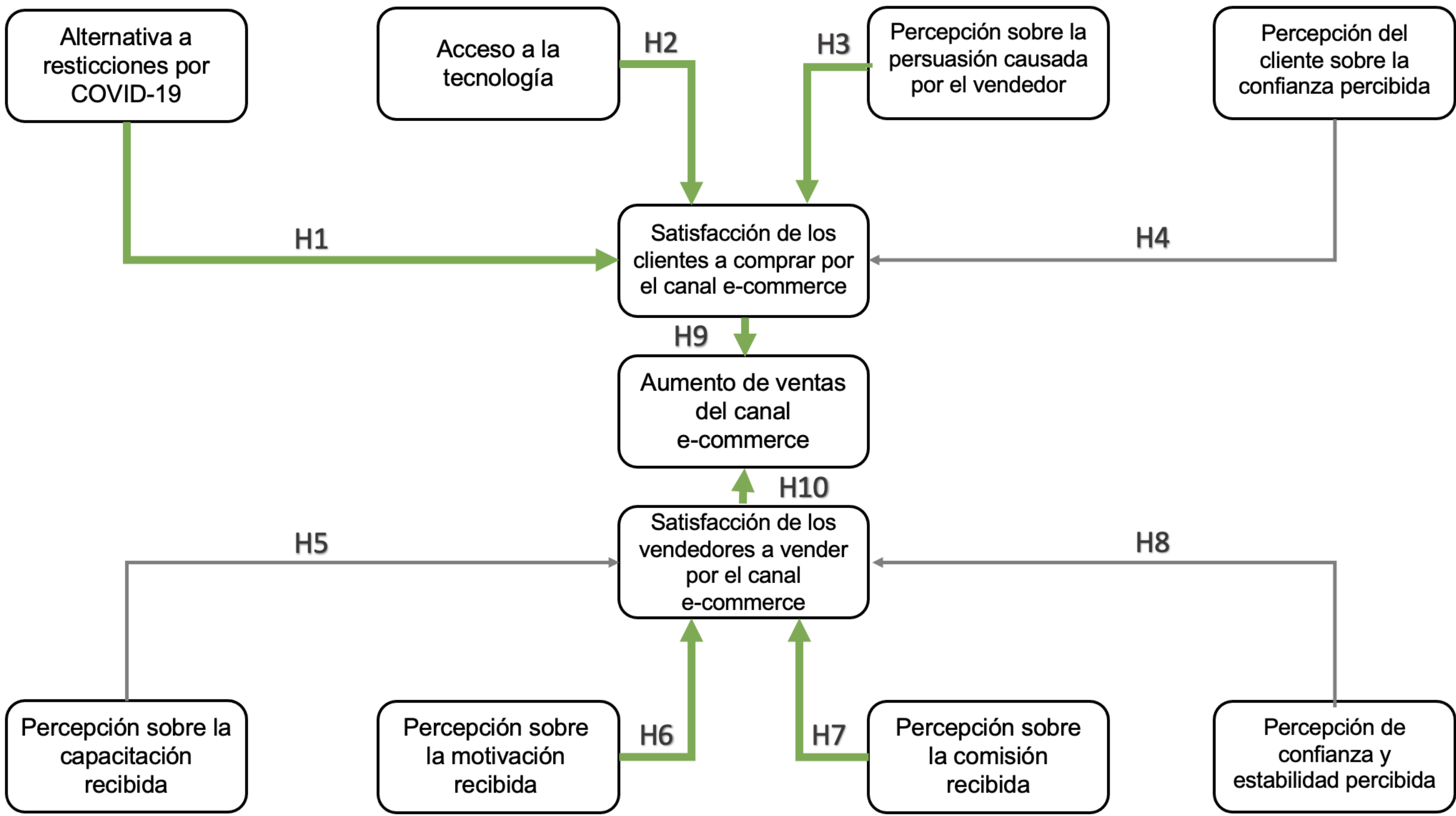


PROPUESTA



Identificar cuales son las variables influyentes en la aceptación del mercado al canal de compra y venta de electrodomésticos por redes sociales, considerando la opinión de la fuerza de ventas y los clientes activos de este canal. De manera que se pueda reforzar dichas falencias específicas para aumentar la satisfacción del mercado, con el propósito de incrementar el nivel de ventas y aprovechar el auge de este canal.

RESULTADOS



CONCLUSIONES

- El nivel de satisfacción de clientes y vendedores respecto al canal e-commerce, incide directamente en el nivel de ventas de la empresa. Es importante para la empresa reconocer cuáles son los aspectos que inciden en la satisfacción de ambos grupos, con el fin de proponer, mantener o mejorar las acciones que se llevan a cabo al interactuar con ellos.
- La habilidad de persuasión del vendedor y su acompañamiento oportuno durante el proceso de venta, son fundamentales para la satisfacción del cliente al comprar por el canal e-commerce. Para el cliente tiene valor el conocimiento que tiene un vendedor sobre los electrodomésticos, lo que provee seguridad para tomar una mejor decisión en el producto que quiere comprar.
- La capacitación otorgada al vendedor debe ser relacionada a su puesto de trabajo, más aun teniendo en consideración que el instruir nuevas estrategias de venta por redes sociales contribuyen al desarrollo de la conclusión previa.
- La motivación monetaria y comisión recibida influyen directamente en el desempeño del vendedor. Por lo consiguiente, es importante considerar realizar la entrega periódica de incentivos para el equipo, en su preferencia monetarios.
- La satisfacción de los vendedores respecto a la estabilidad laboral incide de manera inversa en el nivel de ventas. El vendedor interpreta la estabilidad laboral como las pocas posibilidades de crecimiento que perciben dentro del canal.