

# Accenture Interactive: pautas para un 'Buen Fin' online

**Accenture Interactive** ha publicad un informe que habla sobre las claves para incrementar las ventas de las empresas **en estos próximos días que se avecinan de descuentos** como Ciberlunes o Buen Fin, dependiendo del país. Según la empresa, un dato a tener en cuenta es que casi el 40% de los consumidores en línea han abandonado el sitio web de un negocio debido a la cantidad de opciones que se les presentaba.



La nueva investigación de **Accenture Interactive** señala que ofrecer experiencias personalizadas se traducirá en mayores ventas si las empresas eliminan las barreras no intencionadas que experimentan los consumidores, tal y como explica el comunicado de prensa. “Si bien, la mayoría de los consumidores **agradecen las ofertas personalizadas, muchos se quejan de haber recibido recomendaciones irrelevantes** y han experimentado una cantidad abrumadora de opciones al visitar las marcas”, recuerdan los expertos.

Según el estudio titulado **Personalization Pulse Check**, una **encuesta realizada a más de 1.500 consumidores entre 18 y 60 años, los consumidores tienen una actitud positiva hacia las ofertas** y servicios que incluyen tres aspectos puntuales: uno es ser reconocido (la posibilidad de compra en un canal virtual asciende al 56% cuando la tienda reconoce el cliente por su nombre), otra es “ofrecer recomendaciones relevantes (y es que tres de cada cinco consumidores (58%) tienen más probabilidades de realizar una compra cuando recibe recomendaciones basadas en sus compras o preferencias anteriores); y la última es “**ser recordado** (el 65% de los consumidores tienen más probabilidades de comprar en cuando las tiendas identifican su historial de compras).

Un exceso de opciones: **dos de cada cinco consumidores (39%) abandonaron el sitio web de una empresa y realizaron una compra en otro lugar**, porque estaban abrumados por tantas opciones. Recomendaciones irrelevantes: **solo uno de cada dos consumidores (50%) informó haber realizado alguna compra** que se les recomendó en el sitio web de un negocio.

En los últimos dos años, **el costo acelerado de la ciberdelincuencia ha incrementado en un 23%** más que años anteriores y le está costando a las organizaciones, en promedio, 11,7 millones

de dólares. De acuerdo con un estudio de **Accenture**, las organizaciones pueden mantenerse a la vanguardia de las crecientes amenazas cibernéticas equilibrando mejor las inversiones en tecnologías de seguridad y captando nuevas oportunidades de innovación.