

eCommerce: oportunidades y desafíos de la salud visual en el canal digital

Hay grandes oportunidades de crecimiento del eCommerce en Chile y sobre todo la posibilidad de conquistar diferentes verticales aún no están tan desarrolladas como lo es la de la salud visual. Los negocios por Internet en América Latina tienen un gran crecimiento porque vienen apalancados principalmente por una fuerte demanda y nuevos jugadores a nivel de oferta que están generando una muy buena experiencia de compra, y eso está ayudando a generar confianza en el canal con lo que generamos un círculo virtuoso que se potencia mucho.

En los próximos años, la revolución del eCommerce hará que éste se fusione con el comercio tradicional y ya no hablaremos de eCommerce sino de diferentes puntos de contacto o de venta que tendrán la oferta con la demanda para satisfacer sus necesidades de productos o servicios dentro del día a día.

A la hora de vender productos de salud visual a través de un eCommerce, Lentesplus.com identificó tres grandes desafíos: **los mitos y miedos de los usuarios al comprar productos** que sean directamente para la salud. Esta barrera es una de las principales y más delicadas, ya que la confianza del comprador puede quebrarse rápidamente si algo en toda la operación de compra le provoca duda. Es por eso que el cuidado con todos los procesos, la operación comercial, el medio de pago confiable y la entrega a tiempo, sumado a la calidad del producto, son ambos indispensables para construir esa confianza inicial y llevar a los usuarios a la recomendación y la recompra. Se enfrentó también **la resistencia del gremio de optómetras**, regulaciones, acciones de lobby y el desconocimiento de esta nueva forma de hacer negocios, y **la transformación digital de las empresas** que no queda en la mera adopción tecnológica sino en un cambio que permita satisfacer a los nuevos consumidores. *“Hay que entender al eCommerce no como un canal de ventas sino como un vehiculizador hacia la transformación digital de las empresas y un medio que nos permitirá llegar a más personas, llevando productos y / o servicios que antes eran impensados conseguir de forma rápida, fácil y segura en algunos rincones del país”,* cerró el vocero.

A través de su propia experiencia, afirman que también es un factor fundamental impactar con una buena estrategia de transformación digital en el canal de venta, la cual permita acercarse a los clientes con un mínimo de costos y un máximo de alcance, haciendo el negocio más rentable. Lentesplus.com nació 100% como un eCommerce, por lo que recomiendan a las empresas tradicionales trabajar en estos 4 pilares para ser exitosas en el canal digital: 1) Tecnología 2) Marketing 360 3) Operación & Logística 4) Atención al Cliente.

Recomiendan como una pieza fundamental ofrecer siempre un servicio postventa de calidad para que el cliente no solo compre si no se vuelva recurrente. *“Somos la primera óptica online de Latinoamérica y trabajamos en que siempre exista un acompañamiento*

post venta que asegure que el cliente quede satisfecho con su compra. En el caso de los lentes de contacto, es necesario contar con la receta de adaptación de gafas a lentes de contacto, por lo que se recomienda que acudan a un oculista para conocer esta graduación. Así, podemos asegurarnos de que están llevando el producto que realmente necesitan. Garantizamos que el cliente quede contento, vuelva a comprarnos y también que nos recomiende. Esta es nuestra meta más preciada”, sostuvo Diego Mariño, cofundador de Lentesplus.com