GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

El poder de las fichas de producto optimizadas, clave en las compras de lujo online

Actualidad Empresarial | 13/06/2024 | 00:00

El sector de lujo es uno de los sectores que más retos afronta en la era digital, ya que, a pesar del aumento que ha experimentado el e-commerce en los últimos años, es muy complicado trasladar de forma virtual todos los atributos diferenciales que caracterizan un producto exclusivo. Por esta razón, todavía son muchos los clientes de este tipo de marcas que siguen prefiriendo la presencialidad a la hora de realizar una compra.

El hecho de tener el producto entre las manos o una experiencia personalizada de compra completa (asesor personal, atención al cliente premium, espacios y tratos exclusivos, etc.) son, entre otras, algunas de las razones por los que las compras de lujo se resisten al digital. Pero estos factores tan influyentes y decisivos no solamente aplican a este tipo de compras, sino a todo el transversal de la compra online. Aunque según un estudio elaborado por Adobe sobre preferencias de los consumidores de EMEA (Europa, Medio Oriente y África), un 51% se sentiría ya más dispuesto a realizar compras costosas por internet, para los consumidores todavía no es lo mismo hacer un gran desembolso de dinero a través de su teléfono móvil que en una tienda presencial.

Para hacer frente a este desafío, el primer paso es elevar el nivel del contenido que se muestra en las fichas de producto. La información que se da sobre cada bien adquisitivo, cómo se da y si está correctamente optimizada son aspectos clave que ayudan a motivar la compra de estos artículos a través de internet. Sin embargo, adaptar al canal digital el display de producto, la información relevante, y su valor añadido no es sencillo. Por esta razón, existen agencias especializadas en digital shelf para aquellas marcas que estén interesadas en mejorar en este sentido.

¿Cómo las fichas de producto pueden influenciar en las compras de lujo online?

Si bien no es el único factor que debe tener en cuenta las marcas de lujo para mejorar la experiencia de sus clientes, sí que juegan un papel fundamental en esta clase de compras. Un Digital Shelf correctamente optimizado es capaz de remplazar en digital todas esas características que los clientes valoran del mundo offline, como la posibilidad de ver el producto con sus propias manos gracias a la AI o realidad aumentada o recibir toda la información de la mano de un dependiente por medio de un asistente virtual.

Además, al ofrecer una amplia variedad de datos sobre el producto o servicio ofrecido a través de un diseño atractivo y acorde a la marca, las fichas de producto bien trabajadas aportan a los clientes una mayor seguridad sobre la decisión de compra. Estas fichas no solo ofrecen

información técnica detallada, sino que también transmiten la esencia y el prestigio asociado a la marca, algo que es esencial para el consumidor de lujo. Encarnan la experiencia de la tienda física y se convierten, por tanto, en un factor decisivo para el éxito de las compras online de este sector.

¿Cuáles son las características clave de las fichas de producto de lujo en eCommerce ?

Un Digital Shelf correctamente optimizado y enfocado en las ventas del sector lujo debe ir más allá de proporcionar la información básica del producto o servicio. Algunas de sus principales características son:

1) Imágenes de alta calidad: cuando se habla de artículos de lujo, es importante que la página de producto cuente con fotografías de alta calidad que muestren a la perfección todos los detalles del producto, como los interiores o las cadenas de un bolso, por ejemplo. Además, se debe contar con imágenes donde el artículo sea el protagonista, y enseñarlo desde todas sus perspectivas. Es fundamental que el usuario pueda a hacer un gran zoom a pantalla completa del mismo. En moda, una práctica muy común es unas las imágenes para ofrecer looks recomendados.

Actualmente, las herramientas que ofrece la inteligencia artificial han ampliado el abanico de opciones que puede utilizar una marca a nivel de detalle de producto o diferentes displays, pero hay que tener en cuenta que no por ser generadas con inteligencia artificial los estándares de calidad deben ser inferiores a los habituales. En el mercado ya existen también agencias especializadas en display de productos 3D con inteligencia artificial.

2) Descripciones detalladas: En el lineal de productos de consumo masivo el detalle es importante, pero cuando se habla del sector de lujo es vital. Ofrecer información completa sobre las especificaciones técnicas, materiales utilizados, dimensiones y cualquier otra característica relevante del producto es imprescindible en cualquier ficha de producto de lujo. Se pueden crear menús que permitan seleccionar colores o tallas, entre otros.

3) Narrativa emocional: La marca es un valor clave en los productos de lujo, no solamente a nivel de calidad, por eso es relevante trasladar correctamente en las fichas la historia de la marca y el valor intrínseco del producto, creando una conexión emocional con el comprador y destacando su exclusividad y prestigio.

4) Elementos interactivos: Incorporar elementos como videos, herramientas de realidad aumentada o vistas en 360 grados para proporcionar una experiencia de visualización más inmersiva y realista ayuda a optimizar las fichas de producto y otorga a los consumidores una mejor experiencia de compra. Esto, además, aumenta la confianza de los mismos al obtener una visión más completa y realista sobre el artículo que desean comprar.

5) Opciones de personalización: Otro elemento que puede ayudar a optimizar las páginas de

producto de artículos de lujo es la opción de permitir al comprador personalizar el producto según sus preferencias, eligiendo colores, tamaño o incluso agregar detalles personalizados.

6) Disponibilidad & precios claros: Es importante indicar claramente si el producto está en stock y proporcionar información transparente sobre el precio, incluyendo cualquier oferta, descuento o costos adicionales.

7) Transmitir seguridad: Al tratarse de un tipo de artículo que implica un mayor desembolso, es fundamental ser transparente sobre el proceso de pago y facilitar toda información necesaria sobre el mismo con el objetivo de aclarar cualquier duda del cliente. Informar sobre los métodos de pago y pasarelas de seguridad es fundamental en este aspecto.

La correcta optimización de las fichas de producto, teniendo en cuenta todos los aspectos mencionados anteriormente, aumentará la confianza del cliente influyendo directamente sobre su decisión de compra. En este contexto, contar con un partner especialista como Optopus, agencia Digital Shelf, es fundamental para elevar al máximo nivel el rendimiento de los escaparates digitales, especialmente en un sector tan concreto como el del lujo donde, para aumentar las compras on?line hace falta mucho más que un e-commerce.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/240602-el-poder-de-las-fichas-de-producto-optimizadas-clave-en-las-compras-de-lujo-online.htm