

Las ventas online de noviembre y diciembre crecerán un 14 por ciento tras el impulso de la campaña prenavideña, según IBM

Armonk, NY - 29 nov 2016: Las compras prenavideñas online crecieron casi un 20 por ciento con respecto a 2015 impulsadas por las ofertas de Acción de Gracias y “Black Friday” prolongadas durante el fin de semana. Los consumidores aprovecharon a golpe de cartera los grandes descuentos que han ofrecido los minoristas de todo el mundo en sus tiendas online. IBM sabe qué es lo que necesitan los comercios online para afrontar con éxito los días de más trabajo y operaciones del año. Ya durante la temporada navideña de 2015, la tecnología de IBM dio soporte a comercios que generaron unas ventas online de más de 62.000 millones de dólares y enviaron más de 1.400 millones de correos electrónicos durante este mismo periodo sin una sola interrupción.

Las ventas en esta temporada están mostrando signos de un crecimiento significativo. Solamente durante el “Black Friday” se enviaron casi 405 millones de mensajes de correo electrónico a clientes alrededor de todo el mundo. Y la venta a través del móvil está en camino de crecer más del 35 por ciento con respecto a 2015.

Este fenómeno pre-navideño ya no se limita a los comercios en Estados Unidos. El crecimiento de las compras durante Acción de Gracias, “Black Friday” y “Cyber Monday” este año ha sido un fenómeno mundial y se ha caracterizado por:

- Las ventas online de los minoristas mundiales durante el “Black Friday” aumentaron más de un 28 por ciento (28.4%) con respecto a 2015.
- Acción de Gracias y “Black Friday” impulsan cuatro días de compra compulsiva online: las ventas online crecieron cerca del 20 por ciento (19.5%) con respecto al mismo periodo de cuatro días del año pasado.
- Las ventas online continuarán: el total de ventas online de los comercios durante noviembre y diciembre de 2016 crecerán cerca de un 14 por ciento (13,89%) impulsadas por la campaña prenavideña.

Este año, el equipo de IBM encargado de apoyar a los comercios en la temporada de compras navideñas cuenta con un 41% más de clientes – manteniendo en funcionamiento las tiendas y las compras online para algunas de las marcas más grandes del mundo a través de su plataforma altamente escalable y segura. Estos clientes pertenecen a más de 21 países y a una gran variedad de industrias incluyendo minoristas, telecomunicaciones, viajes, bienes de consumo envasados, fabricación y envío de productos.

IBM está proporcionando a 17.000 empresas de todo el mundo tecnología cognitiva “como servicio” para mejorar su oferta comercial. El resultado de una importante inversión de IBM, el portfolio de SaaS de Cognitive Engagement está impulsando la rápida adopción de clientes, ya que las compañías buscan ofertas integradas que se ajusten a cualquier entorno de TI y que abarcan todo el proceso de compra de cliente. Para ampliar información puede visitar [THINK Marketing](#).
