



OPINIÓN

LA FINANCIACIÓN ABRE LOS BRAZOS AL 'E-COMMERCE'

LAS PLATAFORMAS DE FINANCIACIÓN SE HAN CONVERTIDO EN UNA NUEVA HERRAMIENTA DE MARKETING PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO. LA FINANCIACIÓN SE HA REINVENTADO.



ANTONIO FAGUNDO HERMOSO
CEO de Masaltos.com
y profesor de ESIC-Icemd

Pongamos que recibes un correo electrónico con una promoción espectacular de un producto que hace tiempo deseas. Está rebajado en un 50%. Es una oportunidad única y solo durará un día. Pero estamos a final de mes y te das cuenta de que prevalecen otros intereses más importantes, así que te resignas y decides no comprarlo mientras no paras de preguntarte porqué esa oferta no llega la semana que viene, cuando ya habrás cobrado.

¿Te imaginas que hubieras podido financiar esa compra y pagarla en plazos sin necesidad de pedir aprobación a tu banco ni de esperar a que dé luz verde? ¿Te imaginas comprar algo y no pagarlo hasta una semana después? Estas preguntas son ahora tendencia en el comercio electrónico, en el que han entrado con mucha fuerza las nuevas formas de financiación.

El modelo es totalmente seguro para el *e-commerce* y para el usuario. En general, las plataformas que ofrecen soluciones de financiación —léase Klarna, Segura, Instant Credit o Paga + Tarde— obtienen en tiempo real información sobre el usuario y aprueban sobre la marcha las transacciones sin necesidad de papeleos y de forma totalmente segura. Así, todas las partes salen ganando.

Son dos las formas de financiación que están tomando mayor presencia. La primera es la financiación en plazos, como todos la conocemos. El usuario puede dividir el pago en 3, 6 ó 12 cuotas y abonarlas mensualmente a cambio de un pequeño interés. Y el *e-commerce* no tiene que preocuparse puesto que la plataforma de financiación le abonará el importe íntegro de la venta y, posteriormente, será la que se encargue de cobrar al cliente todos los meses.

La segunda fórmula permite el pago en diferido, es decir, el usuario realiza una compra y la paga 7 ó 14 días después. Para el cliente, este modelo es sumamente efectivo porque le permite comprar un producto, recibirlo en su casa y probarlo cómodamente. Si le gusta, se lo queda y si no le gusta, lo devuelve antes de ese plazo de 7 días y no tendría que abonar nada, salvo una pequeña comisión por el ser-

vicio. Para el *e-commerce*, la operación también está asegurada por la plataforma de financiación.

En el ejemplo que poníamos al principio sobre oportunidades que a veces surgen a fin de mes, estas formas de financiación constituyen una solución global, puesto que permiten hacer compras en un momento que a veces la liquidez es menor y pagar cuando ya hemos cobrado la nómina. Con esta sencilla fórmula estamos consiguiendo aumentar las ventas de nuestro *e-commerce* entre un 20% y un 50%. Al mismo tiempo, al abonar el cliente menos dinero en el momento de la compra, también se aumenta el *ticket* medio del carrito de la compra en torno a un 35%, puesto que compra productos de precios más elevados.

Las plataformas de financiación se han convertido en una nueva herramienta de marketing para el comercio electrónico. Además, permite a las tiendas diferenciarse de la competencia en un mercado cada vez más competitivo puesto que están facilitando la compra al cliente con funcionalidades que hace apenas unos años eran impensables, como ésta de recibir financiación al instante. Así, también, conseguimos que aumente la confianza del cliente en nuestra marca porque ha encontrado una solución a sus necesidades. Ahora puede comprar en cualquier portal de cualquier sector que tenga precios altos, es decir, puede pasar de comprar un producto de gama baja a la de gama *premium*. Y esto reconforta tanto al cliente como al propio *e-commerce*, porque estrecha la confianza entre ambos. Conviertes a un cliente simple en un cliente para toda la vida. En 2015 una media del 65% de los carritos de compra resultaban abandonados justo antes del momento de pagar en los *e-commerce*. Esta herramienta es una solución para reducir esa tasa tan elevada. La financiación se ha reinventado.

El sector de los métodos de pago *online* está evolucionando a pasos agigantados, con la aparición de nuevos métodos que ofrecen mejores opciones a los clientes y a las empresas de comercio electrónico. Todos contentos. Estamos ante una de las herramientas de marketing y fidelización más potentes de los últimos años, y no ha hecho más que empezar. ●