



# E-COMMERCE B2B: UNA GRAN OPORTUNIDAD EN MÉXICO

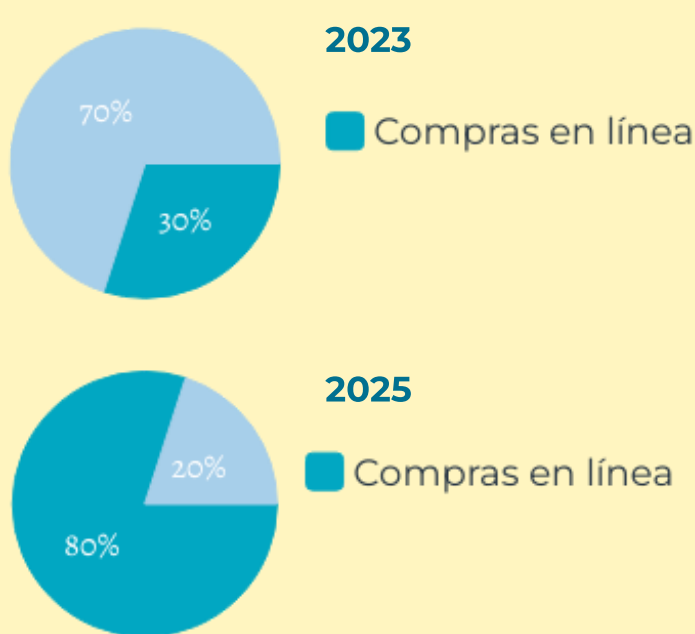
PARTE 2

El comercio electrónico en México y Latinoamérica ha tenido un crecimiento exponencial y las empresas están adaptando el **e-commerce B2B** como una de sus estrategias comerciales esenciales.

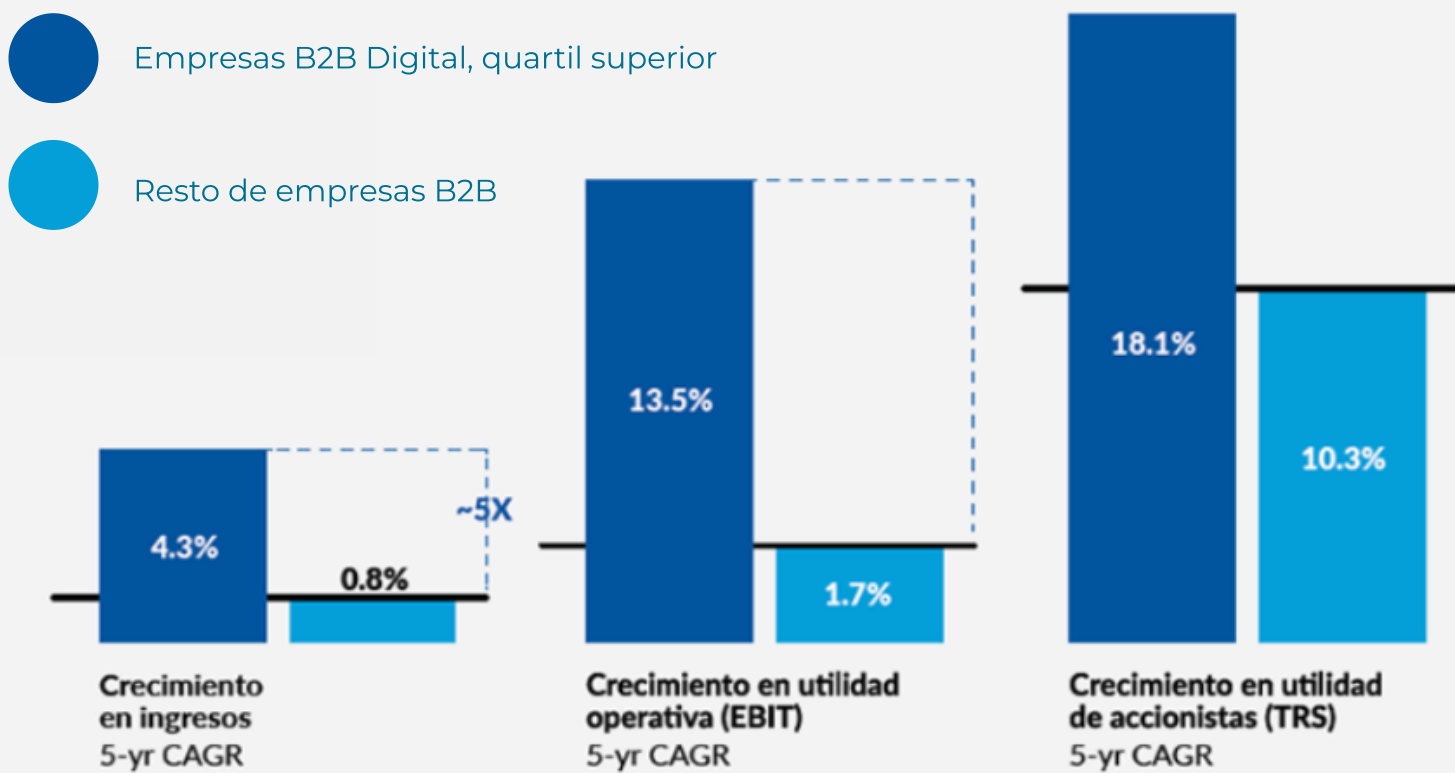
Al cierre del 2022 el comercio electrónico B2B capitalizó el año con grandes réditos; se pronostica que a final de 2023 el 30% de las compras industriales, construcción y retail en México se realizarán en línea. Para 2025, el 80% de las interacciones de compra se desarrollarán en canales digitales.

Las empresas que ya se han sumado a esta tendencia presentan un **CAGR a 5 años en su EBIT hasta 8 veces mayor** que el resto de las empresas.

## COMPRAS INDUSTRIALES, CONSTRUCCIÓN Y RETAIL



## Beneficios de empresas B2B que han implementado canales digitales de venta



CAGR: Tasa de Crecimiento Anual Compuesta

Fuente: CapitalIQ

Dentro de la competitividad para el comercio electrónico B2B, se han detectado importantes **tendencias** que podrían encauzar los esfuerzos a una **mejor rentabilidad** y un claro **diferenciador** frente a los oferentes durante 2023:

### 1. TECNOLOGÍA ORIENTADA A LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

El 45% de los compradores del sector B2B, han incrementado su inversión y pedidos a través de una plataforma eCommerce. Entre los puntos a pulir se encuentran: la facilidad de pago, la recompra o repetición de pedidos, la visibilidad del inventario y los detalles del producto.



### 2. PROCESOS SUSTENTABLES

60% de los clientes de eCommerce B2B, pertenece a la generación millennial y para ellos es determinante que una marca incorpore a sus procesos a una correcta transformación digital que los mantenga como una marca-empresa socialmente responsable.



### 3. CONTROL PRECISO DE DATOS

Es una necesidad optar por una plataforma de comercio electrónico que centralice los datos de los productos, clientes, precios y existencias.



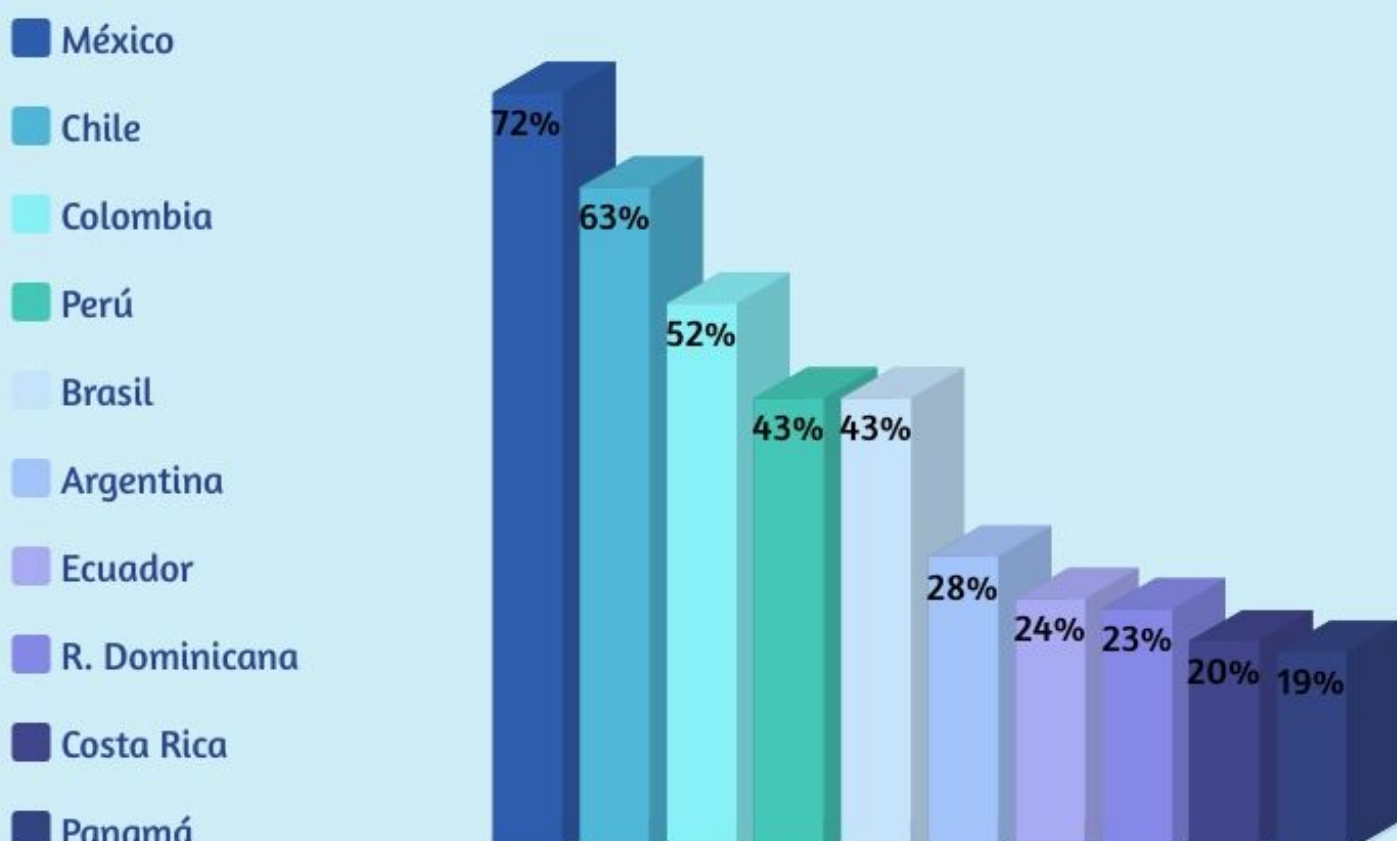
### 4. INCREMENTO DE SEGURIDAD

Prevenir amenazas de seguridad mediante la incorporación de herramientas y protocolos, debe ser una prioridad para proteger la información de tu empresa y tus clientes.



De acuerdo con el estudio realizado por Sana Commerce, cada día, las organizaciones realizan 428 compras y pedidos críticos para su negocio, **2/3 de las empresas están gastando más en línea ahora**, que antes de la pandemia, **los valores de los pedidos promedio han aumentado en un 45%**.

**México, que se encuentra en el top de los países más conectados según el Índice de Conectividad Global de DHL 2022**, es un destino clave para esta estrategia, siendo el principal socio comercial de Estados Unidos por su cercanía geográfica.



En OLA Branding, te ayudamos a lograr tus objetivos de negocio en México con las tendencias más actualizadas del mercado.

info@olabranding.com

www.olabranding.com

