



LA CLAVE DEL ÉXITO PARA LOS VENDEDORES DE AMAZON: OBTENER EL MEJOR PRECIO EN LA BUY BOX



100.000 VENDEDORES - UNA SOLA BUY BOX

CÓMO LOS VENDEDORES DE AMAZON GANAN POR SÍ MISMOS LA BUY BOX CON EL REPRICER DE SELLERLOGIC

Diversos factores de rendimiento como la disponibilidad de los productos, las valoraciones de los clientes o las bajas tasas de devolución, influyen positivamente a la hora de ganar la Buy Box. Sin embargo, el vendedor no tiene ninguna influencia directa en esto, pero sí en el precio. Aquí es donde entra en juego el Repricer de SellerLogic para Amazon. En función del rendimiento real, primero determina el precio con el que el vendedor de Amazon gana la Buy Box. Una vez alcanzado dicho precio, este se optimiza aún más. De este modo, el vendedor no obtiene el precio más bajo en la Buy Box, sino el precio más alto posible.


Es fundamental responder rápidamente a la evolución del mercado. El Repricer de SellerLogic para Amazon trabaja con un algoritmo inteligente basado en el análisis de Big Data. Este análisis optimiza los precios en función de la evolución del mercado y los cambios en los precios de los competidores.





¿QUÉ MARCA LA DIFERENCIA ENTRE SELLERLOGIC Y OTRAS HERRAMIENTAS CONVENCIONALES DE REPRICING?

Lo que diferencia principalmente el Repricer de SellerLogic para Amazon de otros Repricers de Amazon convencionales, es que en su gran mayoría trabajan con una optimización de reglas e intentan generar ventas con el precio más bajo posible. Su lema: "Nuestro producto debe ser siempre 5 céntimos más barato que el más barato". Conseguir entrar en la Buy Box a través de este rígido mecanismo no está garantizado, ya que existen otros factores de rendimiento decisivos para poder ganarla.



 **Sellerlogic GmbH**
Grafenberger Allee 277-287
40237 Düsseldorf,
Alemania

 +49 211 900 64 110

 support@sellerlogic.com

 www.sellerlogic.com/es

EL CONCEPTO DE UN REPRICING DINÁMICO

Razón por la cual, Sellerlogic se basa en el concepto del repricing o ajuste de precios. Los vendedores pueden elegir entre diferentes niveles de automatización: desde la optimización completamente automática de la Buy Box con el precio más alto, pasando por la optimización del posicionamiento (para poder alcanzar por ejemplo, una notoriedad en específico o simplemente estar presente en la Buy Box), hasta estrategias basadas en el volumen de venta para fabricantes y proveedores de marcas propias.

Para crear una estrategia manual, el Repricer de SellerLogic para Amazon dispone de una gran lista de diferentes parámetros. De este modo, el vendedor tiene la libertad de establecer la configuración de la optimización y facilita la presentación de escenarios específicos. Con SellerLogic el vendedor puede fijar los límites del precio máximo y mínimo de forma permanente en el sistema del Repricer, o calcularlos dinámicamente sobre la base del margen deseado.

Además, la estrategia de Push ofrece la posibilidad al vendedor de reducir el precio de los productos que tienen dificultad para venderse y al mismo tiempo incrementar los precios a medida que aumenta la demanda. En la estrategia de Daily Push, tiene la opción de hacer que la venta de sus productos dependa del comportamiento de compra. Por ejemplo, el vendedor puede aumentar el valor del precio de los artículos vendidos antes de la medianoche o restaurar el precio inicial en un momento dado.

DATOS CLAVES

- En España y México Amazon ya es líder de las ventas en línea.
- Los distribuidores con gamas idénticas de productos deben competir ganando la Buy Box lo más rápido posible y manteniéndola el mayor tiempo posible.
- Amazon no ofrece al vendedor ningún tipo de asistencia al cliente ni posibilidades de optimización para las ventas dinámicas.

LAS VENTAJAS PARA NUESTROS CLIENTES

- El Repricer de SellerLogic trabaja con un algoritmo dinámico que ajusta sus precios según la situación del mercado. Esta es una ventaja decisiva en la optimización de las reglas definidas.
- Maximización del margen de ganancias al optimizar los precios al precio más alto en la Buy Box en lugar del precio más bajo.
- Adiós al costoso dumping de precios.
- Capacidad ilimitada de los procesos y volúmenes de venta.

Fuentes de información:
e-commerce news, business insider, marketing4commerce.mx