

Un esprint hacia el éxito: cómo los pagos aplazados de PayPal han ayudado a Deporvillage a aumentar la conversión en su web y a la adquisición de clientes

En 2010, dos emprendedores apasionados por el deporte fundaron Deporvillage. Transformaron su pasión en un negocio próspero. Actualmente, Deporvillage cuenta con más de 2,5 millones de clientes y más de 100 000 productos de más de 680 marcas de renombre en todo el mundo. Siempre se han centrado en proporcionar equipamiento deportivo de marcas líderes.

Aunque Deporvillage nació en Barcelona, sus productos llegan ahora a más de 200 países. Su objetivo es ser la principal tienda online de productos destinados al ciclismo, a las actividades al aire

libre y al correr de todo el mundo. Gracias a su rápido crecimiento y a su compromiso con la calidad y los precios competitivos, Deporvillage se convertirá sin duda en una empresa puntera.

Alex Reina Cobos, Director de desarrollo de negocio de Deporvillage, explicó el valor que aporta la solución de pagos aplazados de PayPal. Indicó el efecto dominó que aportan los pagos aplazados a la hora de aumentar el valor medio del carrito. Un aumento que tiene efectos positivos para sus clientes, su negocio y el medioambiente.





El reto.

La misión de Deporvillage es ofrecer precios competitivos en las principales marcas de equipamiento deportivo y, al mismo tiempo, una experiencia de compra extraordinaria. Según recientes investigaciones, el 72 % de los usuarios de pagos aplazados afirman que esta opción les permite comprar lo que necesitan sin tener que esperar.¹

Poniendo al cliente en el centro, Deporvillage quería mejorar la experiencia de pago mediante opciones de compra flexibles. Esta flexibilidad permite a sus clientes comprar productos de calidad y puede contribuir a que las compras sean más sostenibles.

— “ —

La razón por la que integramos PayPal hace 10 años fue porque sabíamos que con PayPal atraeríamos a nuevos clientes. Además, PayPal infunde confianza que anima al cliente a comprar.

Alex Reina Cobos

Director de desarrollo de negocio, Deporvillage

— ” —

La solución.

La solución de pagos aplazados de PayPal en España, Paga en 3 plazos, permite a los clientes pagar en 3 plazos. Los consumidores españoles pueden pagar las compras de entre 30 y 2000 euros que cumplan los requisitos en tres plazos idénticos, sin intereses ni recargos por demora.

Alex señaló que fueron muchos los factores que llevaron a Deporvillage a elegir la solución de pagos aplazados de PayPal. Un factor clave fue que el esfuerzo necesario para la integración es mínimo.

“Con PayPal, no tuvimos que hacer casi nada, en comparación con los 1 o 2 meses de trabajo que requería la integración con otros proveedores. Y eso se nota”, afirmó Alex.

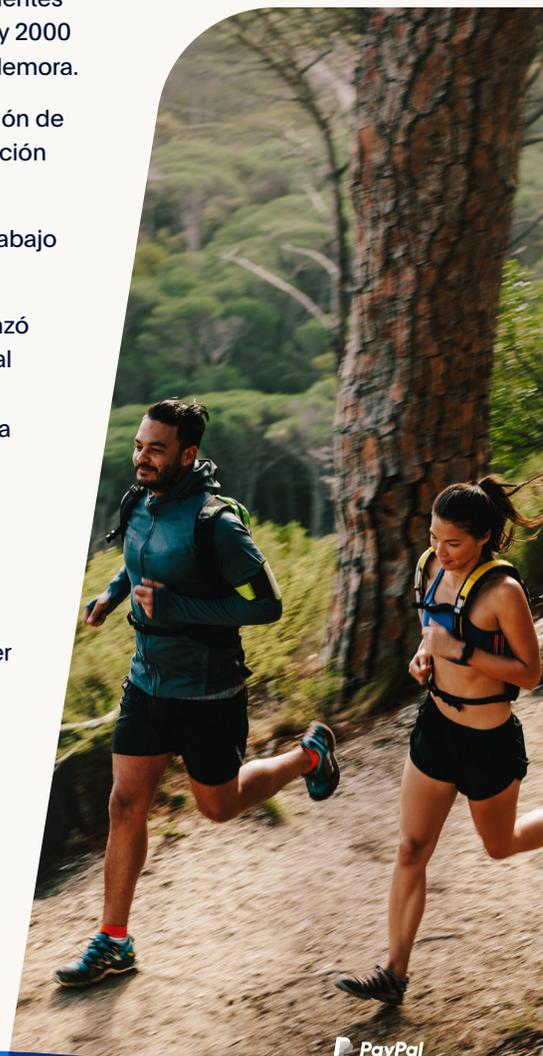
Otro aspecto determinante fue la sólida relación entre Deporvillage y PayPal, que comenzó hace una década. Alex detalló: “La excelente relación comercial que tenemos con PayPal nos impulsó a implementar su solución de pagos aplazados. Contamos con un equipo de asistencia local muy comprometido, y han hecho que PayPal pase de ser un servicio a convertirse en un valor”.

Otro punto decisivo fue contar con un socio internacional potente. Alex señaló lo importante que es PayPal para su negocio a medida que Deporvillage se expande a nuevos mercados. “Al principio, cuando empezamos con PayPal, fue porque los consumidores no conocían Deporvillage. Pero sí conocían PayPal. Cuando los clientes ven el logo de PayPal, esto les aporta una sensación de seguridad que nos ayuda a atraer a nuevos clientes”, explicó Alex.

A nivel mundial, la cuota de pago con PayPal (SOC, por sus siglas en inglés) es del 35 % del total de las ventas de Deporvillage.² Sin embargo, en mercados en expansión como Alemania, Reino Unido y Estados Unidos, la SOC con PayPal es superior al 50 %.² Esta importante cuota de pago pone de relieve el punto de vista de Alex sobre la capacidad de PayPal para ampliar el alcance de su mercado y conseguir clientes.

¹ Un estudio online encargado por PayPal y realizado por TRC en abril de 2022, con 5000 consumidores de Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia y Australia (1000 adultos por país, incluidos unos 300 usuarios de la solución de pagos aplazados de PayPal en Estados Unidos, Reino Unido y Francia).

² Según los datos proporcionados por Deporvillage, 2022.



Los resultados.



Alex afirmó que lo que más le sorprendió fue que “el aumento del valor medio del carrito gracias a los pagos aplazados fue mucho mayor del que esperaba”. Y luego detalló: “Este aumento nos resulta importante por diferentes motivos. Con un valor medio de pedido (AOV, por sus siglas en inglés) más alto, los costes logísticos se reducen porque los gastos de envío siguen siendo los mismos, pero las ventas son mayores. Un mayor AOV también tiene un efecto positivo en los costes de marketing.

Tanto si un artículo cuesta 100 € como 200 €, mi coste por adquisición (CPA) y mi coste por clic (CPC) siguen siendo los mismos”.

Alex también asocia un mayor AOV a la sostenibilidad. “Cuando los clientes pueden comprar un producto más caro y pagar a plazos, es probable que ese producto sea más duradero y tenga una mayor vida útil. Con ello se logra un efecto positivo para el planeta”.

En España, el AOV con los pagos aplazados de PayPal es un 54 % más alto que el AOV con PayPal simplemente, y ha ido aumentando de forma constante.³ Deporvillage vio un impresionante aumento del 21 % de nuevos clientes al probar el uso de banners estáticos sobre los pagos aplazados en la página de descripción del producto (PDP, por sus siglas en inglés).⁴ Y al probar los banners estáticos frente a los banners dinámicos en la PDP y en el carrito, vieron un aumento del 14 % en la conversión.⁵

Los banners dinámicos de los pagos aplazados calculan el coste de cada cuota a la hora de pagar el producto. Esta transparencia ayuda al cliente a tomar la decisión de comprar, aumentando así la conversión.

Las ventas a plazos en España también están aumentando y ya suponen el 16 % del total de la SOC de PayPal.³ No cabe duda de que este cambio hacia el pago a plazos es algo que los clientes estaban buscando. De hecho, es más probable que el 72 % de los usuarios de la opción de pagos aplazados de PayPal vuelva a comprar a un vendedor si ofrece esta opción.⁶

Alex fue tajante en su opinión sobre la solución de pagos aplazados de PayPal: “Recomendaría Paga en 3 plazos por el importante aumento del carrito de la compra. PayPal aporta valor a Deporvillage, ya que nos ayuda a adquirir nuevos clientes y a aumentar la conversión”. Es un éxito para este incipiente imperio deportivo.

MÉTRICAS DE ÉXITO

14%

de aumento en la conversión en el sitio web.⁵

21%

de aumento en nuevos clientes.⁵

54%

mayor valor medio con los pagos aplazados.³

16%

de las ventas de PayPal son con pagos aplazados.³

³ Fuente de datos de PayPal, de marzo a agosto de 2022, comparando el AOV de los pagos aplazados con el AOV de los pagos no aplazados para las transacciones de PayPal. Es posible que estos resultados no sean representativos y que varíen considerablemente según el negocio. Este contenido tiene únicamente fines informativos. Se recomienda recabar asesoramiento empresarial, fiscal, financiero y legal independiente antes de tomar cualquier decisión empresarial.

⁴ Los datos proceden de un pre y un post test, del 22 de octubre de 2021 al 31 de diciembre de 2021 (sin banners) y del 1 de enero de 2022 al 4 de abril de 2022 (banners estáticos en la PDP).

⁵ Los datos proceden de un pre y post test, comparando el período entre el 1 de enero de 2022 y el 4 de abril de 2022 (banners estáticos en la PDP) frente al período entre el 5 de abril de 2022 y el 16 de mayo de 2022 (banners dinámicos en la PDP + carrito).

⁶ Un estudio online encargado por PayPal y realizado por TRC en octubre de 2022, en el que participaron 1000 consumidores de España mayores de 18 años.