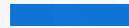




INTERNET HOME CONNECTION SERVICE S.L



eCommerce solutions



Quienes somos



Nuestro AdN



Antecedentes



Nuestra visión
ECommerce

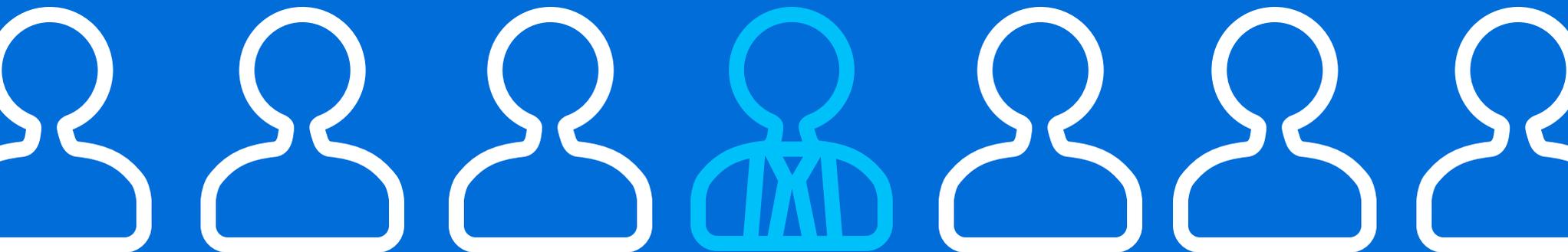


Servicios/Proyectos



Evolución Mercado
ECommerce

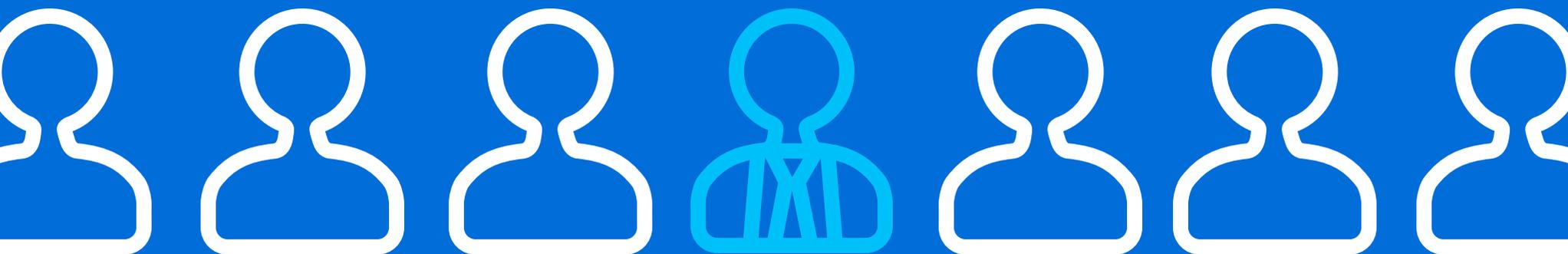




QUIENES SOMOS



Somos especialistas del E-commerce con amplia experiencia desarrollando proyectos B2C y B2B. Además de profesionales en cuatro áreas fundamentales PRODUCTO/ MARKETING/TECNOLOGÍA/LOGÍSTICA



NUESTRO ADN



En IHCS nos caracterizamos por nuestro conocimiento y especialización sectorial, somos expertos en el canal de fabricantes, mayoristas y distribuidores. Fabricamos ideas y desarrollamos canales de venta online integrados con todos los procesos de negocio de la compañía.

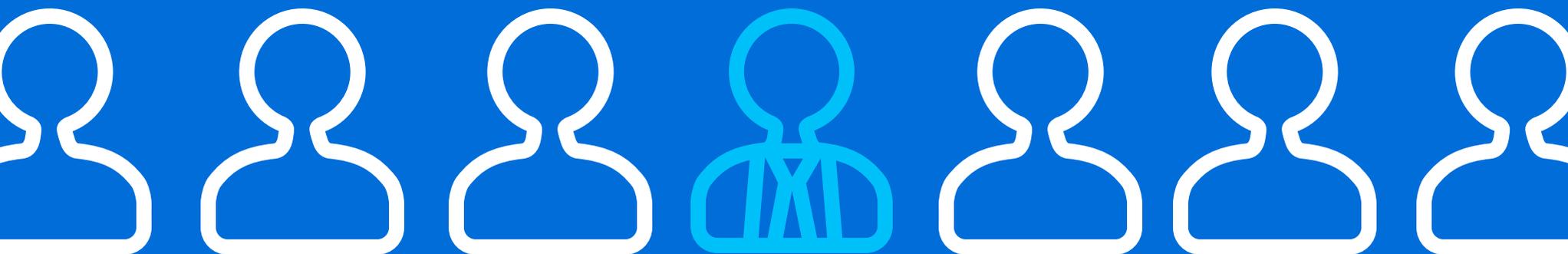


NUESTRO ADN



Creamos estrategias e-Commerce especializadas e integradas con los principales sectores como tecnología, electrónica, el descanso, ocio y tiempo libre, movilidad, etcétera.

Cada sector y cada empresa es diferente y, por lo tanto, requiere que su canal online sea diferencial.



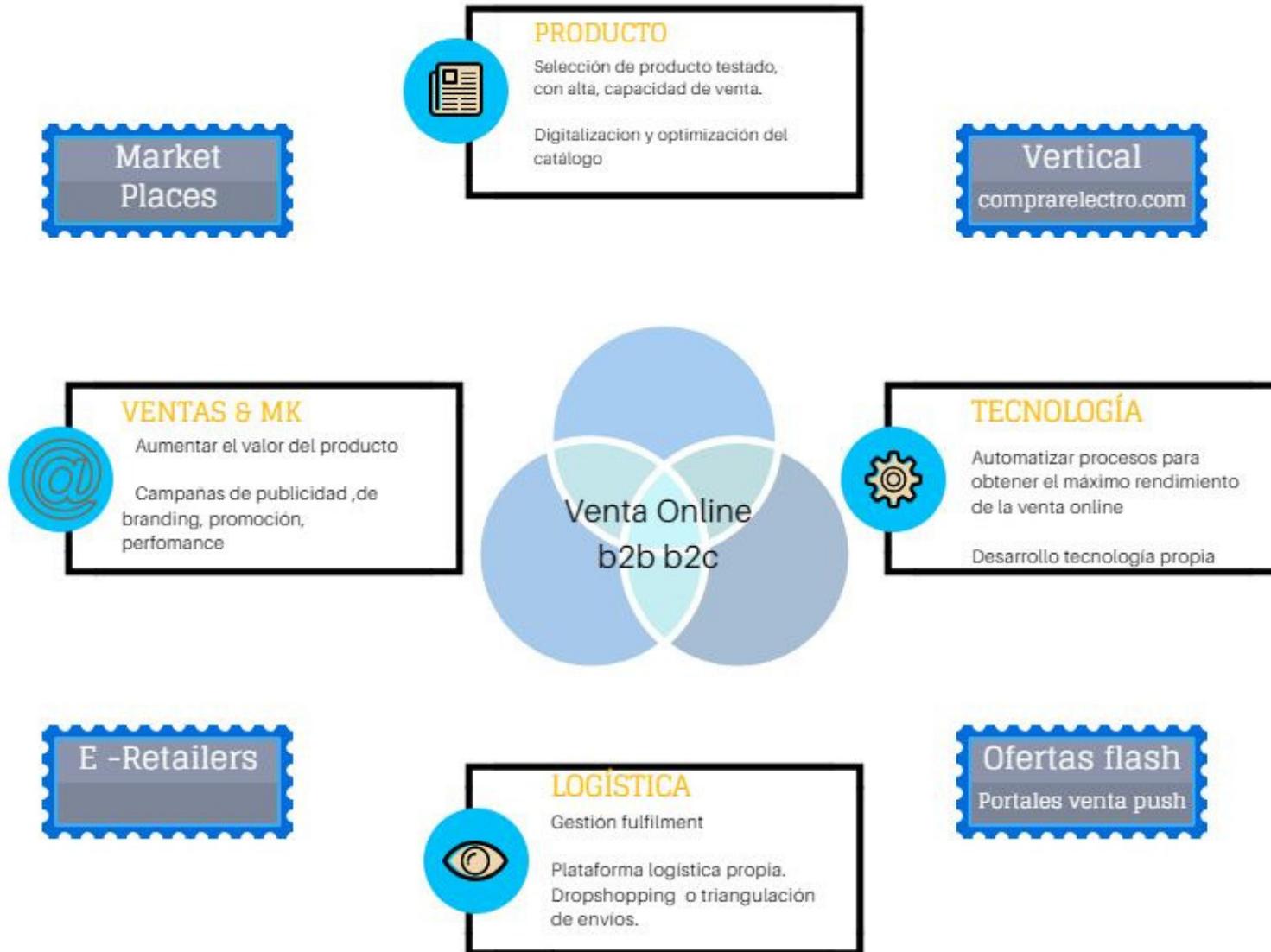
UN CAMINO RECORRIDO

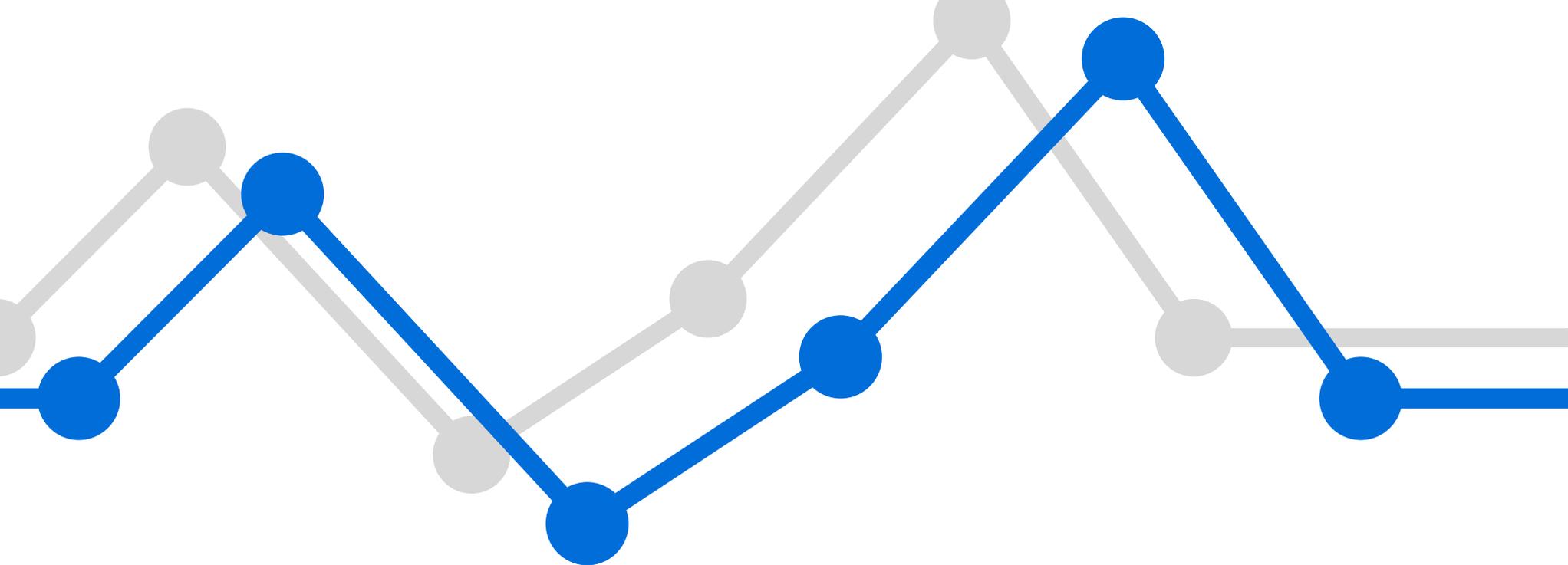


UNA PROPUESTA DE VALOR con más de 11 años de experiencia, IHCS ha desarrollado y consolidado fuertes relaciones con clientes y proveedores que permiten tener un volumen de negocio garantizado para ambas partes.

Con una base tecnológica sólida y de desarrollo propio, garantizamos tanto a clientes como proveedores la posibilidad de aumentar su negocio de forma rápida y sostenible.

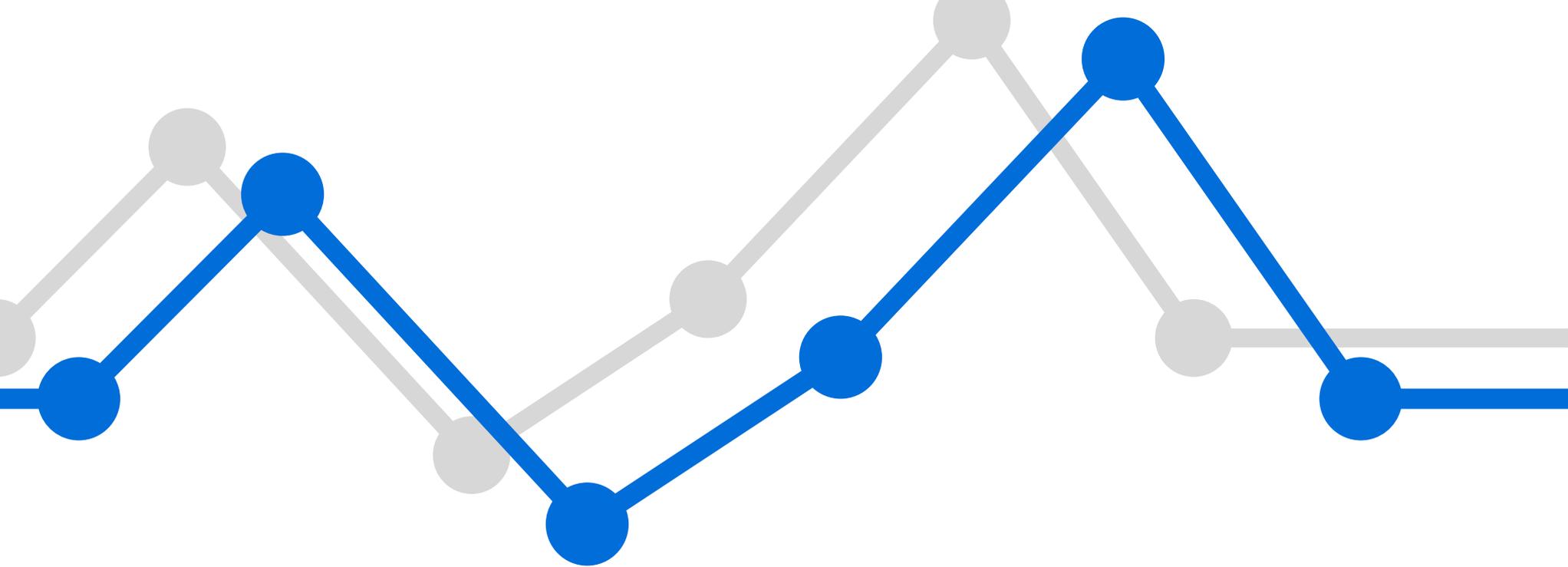
Con un enfoque claro en servicio y producto de calidad, IHCS se compromete con cada entrega a cliente final como si se tratara de un cliente suyo, brindando un servicio 360°.





ANTECEDENTES

- En 2013 se crea la web comercial [ComprarElectro](#) web para la venta online de informática. Nace con la intención de ofrecer a todos los aficionados a las nuevas tecnologías, artículos al mejor precio con una apuesta por los productos de calidad, el mejor trato personal y con las mayores garantías en un mercado en alza.



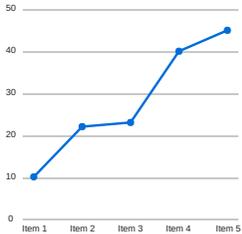
ANTECEDENTES

- TenGO! es una marca de componentes electrónicos Android con un modelo de negocio basado en la sencillez para los consumidores, ofreciendo un producto funcional dotado de una buena calidad y un diseño sobresaliente, con una relación calidad-precio excelente.

NUESTRA VISIÓN E-COMMERCE



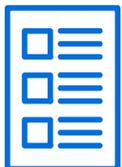
- Definición de los objetivos, el target y los pasos a seguir para la creación de la estructura: B2B, B2C, marketplaces ,verticales, dropshipping...



- Análisis del mercado: Análisis de la situación actual del sector en Internet, estudio de la competencia y de las mejoras que podemos aplicar.



- Producto: Definición de los productos de la tienda online, su gestión interna, sus características, atributos y la relación entre ellos.



- Catálogo: Marcar la mejor estructura del catálogo y la categorización de los productos enfocada al incremento de las ventas y la mejora de la usabilidad de la tienda online.

NUESTRA VISIÓN E-COMMERCE



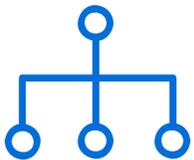
- Potenciadores de marketing de venta que dinamizan las ventas y fortalecen la confianza y la seguridad de los usuarios en los procesos de compra.



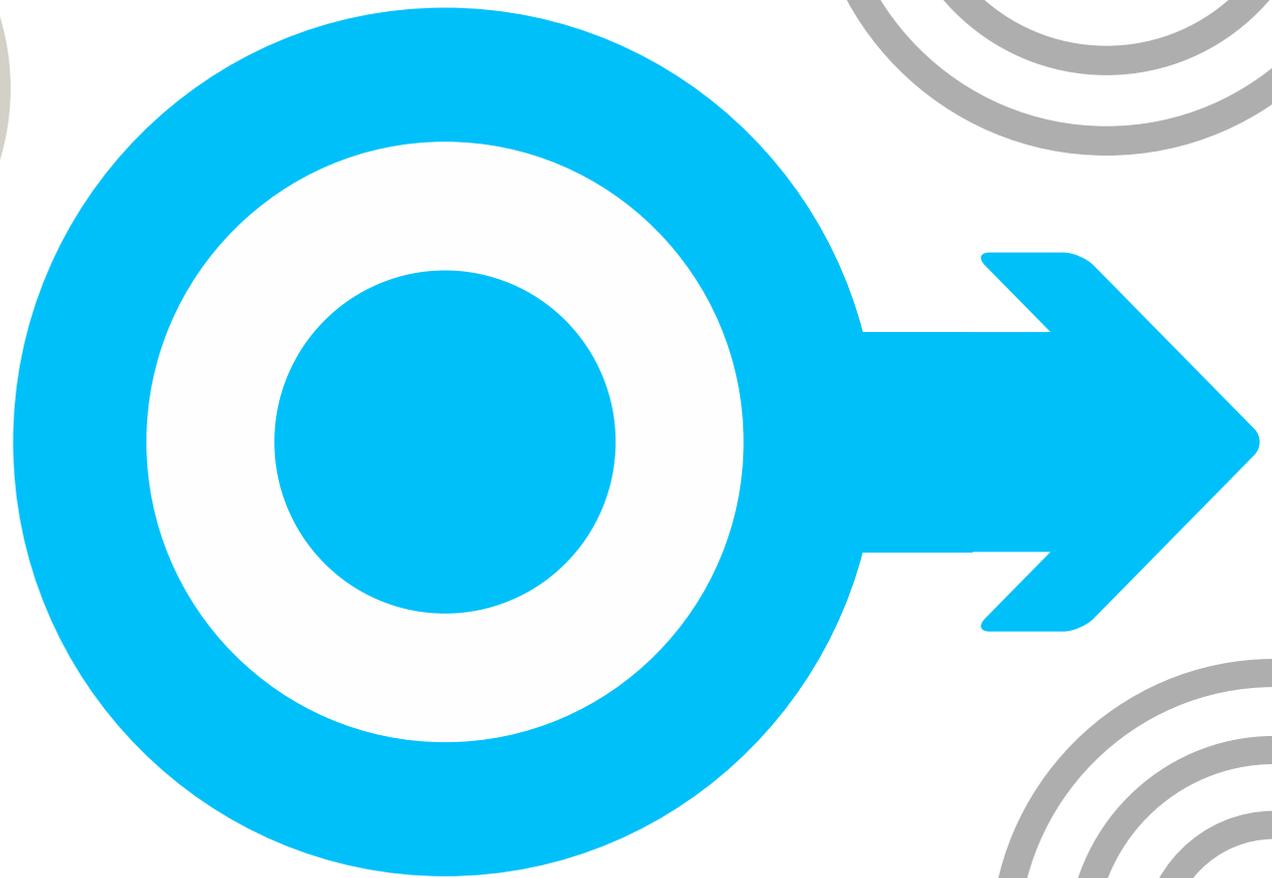
- Atención al cliente: Mejorar el plan de atención al cliente consiguiendo un aumento de la fidelización y una mejora de imagen de marca, un incremento de las ventas y de suscriptores.



- Plan de logística: Integración de la tienda con los procesos de logística y el stock de almacén para la reducción de errores y aumentar así la satisfacción del cliente.



- Integración tecnológica: La importancia de la integración de la tienda online con los sistemas de información de la empresa cobran cada vez más importancia en la automatización y efectividad de nuestros procesos.



A través de objetivos SMART: específicos (Specific), medibles (Measurable), alcanzables (Achievable), relevantes (Relevant) y deben estar dentro de un periodo de tiempo concreto (Timely).

Por lo tanto, una solución de valor añadido tanto para fabricantes y proveedores como para retail offline y grandes plataformas de comercio electrónico que resulten en un aumento de ventas para ambas partes.



PRODUCTO

En IHCS trabajamos con una gama de productos de primeras marcas para garantizar a nuestros clientes siempre la máxima calidad. Mediante la investigación en diferentes mercados conseguimos captar las mejores oportunidades para cada producto y dirigirnos a los clientes más adecuados para cada uno de ellos. Nuestra intención es satisfacer siempre a cada tipo de público con los productos más innovadores al mejor precio y con la máxima calidad.

- **Primeras marcas**
- **Calidad y garantía**
- **Precios competitivos**
- **Segmentación de mercados**
- **Investigación e innovación**
- **Definición y creación de estructura de un catálogo óptimo.**
- **Lanzamiento, actualización continua de la página de detalle de cada producto.**

VENTAS & MARKETING

El marketing es uno de los pilares fundamentales dentro del business core de IHCS, cuyo objetivo principal es maximizar las ventas.

Una estrategia personalizada para cada uno de los productos de su catálogo, teniendo en cuenta todas las variables dentro de la estrategia (KPIs, objetivos, acciones, herramientas, tecnología, usabilidad, etc) Fomentamos el branding, con un clara estrategia de publicidad que afectará directamente a la visibilidad del producto. Analítica y reporting de ventas, de optimizaciones de Product listing, de la competencia, de los mercados.

- **Analítica Web**
- **Sponsored Ads Market Places**
- **Emailing**
- **Buscadores SEO/SEM**
- **Retargeting**
- **Reputación Social**
- **Test A/B**
- **Video Marketing**
- **Display**





LOGÍSTICA

IHCS ofrece además de almacenaje, una solución on-go para gestionar recogidas en almacenes de terceros.

Y, cuenta con un partner que nos proporciona servicios logísticos y de mensajería, que opera con uno de los sistemas más puntero de España.

Realizamos una constante monitorización del proceso de envío y recogida para lograr uno de los mejores servicios logísticos del mercado.

- **Ubicación estratégica en el corazón de la Península**
- **SILO, alta capacidad de almacenaje 10.206 huecos**
- **Trazabilidad completa de los pedidos desde su creación hasta la entrega en Cliente final**
- **Dropshipping o triangulación envíos**
- **27 años de trayectoria y experiencia**

TECNOLOGÍA

IHCS dispone de tecnología propia automatizada para obtener el máximo rendimiento en la venta online.

Desarrollamos nuestra propia tecnología para poder integrar vía API todas las plataformas de Europa, el catálogo de productos, stock de existencias, contenido localizado y precios.

Nuestra herramienta, conectada con NAVISION y todas las gestiones se realizan mediante ficheros. Esta solución permite unificar información muy variada que deriva en una alta capacidad de análisis.

Integración completa Back Office

- **Ventas**
- **Stock actualizado**
- **CRM**
- **Productos**
- **Precios**
- **Terceros (Market Place, Logística)**
- **Trazabilidad pedidos, trackings**





ADMINISTRACIÓN POSTVENTA

IHCS reconoce que el éxito en los canales online depende no sólo de administrar y actualizar los listings de sus productos y de tener el mejor precio, sino también en la forma en que se responde a los correos y consultas de los clientes. Realizamos un completo servicio de post venta desde la atención al cliente, logística inversa hasta el análisis de las valoraciones de los productos. Y además contamos con un sistema automatización de facturas sincronizado con todos los pedidos.

Servicio Postventa

- **Gestión de incidencias**
- **Gestión de devoluciones**
- **Solicitud de valoraciones**

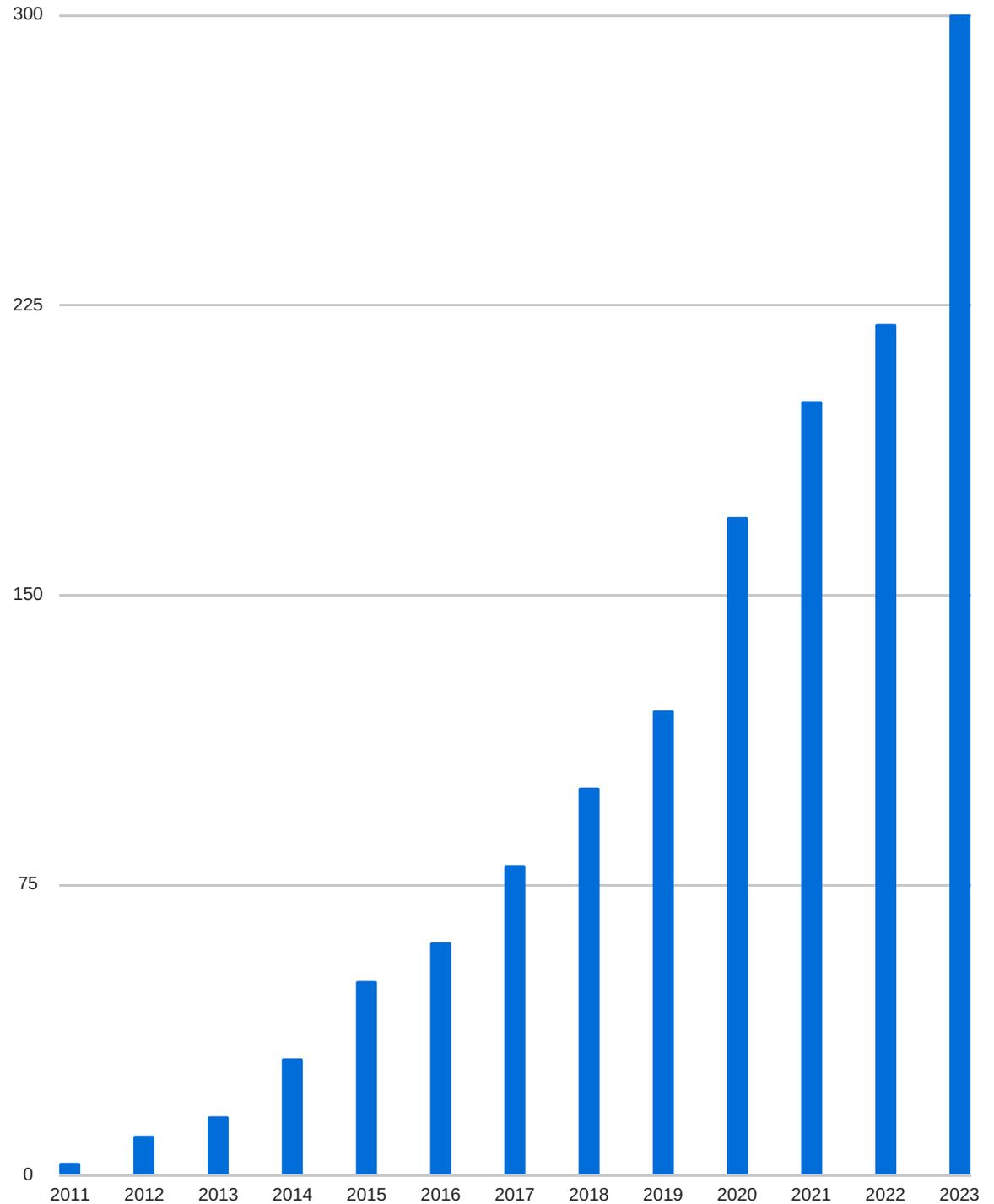
Atención al cliente

- **ATC vía mail**
- **ATC vía telefónica**
- **Resolución de incidencias**

Sistema propio RMA

Facturación automática

EVOLUCIÓN DEL MERCADO



- **Un 74% de los internautas españoles ya compran online. La penetración de compradores online se estabiliza, pero aumenta su valor.**

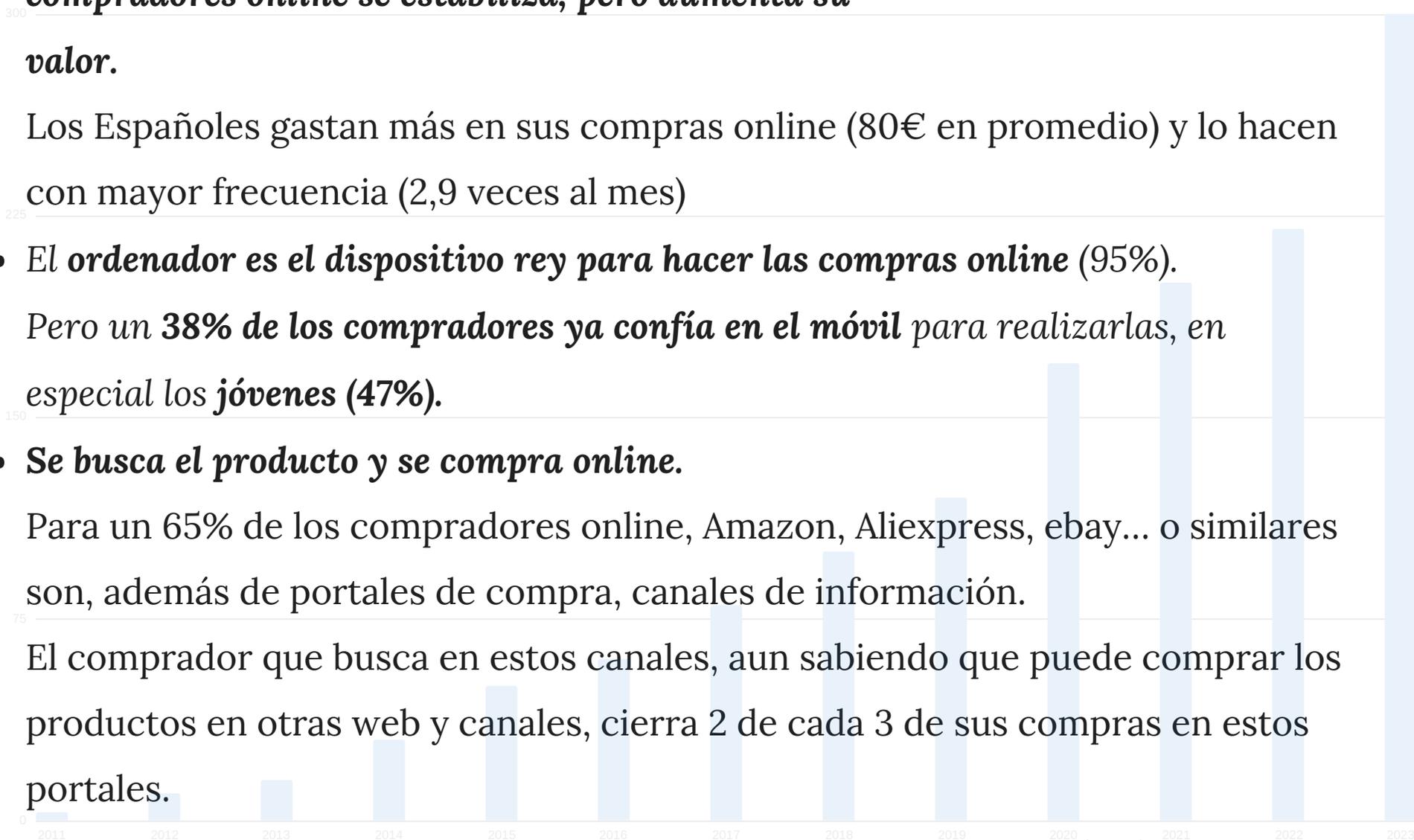
Los Españoles gastan más en sus compras online (80€ en promedio) y lo hacen con mayor frecuencia (2,9 veces al mes)

- **El ordenador es el dispositivo rey para hacer las compras online (95%). Pero un 38% de los compradores ya confía en el móvil para realizarlas, en especial los jóvenes (47%).**

- **Se busca el producto y se compra online.**

Para un 65% de los compradores online, Amazon, Aliexpress, ebay... o similares son, además de portales de compra, canales de información.

El comprador que busca en estos canales, aun sabiendo que puede comprar los productos en otras web y canales, cierra 2 de cada 3 de sus compras en estos portales.



- **La recomendación de amigos/familiares (89%) y las opiniones de otros usuarios (83%) son los influenciadores con mayor peso ante la compra online.**

La recomendación mientras navegas, parece ser una acción efectiva ya que un 53% de los que reciben una recomendación declaran que acaban comprando el producto/servicio.

- **Las compras online generan satisfacción (8,2 sobre 10).**

El precio (65%) y la facilidad de uso (57%) son las variables que mayor satisfacción generan.

Aumenta la confianza en los eCommerce (74% confían) gracias a las buenas experiencias con sus compras y la mejora en seguridad de las formas de pago.

- **Un buen plazo de entrega también genera satisfacción para la mitad de los compradores (51%).**

Estamos delante de un comprador que cada vez más exigente con los envíos (máximo 4,4 días en llegar), y los plazos de entrega son determinantes a la hora de repetir sus compras en un eCommerce (23%).

El plazo de entrega es el **primer driver para escoger un ecommerce u otro.**

TENDENCIAS ECOMMERCE 2018

- FAST DELIVERY
- OMNICALIDAD
- RELACIÓN SOCIAL-COMMERCE.
- VENTAS ONLINE-OFFLINE
- COLABORACIÓN DE DATOS



EL 68% DE LOS USUARIOS CONSIDERA QUE EL PLAZO DE ENTREGA DEBE SER INFERIOR A 5 DÍAS, SIENDO UN 25% LOS QUE CONSIDERAN QUE EL PLAZO DEBERÍA SER ENTRE 1 Y 2 DÍAS. EN 2018, ESTA TENDENCIA SEGUIRÁ CRECIENDO Y CADA VEZ MÁS COMPAÑÍAS OFRECERÁN MÁS OPCIONES DE ENTREGA DE SUS PRODUCTOS.

A LO LARGO DEL AÑO SE EXPERIMENTARÁ UNA PROGRESIVA CONCENTRACIÓN DEL TRÁFICO EN DETERMINADOS MARKETPLACES. EL MODELO DE NEGOCIO DE LOS MARKETPLACES, ES UNA FÓRMULA PARA QUE LAS MARCAS Y DISTRIBUIDORES MENOS DIGITALES PRUEBEN EL POTENCIAL DEL ECOMMERCE COMO CANAL DE VENTAS.

SE EXPERIMENTARÁ UN CRECIMIENTO DEL PASO DEL TRÁFICO OFFLINE A INTERACCIONES ONLINE. POR SU PARTE, LOS PRINCIPALES RETAILERS BUSCARÁN PARTNERSHIPS QUE LES PERMITAN UTILIZAR MEJOR LOS DATOS DE CRM EN LA TIENDA PARA ENCONTRAR Y ALCANZAR A LOS CONSUMIDORES ONLINE CON CAMPAÑAS PERSONALIZADAS PARA GENERAR RE-ENGAGEMENT Y AUMENTAR LAS VENTAS.

PARA MANTENERSE COMPETITIVOS, LOS RETAILERS Y LAS MARCAS CONTINUARÁN AGRUPANDO ACTIVOS DE DATOS PARA PERSONALIZAR EL CONTENIDO Y FORJAR RELACIONES MÁS CONSISTENTES CON LOS CLIENTES. COLABORAR Y GENERAR DATOS COMPARTIDOS ES UNA CRECIENTE NECESIDAD PARA AMBOS Y UNA OPORTUNIDAD PARA ALCANZAR UNA ESCALA SIMILAR A LA DE LOS GIGANTES DIGITALES.

INTERNET HOME CONNECTION SERVICE

Calle Marie Curie 5 Edificio Alfa oficina 6.6
28521 Rivas Vaciamadrid
Teléfono: 91 4994773
Info@ihcs.pro

