



REPETIRÁ LA FÓRMULA EL PROXIMO AÑO

Amazon aumenta 60% sus ventas en su Prime Day

Redacción

valores@eleconomista.com.mx

LA COMPAÑÍA de ventas en línea más grande del mundo Amazon.com declaró como su “mejor día” su venta del Prime Day, un evento anual para sus más leales clientes.

Financial Times (FT) publicó en su edición en línea que tan sólo ese día las órdenes globales de Amazon se dispararon 60% contra el evento del 2015.

Sin dar cifras, la compañía fundada por Jeff Bezos aseguró que su Prime Day superó por mucho las ventas del Black Friday.

El Prime Day, en su segunda edición, sólo es accesible para los miembros de Amazon Prime, un servicio que les ofrece entrega rápida.

Según Amazon, vendió más de 90,000 televisores, más de 215,000 máquinas para cocinar arroz y más de tres veces el número de dispositivos de Amazon que lo vendido el año pasado.

Greg Greeley, vicepresidente de Amazon Prime, dijo que después de las ventas tan importantes “definitivamente volveremos a hacer el evento el año próximo”.

En una clara estrategia de Walmart para competir con Amazon en su Prime Day, la minorista más grande del mundo por ingresos extendió de manera temporal el servicio de entrega gratuita a todos sus clientes y les ofreció además una serie de descuentos en sus productos.

Aunque Walmart se queda rezagada cuando se trata de compras en línea, Charlie O'Shea, analista de Moody's, dijo que la clave para ella, Target y otros es ser el segundo portal (luego de Amazon) más visitado para comparar precios.

Amazon.com es el minorista estrella de las ventas online, con ventas por 83,000 millones de dólares en los últimos 12 meses, comparado con los 13,500 millones de dólares de Walmart, según eMarketer.

Amazon consintió a sus mejores clientes con ofertas en el Prime Day. FOTO

ARCHIVO: AP

