

Kippel⁰¹

EMPRESA

Ebay mueve ficha: lanza un comparador de precios para retar Amazon

La compañía ha creado un comparador de precios para más de 50.000 productos. De este modo, la compañía quiere hacer frente a Amazon y otros marketplaces ofreciendo el precio más competitivo posible.

21 JUN 2017 — 20:03

POR KIPPEL01



Ebay se pone las pilas. La empresa californiana ha movido ficha por miedo a perder a aquellos clientes que se han pasado a **Amazon**, **Walmart** y otras tiendas online. Frente a esto, **Ebay** ha anunciado que más de 50.000 productos de su competencia ya están disponibles en su plataforma de comparador de precios.

El objetivo de **Ebay** es que si un cliente encuentra un competidor que ofrece el mismo producto por menos, la compañía ofrece un cupón equivalente a la diferencia de precio, que dura 24 horas y es aplicable a otros ítems. Esta selección de productos viene, además, con envío gratuito y son accesibles para todos los usuarios sin necesidad de registro.

Los competidores a los que **Ebay** pretende hacer frente con esta nueva oferta son **Amazon**, **BestBuy**, **Jet**, **HomeDepot**, **Sears**, **Target**, **Ealmart** y **Wayfair**. Para que los productos de su competencia entren en el comparador de precios, estos han de ser idénticos y debe haber *stock* por ambas partes.

1/2

<https://www.kippel01.com/empresa/ebay-mueve-ficha-lanza-un-comparador-de-precios-para-retar-amazon.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

EMPRESA

Con este movimiento, **Ebay** también pretende atraer a aquellos consumidores que consideran que su página está principalmente enfocada a las subastas. Aunque el grupo estadounidense sigue apoyando ese formato, los artículos de precio fijo representan el 87% de su volumen de mercancías, según datos de la propia empresa.