



TENDENCIAS ECOMMERCE 2022

Adaptación de la tienda Online en la era post-COVID

Ponente: Jesús Herrero

 <https://www.linkedin.com/in/jherrero/>

IT Senior Consultant. Project Manager. Webmaster. Formador.

Con una experiencia de más de 25 años, se ha especializado en el desarrollo de proyectos para la PYME, asesorando en servicios digitales e implantando soluciones web. Ha impartido multitud de charlas y formaciones para SIMO, Ayuntamiento de Madrid, El Corte Inglés, organismos gubernamentales y círculos empresariales.



Empresa: Extra Software

Desde 1988 desarrollando software profesional para la gestión empresarial. Hoy en día, más de 30 años después, nuestra empresa ha logrado más de 11.000 usuarios a lo largo de todo el territorio nacional gracias a GEXTOR, nuestro ERP de última generación de estructura modular, con más de cuarenta módulos sectoriales y relacionados. Nos dedicamos a impulsar Transformación Digital de las empresas con herramientas tan diversas como el Desarrollo y Diseño web, Soluciones de eCommerce, Marketing Digital, Desarrollo de Apps, Business Intelligence, Realidad Aumentada/Realidad Virtual, IoT, herramientas de ciberseguridad y soluciones de teletrabajo.

Objetivo

- ❑ La principal meta de la sesión es la de dar a conocer la situación actual del Ecommerce, para poder considerar aquellos aspectos susceptibles de cambio en nuestra tienda online, adaptándolos a las actuales tendencias.
- ❑ Solo conociendo las nuevas posibilidades que nos ofrece la tecnología actual, podremos dotar a nuestro comercio de las funcionalidades más demandadas por los consumidores. Es fundamental conocer las costumbres y canales de nuestros potenciales clientes.
- ❑ El hecho de conocer la tecnología y posibilidades actuales, nos brindará la oportunidad de mejorar nuestra posición en Internet.
- ❑ En definitiva, se pretende mostrar las nuevas posibilidades y costumbres que han surgido tras la pandemia, para poder adaptarnos al nuevo mercado y encajar mejor con nuestro cliente.

Situación actual

- ❑ La pandemia ha traído consigo multitud de cambios en el día a día de la población. Las costumbres, usos y procedimientos que hasta ahora se venían utilizando, se han visto modificados y reemplazados por nuevos protocolos, surgiendo así un nuevo modo de vida.
- ❑ Los mercados, al igual que la población, han tenido que adaptarse a esta nueva situación para poder seguir ofreciendo sus servicios. En muchos casos se han adaptado y modificado sus métodos, y en otros muchos han surgido nuevos hábitos que es preciso conocer para poder seguir las conductas del cliente.
- ❑ Ante ello, el Ecommerce actual ha de adaptarse a una serie de tendencias y directrices acorde con la nueva normalidad, permitiendo así seguir ofreciendo sus servicios en un escenario más digital y online que nunca.
- ❑ El contenido de esta charla versa sobre esa adaptación necesaria del Ecommerce a partir de la pandemia, y sobre las actuales tendencias.

Oportunidad: Kit Digital

- ❑ En **EXTRA SOFTWARE** somos **AGENTES DIGITALIZADORES** y te proporcionamos soluciones digitales en las 10 categorías objeto de la ayuda del KIT DIGITAL. También tramitamos la solicitud en tu nombre, si lo deseas.
- ❑ El **Kit Digital** es un programa para **ayudar a empresas, sobre todo PYMES, en su transformación Digital**. El Kit Digital es una iniciativa del Gobierno de España, en el marco de la Agenda España Digital 2025, el Plan de Digitalización PYMES 2021-2025 financiado por el Plan europeo «Next Generation EU».
- ❑ El **PROGRAMA KIT DIGITAL** supone un **total de ayudas entre 2021 y 2023 de 3.067 millones**
- ❑ Desde **MARZO** de 2022 se están movilizandoo 500 millones para PYMES con entre 10 y 49 empleados, con bonos digitales de hasta 12.000 euros por empresa. A partir de este verano, se entregarán las ayudas para PYMES entre 1 y 3 empleados.
- ❑ Tienes toda la información en <https://www.extrasoft.es/>

Consecuencias: Cambios

- ❑ Punto de Inflexión: Ruptura brusca e inesperada (2020).
- ❑ Aumento de la penetración Online en España (+70% usuarios compran online).
 - ❑ Población (16-70 años) según INE: 33,6 millones de personas.
 - ❑ 93% son internautas: 31,2 millones de usuarios habituales.
 - ❑ El 72% compra online: 22,5 millones de clientes potenciales online.
- ❑ Frente a la comodidad, ahora surge la Seguridad (gestión/empaquetado/envío)
- ❑ Crecimiento de un +73% en junio 2020.
- ❑ Aceleración de la Transformación Digital
 - ❑ Antes: Aumentar la productividad.
 - ❑ Ahora: Sobrevivir
- ❑ Desarrollo de la Comunicación (int./ext).
- ❑ Mayor competencia online.

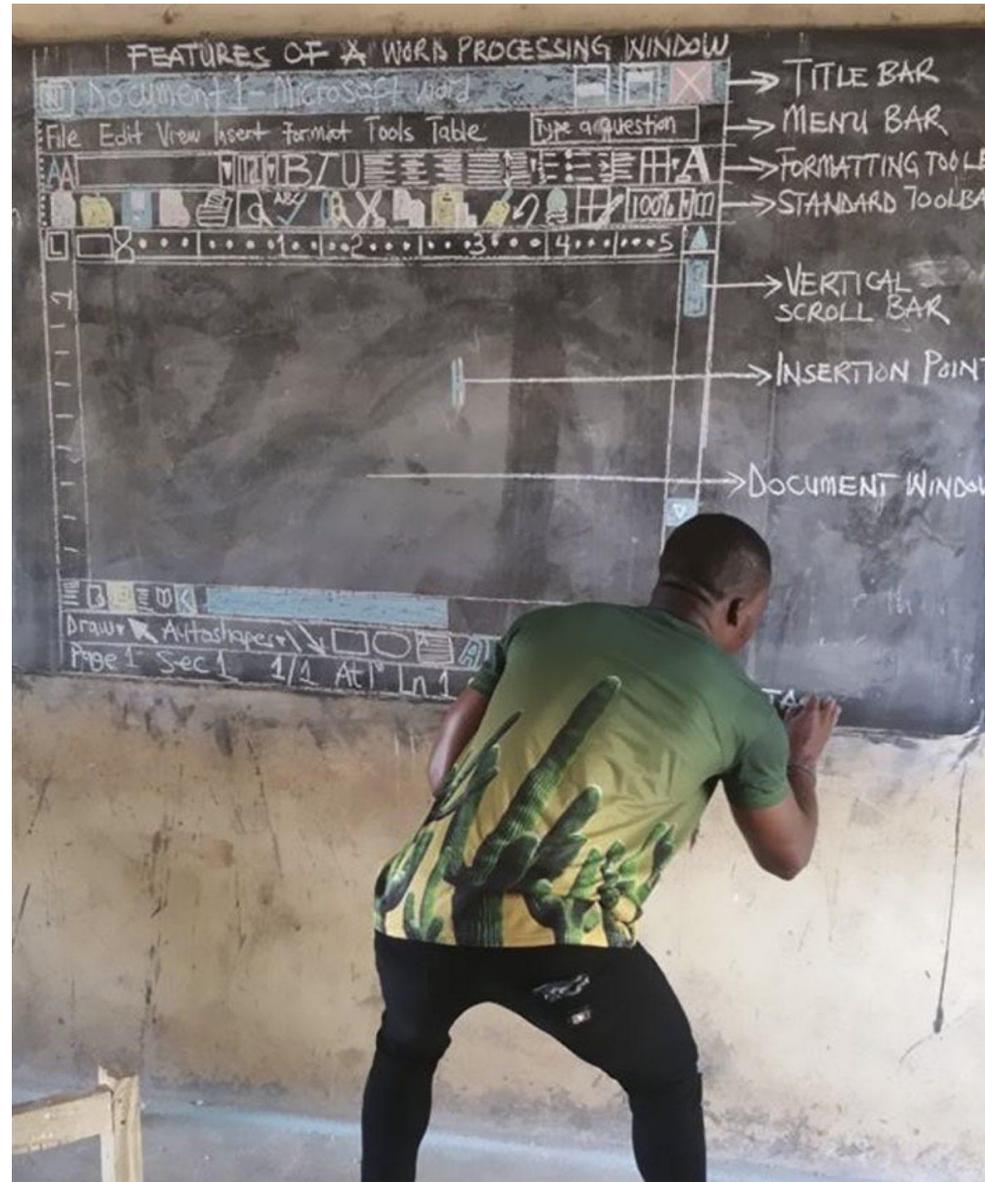
- ❑ Proceso necesario de **ADAPTACIÓN**.



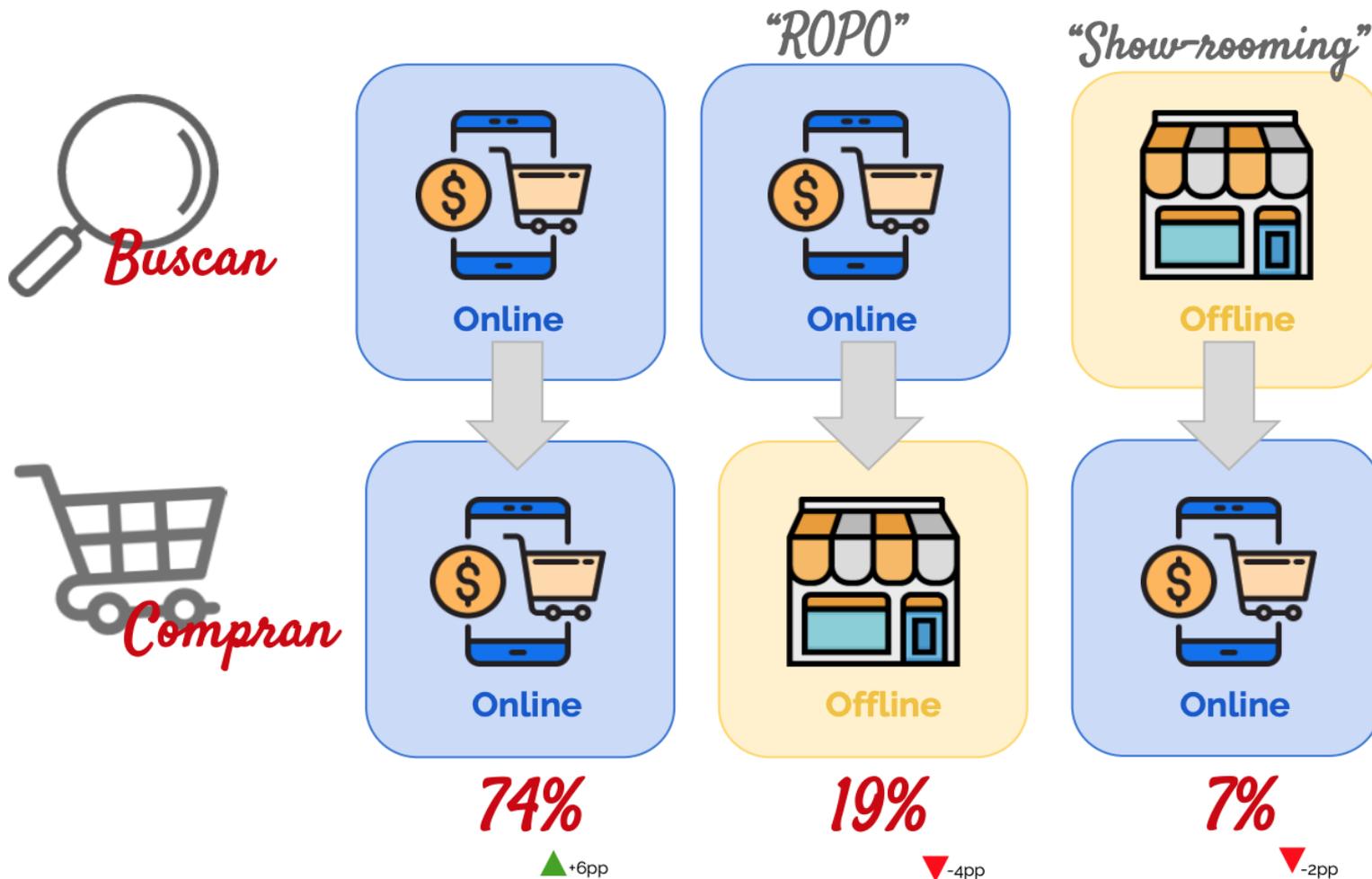
FUENTE: VII Estudio Anual Ecommerce España

- Adaptación con los recursos de cada uno.
- Estrategia de prueba-Error.
- Igualdad ante la adversidad.
- Descubrir nuestra mejor estrategia.
- Diferente actitud para diferentes resultados. Misma actitud, mismos resultados.

Adaptación



Búsqueda de Información VS. Compra Final



FUENTE: VII Estudio Anual Ecommerce España

Experiencia Satisfactoria



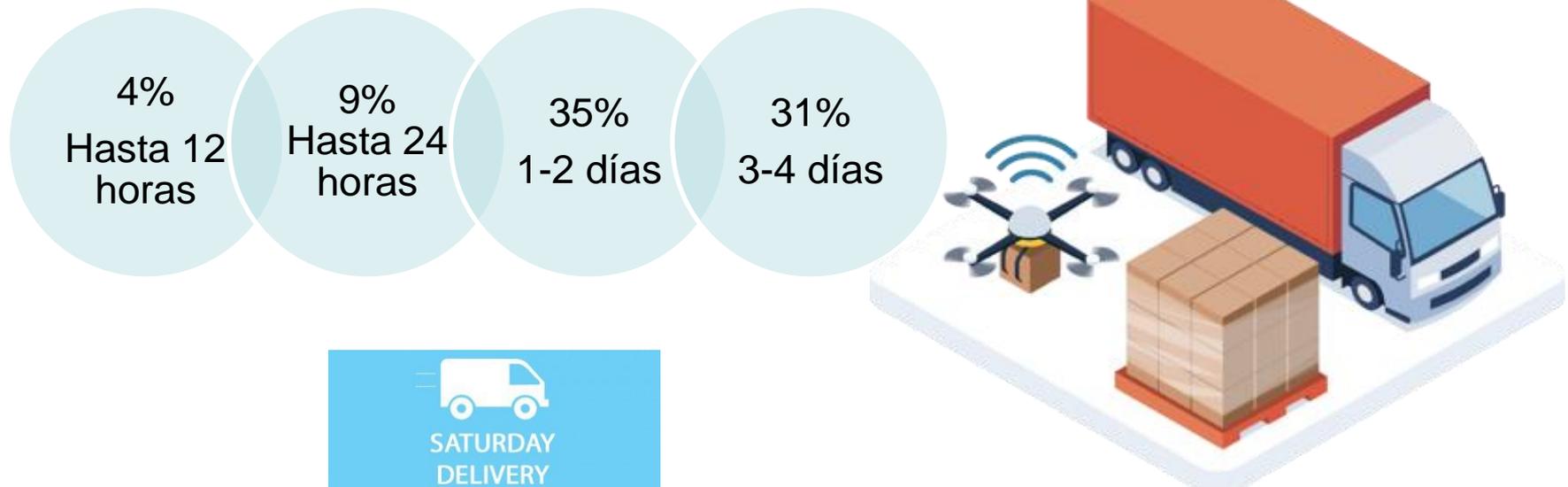
Producto + Transporte
+ Pago + Condiciones

=

COMPRA

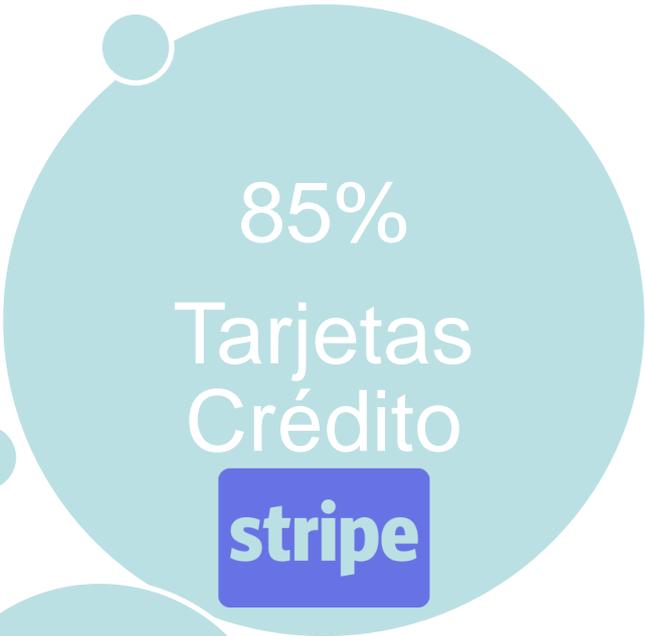
El Transporte

- ✓ Tiempo de entrega aceptable: 3,4 días de media (2020) → 2,7 días (2021)
- ✓ El 80% de los usuarios considera que ha de ser inferior a 5 días.
- ✓ Aconsejable usar módulos del transportista.
- ✓ Posibilidad de ofrecer valor añadido: Entrega e instalación, recogida antiguo...



FUENTE: VII Estudio Anual Ecommerce España

Métodos de Pago



- ✓ No discriminar métodos de pago.
- ✓ Usar módulos oficiales.
- ✓ Ofrecer comodidad.
- ✓ Prestigio y seguridad.



FUENTE: VII Estudio Anual Ecommerce España

Evaluación post-venta (qué mejorar y vigilar)

Principales motivos de ALTA satisfacción:

- 56% Precios
- 53% Facilidad y sencillez del proceso
- 51% Plazos y condiciones de entrega
- 45% Calidad de los productos
- 45% Confianza

Principales motivos de BAJA satisfacción:

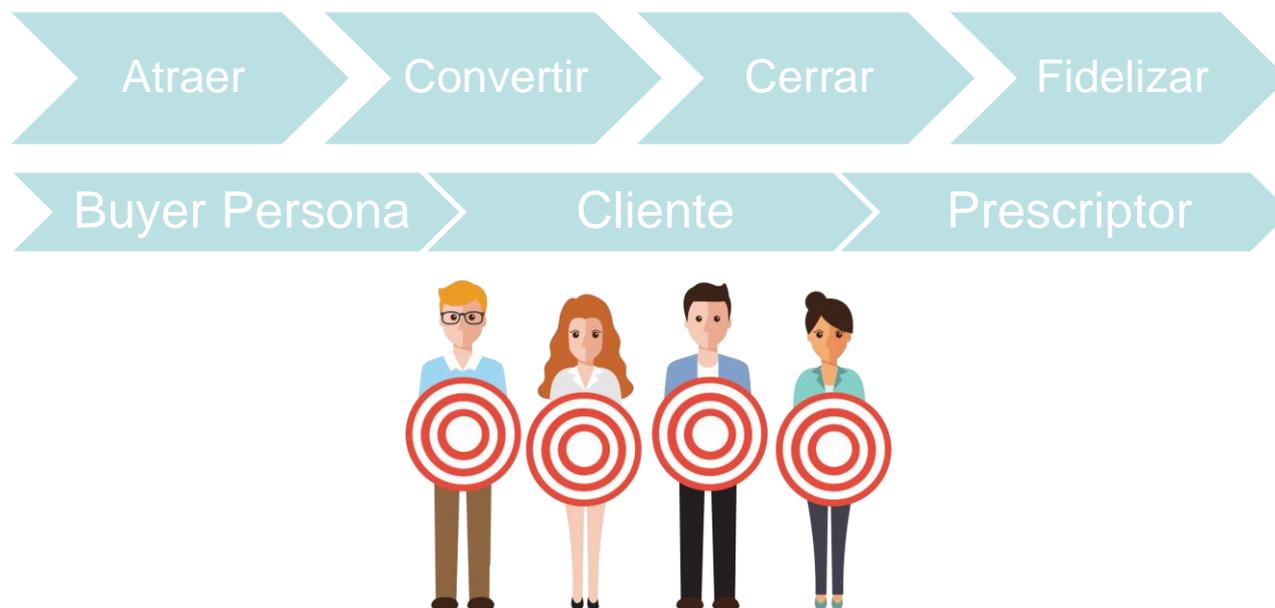
- 27% Largos plazos de entrega
- 24% Precios elevados
- 23% Mala política de devoluciones
- 21% Calidad de los artículos
- 19% Poca confianza



FUENTE: VII Estudio Anual Ecommerce España

Inbound Marketing

- ❑ Cambio en la relación con nuestros clientes: Que el cliente nos busque.
- ❑ Contenido e información útil e interesante.
- ❑ Ofrecer la mejor y mayor información posible como referente.
- ❑ Contenido multimedia 360° para exhibir producto.
- ❑ A través de varios canales: Buscadores, blog, Redes Sociales,...
- ❑ Imprescindible la estrategia SEO de la página.



Omnicanalidad

- ❑ Omnicanalidad: Agrupar, bajo una misma estrategia, toda la gestión y canales.
 - ❑ Favorece la experiencia del usuario al agrupar “todo en uno”, favoreciendo tanto la gestión como la interacción del usuario.
 - ❑ Ha de ser consistente en conjunto, personalizada y versátil (campañas).
 - ❑ Canales complementarios y no excluyentes: (Click and Collect y devoluciones).
 - ❑ Envío desde tienda (MANGO).
 - ❑ Showrooming vs webrooming (realidad aumentada hoy, mañana Metaverso)
 - ❑ Lista de deseos ‘Wishlists’ entre dispositivos.
 - ❑ Seguimiento de stock centralizado (ZARA) y precio por mail marketing.
 - ❑ Chat o Whatsapp entre canales.
 - ❑ Correos de carrito abandonado, bienvenida, ofertas, (entre dispositivos).
 - ❑ Página de artículos vistos recientemente (diferente dispositivo).
 - ❑ CRM integrado con Ecommerce (clientes, pedidos, stock, altas...).



Social Proof: Reseñas y Opiniones

- ❑ Muestran la supuesta opinión de los clientes.
- ❑ Puede ser externa (auditada) o interna (propia).
- ❑ Otorgan peso y confianza.
- ❑ Valorar en primer lugar nuestro propio producto.
- ❑ Tratar de no limitar/censurar opiniones (internas).
- ❑ Apoyarse en las experiencias positivas para solicitar reseñas.
- ❑ Ofrecer descuentos o bonificaciones a los 5 días.
- ❑ Ojo con políticas de Amazon y similares.



Live Shopping

- ❑ Evolución de la Teletienda.
- ❑ Surge en el confinamiento.
- ❑ El cliente puede interactuar en directo. Participa.
- ❑ Hace más cálida la sensación de comprar. Influencers.
- ❑ Más cómodo verlo que leerlo → Gente mayor.
- ❑ Surge en Moda, belleza, ocio e incluso alimentación.
- ❑ Redes Sociales (YouTube, Twitter, TikTok...) aportan dicha funcionalidad.



Chat

Hi!

Lola: ??

Lola: Yo tengo más talla de culo que Pe pecho

Lola: Y no me caen bien los conjuntos

Isabel: No sale el descuento!

Lucí: Que maravilla

Pijama Panda
33.90 EUR

Talla: XS

- 1 +

Add to cart

PIJAMA "SLEEP LIKE A PANDA" ("Dormir como un Panda")

2 piezas: Camiseta de manga corta estampada y manga y cuello bordado de negro + Bermuda negra tejido felpa (sin perchar)

Los pandas son unos ositos muy dormilones y no vimos una mejor manera de plasmar este descaro (que en un pijamita! En Green

Gracias

ed: Que chulot!

Chi: Que chulooooooo

Lucí: Amor eterno a los pandas!

Chi: Me encanta !!!!!

👍 Say something...

Colonia Baby ... 18.90

Colonia + Hid... 27.90

Jersey Logo ... 27.90

Camisa Luna... 19.90

Camisa Flore... 19.90

Conjunto de ... 39.90

Conjunto de ... 39.90

Conjunto de ... 44.90

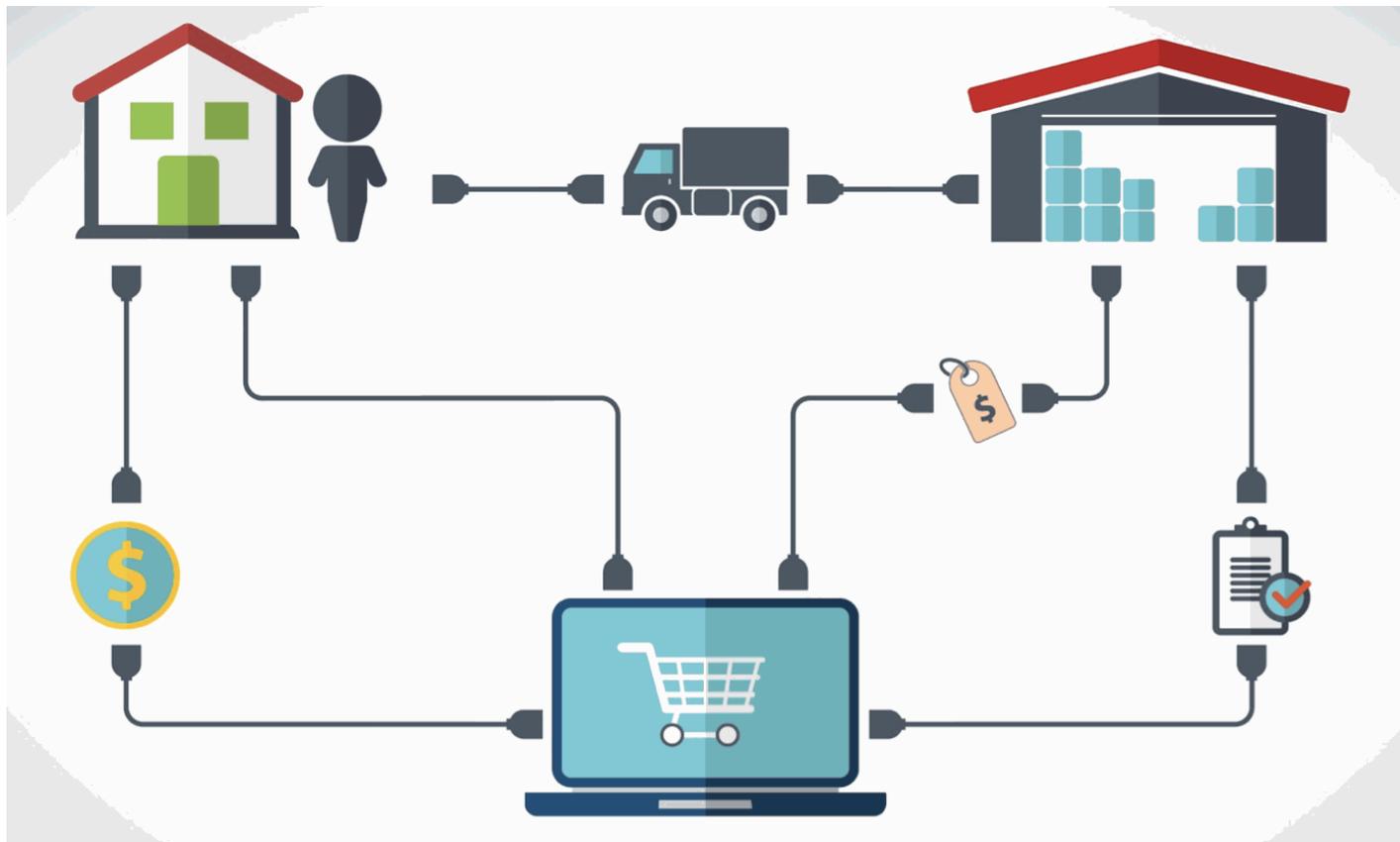
Conjunto de ... 44.90

Pijama Panda 33.90

Live Shopping de la influencer Venderliss (Imagen: Onlive.site)

Dropshipping

- Modelo de venta basado en distribuidores.
- En auge tras pandemia.
- Vigilar márgenes y tipo de negocio.



Marketplaces



Recommerce

- ❑ Venta de artículos de segunda mano y/o reparados.
- ❑ 6 de cada 10 consumidores consideran el origen de los productos.
- ❑ Regla de las 3 R's (Reducir residuos, Reutilizar y Reciclar)
- ❑ En auge tras pandemia, con un crecimiento del 20% - 70% en 2021.
- ❑ Consumidores convertidos en vendedores. Cambia el tipo de ecommerce.
- ❑ Compromiso con la sostenibilidad, favoreciendo consumo responsable.
- ❑ Imagen de marca: Reciclaje y reutilización.
- ❑ Grandes firmas participantes. Nuevo ciclo de vida del producto.

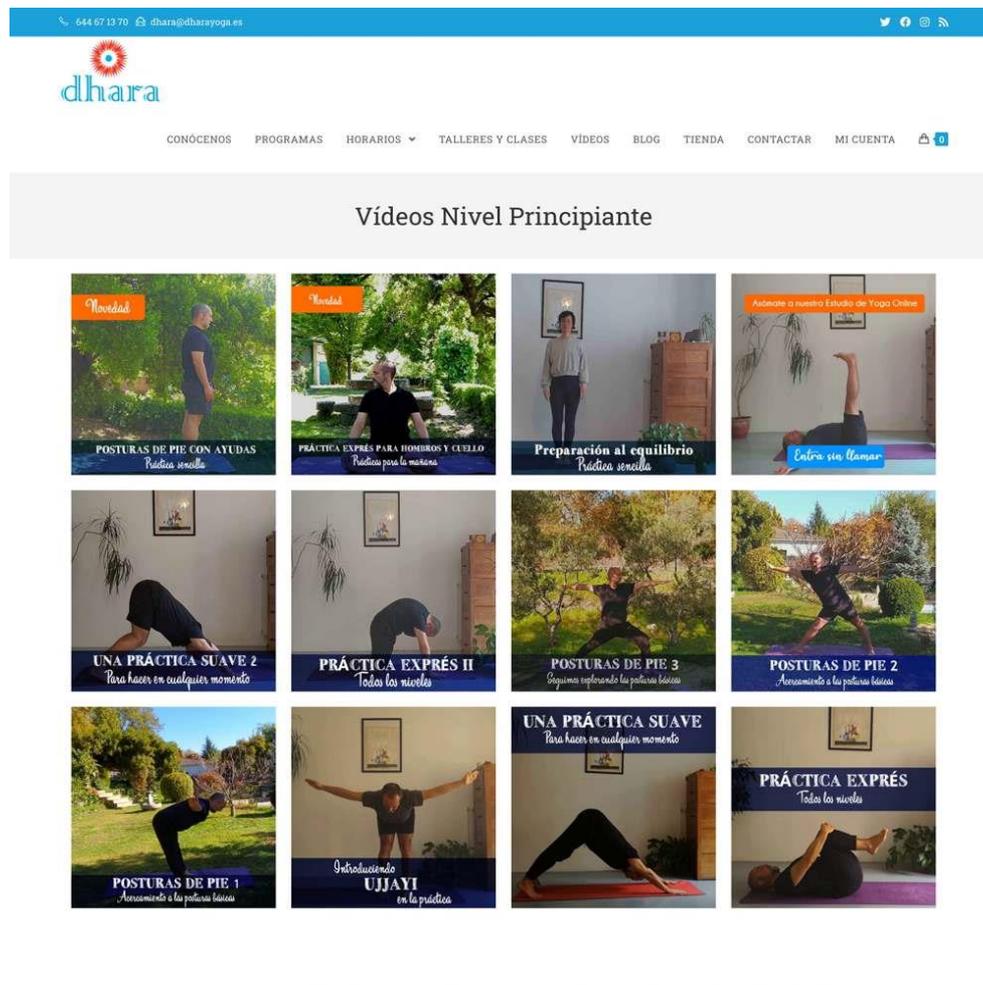


intimissimi



Nuevos Modelos de Suscripción

- ✔ Venta de servicios, formación online o contenido digital.
- ✔ Pago por uso, mediante cuotas periódicas.
- ✔ Membresías con contenido exclusivo y personalizado.
- ✔ Digitalización de actividades tradicionalmente presenciales.
- ✔ Tras la pandemia, auge en formación y actividades deportivas.
- ✔ Nueva monetización del conocimiento: Videos, ebooks, sesiones...
- ✔ Caso de éxito: DharaYoga.es



Big Data en Marketing

- ❑ Tecnología basada en el análisis de un gran volumen de datos, permitiendo realizar predicciones para mejorar la toma de decisiones y movimientos estratégicos y reducción de costes.
- ❑ Son datos en tiempo real, continuamente actualizados y de todo tipo.
- ❑ Nos permitiría segmentar los clientes para ver su comportamiento de compra (artículos, frecuencia, gasto), de consumo (categoría de productos, recomendaciones,...) e interacción con la marca (lo que ve y con lo que participa en RRSS., por ejemplo).
- ❑ El objetivo final es el de crear un mensaje de Marketing personalizado, gracias a los datos proporcionados. Un mensaje directo y que conecte.

NETFLIX



amazon.com[®]



IA y Aprendizaje Automático en Marketing

- ❑ Persigue ofrecer una compra más personalizada a los consumidores.
- ❑ Permite hacer recomendaciones mediante búsqueda predictiva.
- ❑ Apoyarse en módulos y plugins funcionales.
- ❑ Artículos y productos cruzados (“otros clientes han visto...”).



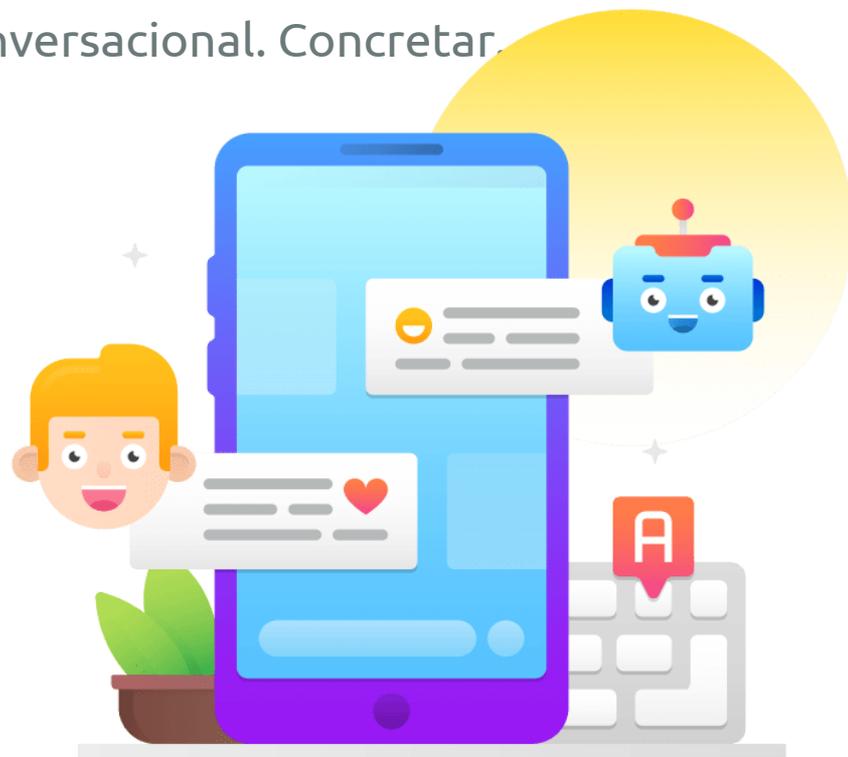
Social Commerce

- ✔ Nuevo canal. Mayor visibilidad. Complementario, no exclusivo.
- ✔ Reputación del producto por seguidores.
- ✔ Los clientes potenciales ya están ahí.
- ✔ Social Selling a través de otros seguidores/usuarios.
- ✔ Selección de Redes Sociales (target).
- ✔ Invitar mediante descuentos y reseñas.
- ✔ Posibilidad de compartir artículos en RRSS desde tienda online.



Chatbots

- ☑ Asistente de ayuda personalizado, cómodo e inmediato.
- ☑ Total disponibilidad.
- ☑ Algunos con aprendizaje automático.
- ☑ Importancia del diagrama o diseño conversacional. Concretar.
- ☑ Ahorro de costes.
- ☑ Incremento de conversión y ventas.
- ☑ El 92% de los clientes lo prefieren.



Y siempre tener presente... Técnicas SEO

- ❑ Técnicas para usar en conjunto. Sujetas a cambio continuo, orientadas a empatizar con Google y su indexación (araña/spider).
- ❑ Elección de Hosting (IP, servidor, conexión, velocidad...), dominio (local/internac., actividad/artículo, caract. especiales, caducidad,...).
- ❑ Selección de plataforma estándar (Prestashop, Woocommerce...).
- ❑ Velocidad de carga siempre optimizada.
- ❑ Uso de técnicas aceptadas por Google y compatibles con sus algoritmos («White Hat»).
- ❑ Potenciar las Redes Sociales como parte de nuestro contenido (SMO): Compartir y Distribuir.
- ❑ Orientar el contenido SEO a VOICE SEARCH: Búsquedas y asistentes virtuales domésticos:
 - ❑ Entonación y ánimo.
 - ❑ Semántica
 - ❑ Long Tail más definido.
 - ❑ Geolocalización
 - ❑ Modismos o términos locales.
 - ❑ Solo 1 resultado: El primero.



Soluciones Ecommerce Recomendadas



- ❑ **GEXTOR WEB TIENDA** es un **software de tienda online** que permite a las empresas tener una nueva herramienta para potenciar toda la actividad comercial.
- ❑ **GEXTOR WEB TIENDA** potencia las ventas al permitir introducir pedidos comerciales de clientes o distribuidores desde cualquier ubicación y a cualquier hora, dado que está disponible en la Web. Está totalmente integrado con el ERP GEXTOR y es parte del ERP ONLINE GEXTOR, permitiendo un control y seguimiento del ciclo de venta y de los artículos vendidos desde el ERP.



- ❑ **¿Imaginas tener una tienda abierta las 24h del día 365 días al año y donde tú quieras?**
- ❑ Con **GEXTOR WEB SHOP** puedes conseguirlo de forma fácil y sin grandes costes, integra una de las mejores plataformas de venta por internet (PRTESTASHOP) con nuestro **ERP Online** y deja que GEXTOR se encargue del resto. Sabemos cómo hacer que tu TIENDA ONLINE esté a la vista de todos, con **GEXTOR WEB SHOP** el límite lo pones tú.

Oportunidad: Kit Digital

- ❑ En **EXTRA SOFTWARE** somos **AGENTES DIGITALIZADORES** y te proporcionamos soluciones digitales en las 10 categorías objeto de la ayuda del KIT DIGITAL. También tramitamos la solicitud en tu nombre, si lo deseas.
- ❑ El **Kit Digital** es un programa para **ayudar a empresas, sobre todo PYMES, en su transformación Digital**. El Kit Digital es una iniciativa del Gobierno de España, en el marco de la Agenda España Digital 2025, el Plan de Digitalización PYMES 2021-2025 financiado por el Plan europeo «Next Generation EU».
- ❑ El **PROGRAMA KIT DIGITAL** supone un **total de ayudas entre 2021 y 2023 de 3.067 millones**
- ❑ Desde **MARZO** de 2022 se están movilizandando 500 millones para PYMES con entre 10 y 49 empleados, con bonos digitales de hasta 12.000 euros por empresa. A partir de este verano, se entregarán las ayudas para PYMES entre 1 y 3 empleados.
- ❑ Tienes toda la información en <https://www.extrasoft.es/>

Conclusiones

- ❑ Utilizar siempre plataformas estándar (Prestashop/Woocommerce) potenciadas con aplicativos adicionales (CRM/ERP Gextor o similares).
- ❑ Mantener una estrategia activa de mejora en el Ecommerce. Preguntarse continuamente qué he de cambiar. Simular al cliente.
- ❑ Establecer un sistema global de información, tanto de los artículos como del blog y otros canales (RRSS).
- ❑ Vigilar los precios, facilidad de compra y entrega como aspectos primordiales del Ecommerce.
- ❑ Conocer a la competencia. Ver sus herramientas y posibilidades. Tratar de ~~imitar~~ adoptar lo que funciona.

Nuestra experiencia





PROGRAMADOS PARA SER ÚNICOS

www.extrasoft.es