

elEconomista.es

elEconomista.es



close

Pymes y Emprendedores

Las cinco tendencias que revolucionarán el comercio electrónico en 2020



1. elEconomista

11:13 - 17/12/2019

Actualmente, el comercio electrónico es uno de los sectores de mayor actividad y con mayor crecimiento, principalmente gracias al avance de la tecnología y a los nuevos hábitos de consumo. Según indica el European Ecommerce Report, en España se prevé una facturación total por encima de los 33.500 millones de euros en 2019, lo que supone un crecimiento del 20% respecto al ejercicio anterior.

Guillem Sanz, advisor de negocios digitales en GuillemSanz.com y embajador de marca de PrestaShop ha analizado las tendencias que transformarán aún más las formas de vender y comprar por Internet. Entre ellas, destaca:

El auge imparable del m-commerce

Aunque el ordenador sigue siendo el dispositivo estrella para hacer las compras online, el móvil aumenta año tras año, llegando a ser el dispositivo usado por más del 50% de los compradores online, tal y como apunta el último estudio anual de IAB Spain. De hecho,

Google con su algoritmo basado en el mobile first, cada vez prioriza más el m-commerce respecto la versión desktop y lo premia mejorando su posicionamiento web.

Así pues, es imprescindible contar con una web responsive, con un diseño que transmita confianza y seguridad así como con un rápido tiempo de carga. Además, es importante colocar el buscador en una posición céntrica (ya que es la función a la que los usuarios más recurren en la versión móvil), un botón sencillo para acceder al menú y un acceso directo para contactar con atención al cliente.

Marketing automation para optimizar las campañas

El marketing automation basa su funcionamiento en la utilización de software para automatizar todos los procesos de una estrategia de marketing digital, con el propósito de convertir a los clientes potenciales de una tienda online en clientes fieles. Según los datos de Forrester, las empresas que han implementado una solución de marketing automation con el objetivo de mejorar sus procesos, han incrementado sus ventas en un 10% y reducido el coste de adquisición de cliente de forma significativa.

Las digital native brands se imponen

Según el último estudio anual de e-commerce de IAB Spain, los pure players digitales han crecido en 2019 con respecto al año anterior y se están convirtiendo en las principales webs de compra para los usuarios. Se trata de marcas que han nacido en el mundo online (digital native brands) y que ofrecen productos y servicios a través de una gran variedad de sectores, desde retail hasta financieros.

Sin duda, es una tendencia en auge que ayuda a diversificar la oferta que hay en el mercado, ya que los usuarios están cada vez más dispuestos a probar nuevas marcas.

Ampliación de los métodos de pago

El momento de pagar es uno de los más cruciales en el proceso de compra online, ya que los usuarios son todavía muy reticentes a dar los datos de su tarjeta por temas de privacidad y seguridad. Por eso, disponer de una amplia variedad de métodos de pago en la tienda online resulta fundamental.

Hasta ahora, las opciones de pago más comunes han sido pagos con tarjetas de crédito/débito, PayPal, transferencia bancaria o contra reembolso. Esto está cambiando con la incorporación a la tiendas online de las aplicaciones de pago móviles como Bizum o Apple Pay. Otra de las formas de pago que más se ha extendido en los últimos años es la financiación a través de plataformas financieras para comercios online. El funcionamiento es sencillo: cuando el usuario escoge esta forma de pago y visualiza el importe total de su compra, puede elegir los plazos en los que le es más cómodo pagar.

Entregas el mismo día como un nuevo estándar

Junto al precio, los plazos de entrega son uno de los principales motivos de una alta satisfacción de los clientes. Por eso, cada vez más tiendas online están incorporando la flexibilidad en las entregas y ofrecen la opción de recibir el pedido el mismo día, incluso en plazos inferiores a 2 horas. Y es que, al final, el objetivo es diferenciarse de la competencia.

- Las devoluciones, clave en la convivencia con el ecommerce
- El comercio electrónico entró tarde en España y ahora somos el cuarto país de Europa

Santander con las pymes



© Copyright Editorial Ecoprensa, S.A.

Política de Privacidad • Aviso Legal • Política de cookies • Cloud Hosting en Acens • Ajustes de cookies • Archivo • Más leídas

