

14

tendencias de correo electrónico en 2024



Asociación de Comercio

**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

La tendencia de consumo ha cambiado. El comercio físico convive con el electrónico. Son dos escenarios que conviven y si las condiciones nos lo permiten, tenemos que realizar un esfuerzo por atender a ambos.

El Comercio y la digitalización

Si bien entendemos que es una situación que genera más que un doble trabajo, desde la ACCT queremos mostrar en este newsletter, qué se aplicará en el comercio electrónico en este año 2024.

Desde el vídeo hasta la entrega del producto. Catorce ideas para que puedas extraer las tuyas, y aplicarlas en tu actividad profesional. Está claro que por nuestra pequeña dimensión, buena parte de ellas no podamos aplicarlas. Pero quédate con los conceptos para saber qué va a pasar en el comercio electrónico en los próximos meses.

Nos basamos en el estudio desarrollado por la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME).



1 Vídeo corto

Los vídeos de formato corto han arrasado en el mundo de las redes sociales y plataformas como TikTok se han convertido en vehículos legítimos para promocionar los negocios.

Si decides adentrarte en el territorio de TikTok no seas abiertamente promocional. Los usuarios de TikTok son bastante buenos para distinguir un vídeo promocional de uno orgánico.

En su lugar, adapta tu contenido a la plataforma. Esto significa aprovechar las tendencias en música, efectos y conceptos de vídeo.



Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

2 Mensajes directos (DM) para servicio al cliente

El 19% de los consumidores se comunicó con el servicio de atención al cliente a través de mensajes directos en los últimos 3 meses, un 45% más que en 2022.

¿Qué significa esto para los propietarios de tiendas de comercio electrónico? Por un lado, necesitarás una estrategia de servicio al cliente más diversa, que abarque múltiples plataformas. Ignorar o retrasar las respuestas en canales como Instagram o Twitter podría provocar una pérdida de ventas o una disminución de la satisfacción del cliente.

Si diriges una operación más grande, considera invertir en un CRM que pueda gestionar interacciones multicanal. Además de eso, asegúrate de que tus equipos de servicio al cliente estén capacitados para manejar los mensajes de manera profesional en las redes sociales.

Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondos Europeos



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

3 Comercio social

¿Comprarías alguna vez un producto en Instagram o TikTok? Casi la mitad (47%) de los usuarios de redes sociales lo haría. Es más, el 42% confía en las plataformas de redes sociales la información de su tarjeta de crédito.

Las redes sociales ya no son sólo una herramienta de promoción: son un mercado donde puedes vender productos directamente a los consumidores.

Las redes sociales están marcando el comienzo de una nueva era para el comercio digital. Aquellos que aprovechan las redes sociales como canal de ventas directas pueden acceder a una enorme (y aún creciente) base de clientes.



Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto

OFICINA
**Acelera
pyme**

fedeto
Federación de Empresarios de la provincia de Toledo
CEOE CEPYME



red.es



Fondos Europeos



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

4 Compras sostenibles

Ahora, más que nunca, los consumidores quieren respaldar empresas que se alineen con sus valores fundamentales. Un ejemplo: el 46% de los consumidores tienen más probabilidades de comprar en una empresa que dona activamente a organizaciones benéficas.

La responsabilidad corporativa no es sólo palabrería; en realidad, está influyendo en las decisiones de compra de los consumidores, y se espera que más tiendas de comercio electrónico comenzarán a priorizar el abastecimiento, el embalaje y la fabricación sostenibles en 2024.



Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondos Europeos



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

5 Entrega el mismo día o al día siguiente

Actualmente Amazon cuenta con alrededor de 40 instalaciones logísticas en España, distribuidas por todo el país.

El 40% de los consumidores esperan que su entrega online tarde entre dos y tres días en llegar. Pero la necesidad de velocidad (de entrega) no es sólo para los grandes gigantes minoristas.

Los consumidores no sólo quieren tiempos de entrega rápidos, sino que lo esperan. En algunos casos, incluso desembolsan más dinero por la entrega el mismo día o al día siguiente. Si no ofreces a los consumidores estas opciones, es posible que recurran a competidores que sí las ofrecen.



Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto

OFICINA
Acelera
pyme

fedeto
Federación de Empresarios de la provincia de Toledo
CEOE CEPYME



red.es



Fondos Europeos



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio

**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

6 Realidad Aumentada y Realidad Virtual

Ikea ofrece una aplicación AR que te permite colocar productos 3D en tu hogar. Los productos están a escala real, por lo que puedes ver si encajarán y cómo quedarán en tu habitación.

La realidad aumentada y la realidad virtual seguirán manteniendo el ritmo en 2024. Con el tiempo, se convertirá en un estándar para las empresas ofrecer opciones de AR y VR.

En última instancia, estos beneficios adicionales justifican la inversión inicial en nueva tecnología. A medida que crece el comercio electrónico, los consumidores comprarán a empresas que les permitan la opción de probar visualmente los productos antes de comprarlos.



Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondos Europeos



Financiada por
la Unión Europea

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

7 Compras en vivo

En 2019, Amazon lanzó su plataforma de compras en vivo, Amazon Live. Dos años después, TikTok comenzó a probar una función de compras en vivo. YouTube y Shopify siguieron de cerca su ejemplo, ampliando su asociación de compras en vivo.

Todas estas inversiones señalan un futuro más inmersivo e interactivo para el comercio electrónico, uno que va más allá de desplazarse por imágenes estáticas y leer descripciones de productos.

Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondos Europeos



Financiada por
la Unión Europea

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

8 Automatización y chatbots para pedidos online

Con 1.300 millones de personas en Facebook Messenger, tiene sentido aprovechar los chatbots para marketing, servicio al cliente y ventas.

Con el comercio electrónico, puedes ir un paso más allá.

Por ejemplo, Domino's utiliza su robot de Messenger, Dom, para realizar pedidos de menú completo. Las implicaciones de esto son enormes: cuando lo rápido y lo simple sean prioridades para los consumidores, Domino's vencerá a toda la competencia.

Además, los pedidos de chatbot son una oportunidad para que Domino's atienda a su audiencia de una manera nueva, demostrando ser una empresa útil y con visión de futuro.

Si tiene sentido para tu negocio, crea un chatbot como Dom mientras aún sea un campo abierto. En unos años, esta podría convertirse en una forma generalizada de realizar pedidos y perder parte de su actual poder de novedad.

Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondos Europeos



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

9 Primero móvil, después escritorio

Al comprar online, aproximadamente el 75% de los consumidores prefiere usar sus dispositivos móviles, en comparación con el 15% que prefiere el ordenador de escritorio y el 6% que prefiere la tableta.

A medida que las compras móviles continúan creciendo, es importante crear una página de comercio electrónico optimizada para dispositivos móviles.

La tecnología de reconocimiento facial y de huellas dactilares, así como los pagos con un solo clic, simplificarán los pagos móviles y alentarán aún más a los consumidores a cambiar del escritorio al móvil. El móvil pronto se convertirá en el método de pago preferido para las transacciones de comercio electrónico.



Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto

OFICINA
Acelera
pyme

fedeto
Federación de Empresarios de la provincia de Toledo
CEOE CEPYME



red.es



Fondos Europeos



Financiado por
la Unión Europea

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

10 Búsqueda de imágenes

Imagínate esto: estás en una tienda y ves un sofá que te gusta, pero no quieres pagar tanto por él, así que le sacas una fotografía y utilizas la búsqueda de imágenes de eBay para encontrar productos similares y obtener una mejor oferta.

A medida que el comercio electrónico pase a ser móvil, las empresas comenzarán a ofrecer opciones para buscar productos visualmente mediante fotografías personales o fotografías encontradas online.

Dado que la búsqueda de imágenes ofrece oportunidades para encontrar productos similares a un precio más barato online, eventualmente podrías impulsar a los consumidores a comprar online incluso si comenzaron en una tienda física.

Algunas empresas de comercio electrónico ya han implementado con éxito funciones de búsqueda de imágenes en sus plataformas online. Pinterest, por ejemplo, tiene su propia función de búsqueda de imágenes, donde puedes acercar un objeto en una imagen de Pin y encontrar objetos similares.

Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

10 Búsqueda de imágenes

Imagínate esto: estás en una tienda y ves un sofá que te gusta, pero no quieres pagar tanto por él, así que le sacas una fotografía y utilizas la búsqueda de imágenes de eBay para encontrar productos similares y obtener una mejor oferta.

A medida que el comercio electrónico pase a ser móvil, las empresas comenzarán a ofrecer opciones para buscar productos visualmente mediante fotografías personales o fotografías encontradas online.

Dado que la búsqueda de imágenes ofrece oportunidades para encontrar productos similares a un precio más barato online, eventualmente podrías impulsar a los consumidores a comprar online incluso si comenzaron en una tienda física.

Algunas empresas de comercio electrónico ya han implementado con éxito funciones de búsqueda de imágenes en sus plataformas online. Pinterest, por ejemplo, tiene su propia función de búsqueda de imágenes, donde puedes acercar un objeto en una imagen de Pin y encontrar objetos similares.

Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

11 Búsqueda por voz

A medida que Amazon Echo, Google Home y otros dispositivos activados por voz crezcan en popularidad, la búsqueda por voz se convertirá en el método de búsqueda preferido.

Es fundamental optimizar tu negocio para la búsqueda por voz en 2024, o podrías perder a la gran mayoría de los consumidores que optan por comprar a través de dispositivos activados por voz.

Dado que la búsqueda por voz tiene 3 veces más probabilidades de ser local, también es importante asegurarte de que el perfil de tu empresa esté actualizado en Google para llegar a los buscadores locales (con horarios precisos, una dirección actualizada, fotos y reseñas, etc.).



Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondos Europeos



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

12 Vídeos de productos

Incluso cuando los consumidores están online, seguirán teniendo las mismas preguntas sobre la funcionalidad y el diseño de un producto que tendrían en la tienda. Para competir en el comercio electrónico, tendrás que responder todas sus preguntas digitalmente, y una de las formas más sencillas de hacerlo es a través de vídeo.

Un vídeo de alta calidad que aborde el diseño y la función de tu producto es una de las mejores formas de venderlo. Tu video puede apelar a las emociones de tus consumidores, persuadiéndolos de manera más convincente que el texto.



Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondos Europeos



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

13 ROPO (“Investigar online, comprar offline”)

Puede resultar complicado realizar un seguimiento de cómo tus esfuerzos digitales se traducen en ventas offline.

Afortunadamente, ROPO (“investigación online, compra offline”) es una herramienta que será más avanzada y confiable el próximo año y puede ayudar a los minoristas a medir con precisión cómo contribuyen sus anuncios digitales a las ventas en las tiendas.

ROPO combina información de redes sociales, seguimiento/geolocalización móvil, pagos móviles, inventario en la tienda, herramientas de análisis, sistemas CRM, etc., para determinar qué anuncios y páginas de la página web llevaron a los consumidores a realizar compras en la tienda.

Esta es una información invaluable. Al saber qué anuncios digitales contribuyen de manera más eficiente a las ventas, las empresas de comercio electrónico pueden crear campañas más específicas y de mayor conversión, y sentirse seguros de que lo que hacen online es significativo para sus consumidores.

Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondos Europeos



Financiada por
la Unión Europea

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

“Europa se siente”





Asociación de Comercio
**CIUDAD DE
TOLEDO**

integrada en
fedeto

14 Aprendizaje Automático e Inteligencia Artificial

Te encuentras con el Aprendizaje Automático y la Inteligencia Artificial todos los días, pero quizás no te des cuenta.

Tomemos como ejemplo Netflix: en lugar de dividir a los espectadores por edad, ubicación o género, Netflix creó 1.300 "comunidades de gusto". Netflix hace recomendaciones sobre preferencias de películas o programas de televisión similares en función de lo que es más popular para los espectadores de esa comunidad. Este es el futuro del Aprendizaje Automático.

Otras plataformas de comercio electrónico pronto verán beneficios al utilizar algoritmos y aprendizaje automático para descubrir qué contenido deben entregar a qué audiencia. En el futuro, el contenido se dividirá mediante el Aprendizaje Automático y la Inteligencia Artificial, de modo que los consumidores reciban solo el contenido (o productos) que más les interese.

Información ofrecida por
la Oficina ACELERA PYME de Fedeto



red.es



Fondos Europeos



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Europa se siente"

