



OCTUBRE 2022

Enfoka-Trends

C-Commerce, la evolución del comercio electrónico

C-Commerce, la evolución del comercio electrónico

ENFOKA-TRENDS OCTUBRE 2022

El término fue mencionado por primera vez en 2015 por Chris Messina, ex-trabajador de Uber y creador del término "hashtag". En éste, Messina se refiere a la tendencia a interactuar con empresas a través de aplicaciones de mensajería o tecnología de voz para definir el c-commerce.

El c-commerce o comercio conversacional nace como la evolución del e-commerce para adaptarse a la demanda de un comercio electrónico más efectivo y dinámico.

Implementar el comercio conversacional en tu negocio puede ayudar a multiplicar hasta cuatro veces las ventas en tu canal digital. Y es que a los clientes les encanta la atención inmediata y más si se trata del e-commerce. No es lo mismo esperar 10 minutos a ser atendido por un asesor en un call center a recibir una respuesta en menos de cinco segundos. Esto es algo que puede hacer el comercio conversacional y, de acuerdo con datos de Aurionix , se espera que crezca hasta un 300% para finales de 2022.

El comercio conversacional, cuya génesis se ubica en los chatbots, canales inmediatos de comunicación con el cliente, alojados normalmente en las webs corporativas, permite a los clientes conectar con las marcas o tiendas a través de un canal de mensajería o asistente de voz, con la finalidad de impulsar la compra del bien o servicio. Por ejemplo, pueden preguntar desde los horarios de servicio hasta las características de un producto.

Pero el c-commerce no es solamente contestar mensajes de manera rápida y efectiva, también es una manera de proveer a los clientes un camino menos complicado para adquirir un producto o servicio.

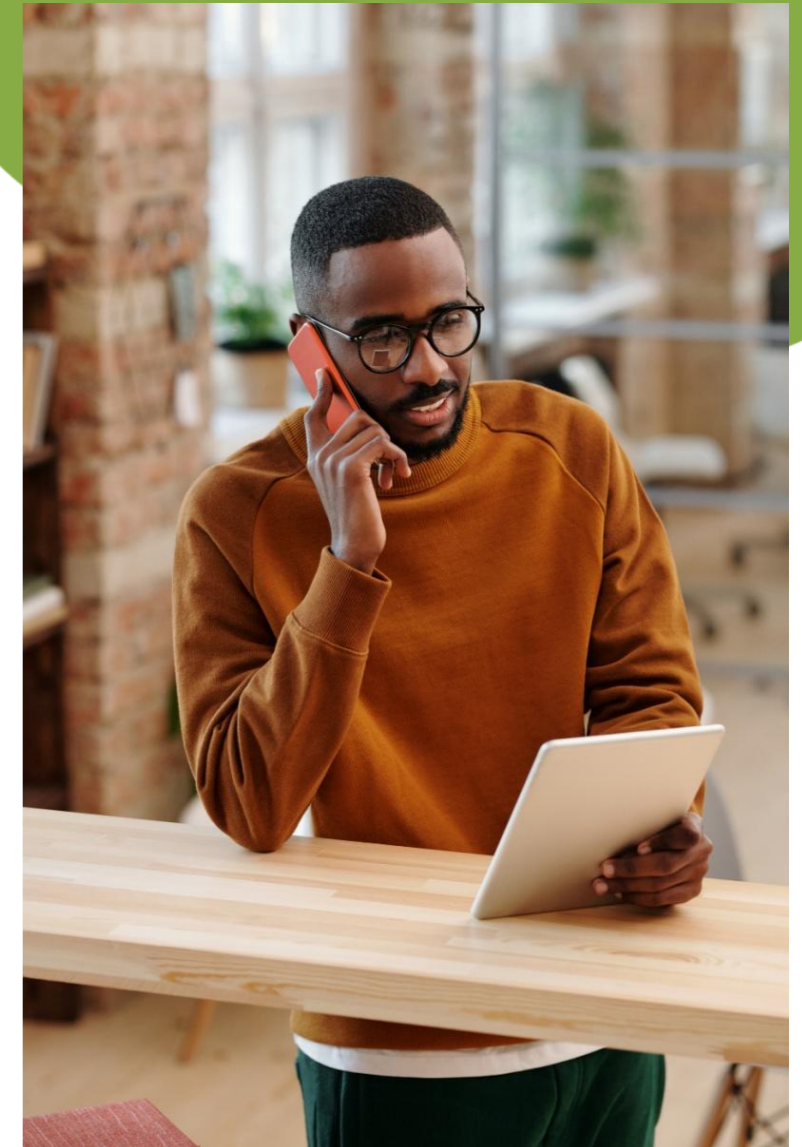


Imagen de [Diva Plavalaguna](#) en [Pexels](#)

C-Commerce, la evolución del comercio electrónico

ENFOKA-TRENDS OCTUBRE 2022

Si bien el comercio conversacional se está aplicando hace años, esta modalidad ha cobrado protagonismo gracias a nuevas funcionalidades, como la posibilidad de concretar el pago de una compra sin salir del chat.

En este sentido Instagram anunció recientemente su nueva herramienta: Meta Pay. Esta solución, que integró la empresa de Mark Zuckerberg, permite activar un botón de pago dentro del chat entre el usuario y el negocio, y así simplificar el proceso de compra: el comercio envía el pago, el cliente la acepta y la compra se procesa con los datos bancarios que este tenga registrado en la aplicación. Todo sin salir del chat ni abrir una nueva ventana o aplicación.

Una solución que Meta pensó para las pequeñas empresas que no tienen una tienda o un sitio web desarrollado, pero que también se abre para las compañías más grandes.

Esta nueva tecnología es parte del c-commerce, uno de los últimos avances del comercio electrónico que está evolucionando de forma exponencial gracias a la inteligencia artificial que está generando soluciones más automatizadas que permiten canalizar la conversación con los clientes (a través de cualquier plataforma de comunicación, apps o redes sociales), de tal forma que las empresas pueden contactar con sus clientes de la forma más conveniente en su proceso de acercamiento.

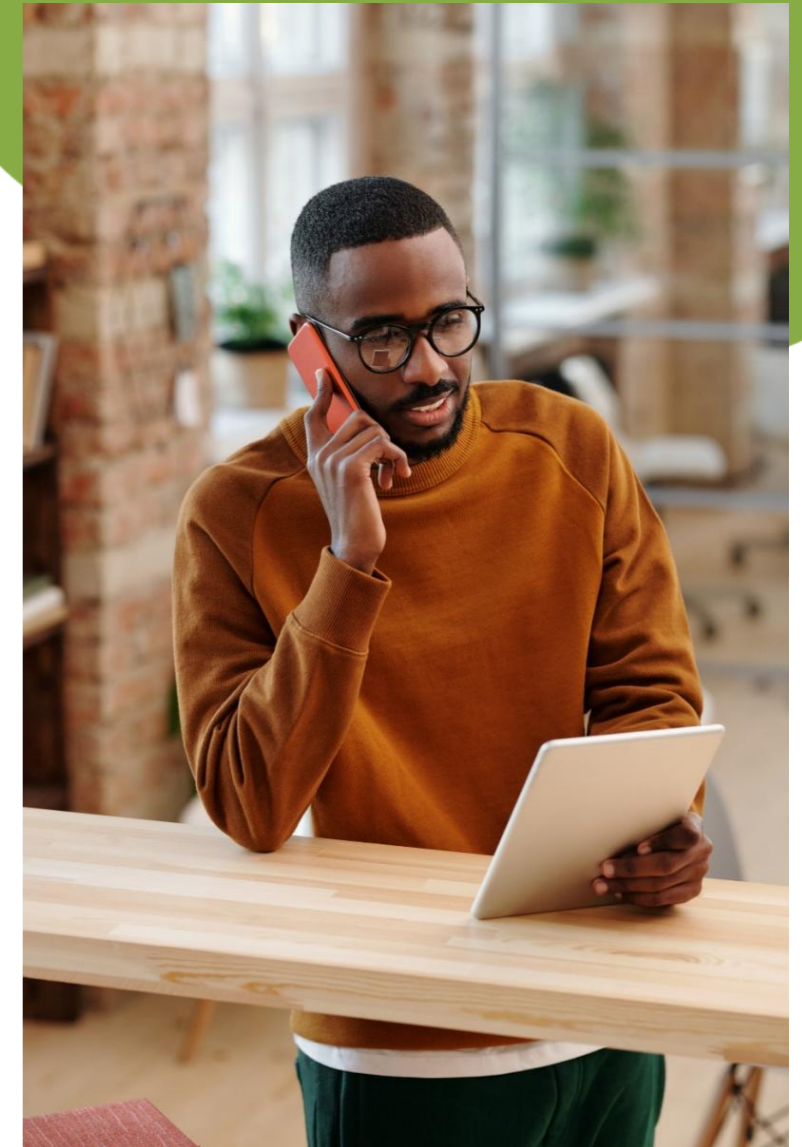


Imagen de [Diva Plavalaguna](#) en [Pexels](#)

C-Commerce, la evolución del comercio electrónico

ENFOKA-TRENDS OCTUBRE 2022

Los cuatro tipos de comercio conversacional más populares son:

- Aplicaciones de mensajería

Las aplicaciones de mensajería como WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram Direct o WeChat nacieron en un principio para conectar usuarios. Con la evolución del comercio electrónico, este tipo de aplicaciones se han convertido en un gran canal de comunicación entre consumidores y empresas.

Aunque el principal uso para las empresas es el del servicio al cliente, cada vez es más común el envío de comunicaciones u ofertas a través de estos canales. Facebook Shops es la plataforma más utilizada, permitiendo que los negocios se conecten con clientes potenciales a través de Messenger, WhatsApp o Instagram Direct.

- Chat en vivo

Los chat en vivo son chats que las empresas ponen a disposición del cliente para facilitar la comunicación. Se puede acceder a estos chats normalmente a través de la página web o de la aplicación del comercio.

Las generaciones más jóvenes, acostumbradas a los mensajes de texto y no a las llamadas, son los principales usuarios de los chats en vivo.

Los chats en vivo permiten que el usuario se comuniquen con un agente virtualmente y en tiempo real. De este modo, la comunicación es de persona a persona, y no de persona a robot. Los chats en vivo permiten la resolución de incidencias, de dudas y la apertura a oportunidades de up-selling o cross-selling.

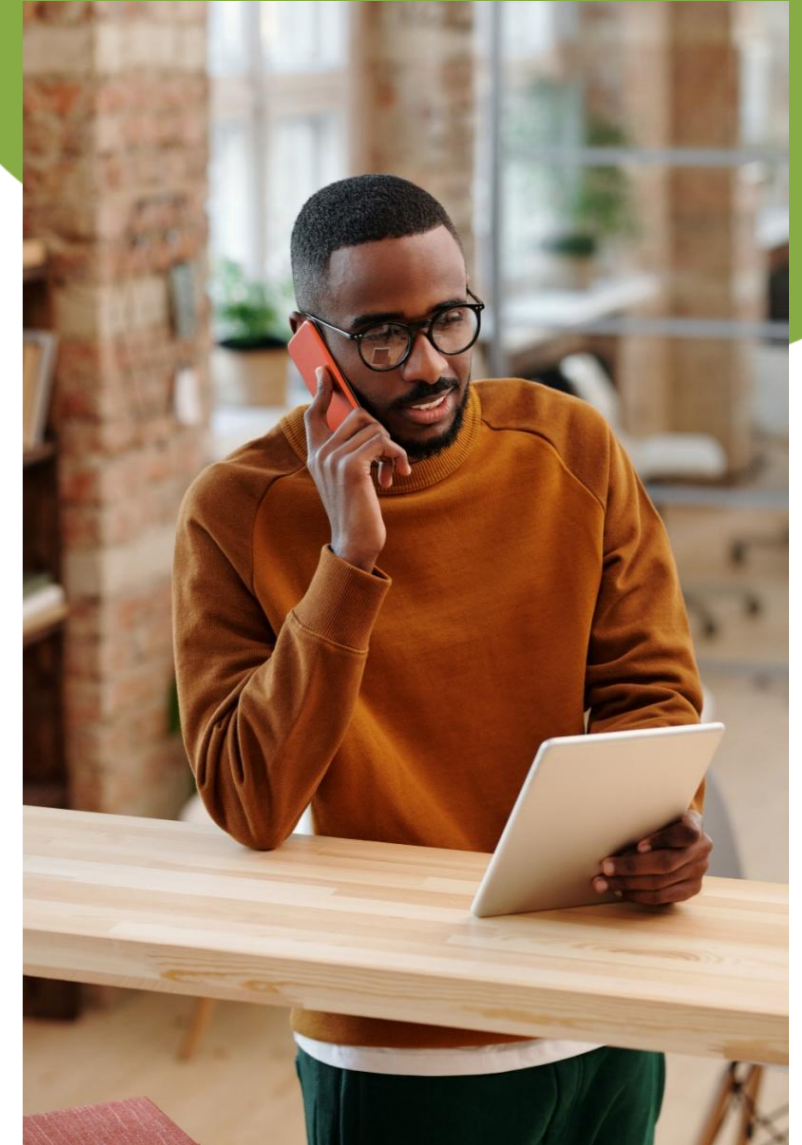


Imagen de [Diva Plavalaguna](#) en [Pexels](#)

C-Commerce, la evolución del comercio electrónico

○ Chatbots

Los chatbots son como los chats en vivo, pero en vez de interactuar con un agente, se interactúa con un robot. Estos bots son configurados para poder dar respuesta automática a cualquier pregunta o comentario de los usuarios, por lo que la Inteligencia Artificial es clave.

Este medio es mucho menos costoso que el chat en vivo. Sin embargo, se debe configurar con la máxima precisión para no generar una sensación de insatisfacción al cliente.

○ Asistentes de voz

Los asistentes de voz, como Siri de Apple o Alexa de Amazon, han aumentado significativamente su popularidad en los últimos años. Se prevé que en 2022 las compras basadas en voz se disparen a 40 mil millones de dólares.

Estos asistentes permiten responder a cualquier pregunta del usuario y por lo tanto ofrecer productos o servicios en sus resultados. Sin duda, el posicionamiento SEO en las búsquedas por voz es un factor clave para reforzar el c-commerce de una empresa.

ENFOKA-TRENDS OCTUBRE 2022

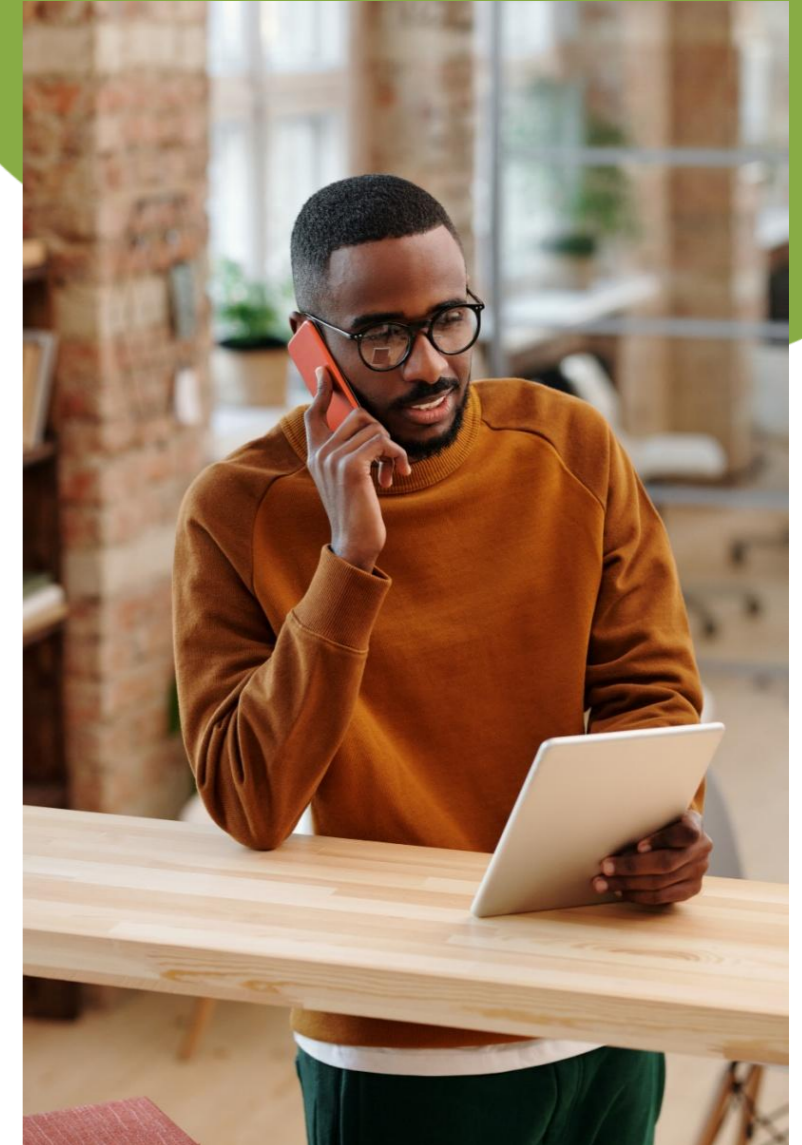


Imagen de [Diva Plavalaguna](#) en [Pexels](#)

C-Commerce, la evolución del comercio electrónico

ENFOKA-TRENDS OCTUBRE 2022

El comercio conversacional emerge en la intersección entre compras y conversación. Es importante tener en cuenta que la idea de "conversacional" es que el intercambio entre el cliente y la empresa se base en el diálogo. Por lo tanto, no es una comunicación unidireccional de las empresas a los clientes como un banner publicitario, sino un intercambio bidireccional.

Mientras que los mensajes publicitarios típicos suenan como: "¡Compre esto, compre aquello!", el comercio conversacional suena más como: "¿Qué necesita hoy y cómo puedo ayudarlo a encontrarlo rápida y fácilmente?" Este enfoque no solo suena más agradable y amigable para el cliente, ¡en realidad lo es!

Las encuestas entre los consumidores muestran :

- El 91 por ciento de los consumidores quiere ayuda en tiempo real
- Los chats en vivo pueden aumentar las tasas de conversión hasta en un 82 por ciento
- Más de mil millones de usuarios se ponen en contacto con empresas a través de aplicaciones de mensajería cada semana

Precisamente por eso, expertos y empresas creen que el comercio electrónico es el futuro de la comunicación con el cliente. Estos asistentes permiten responder a cualquier pregunta del usuario y por lo tanto ofrecer productos o servicios en sus resultados. Sin duda, el posicionamiento SEO en las búsquedas por voz es un factor clave para reforzar el c-commerce de una empresa.

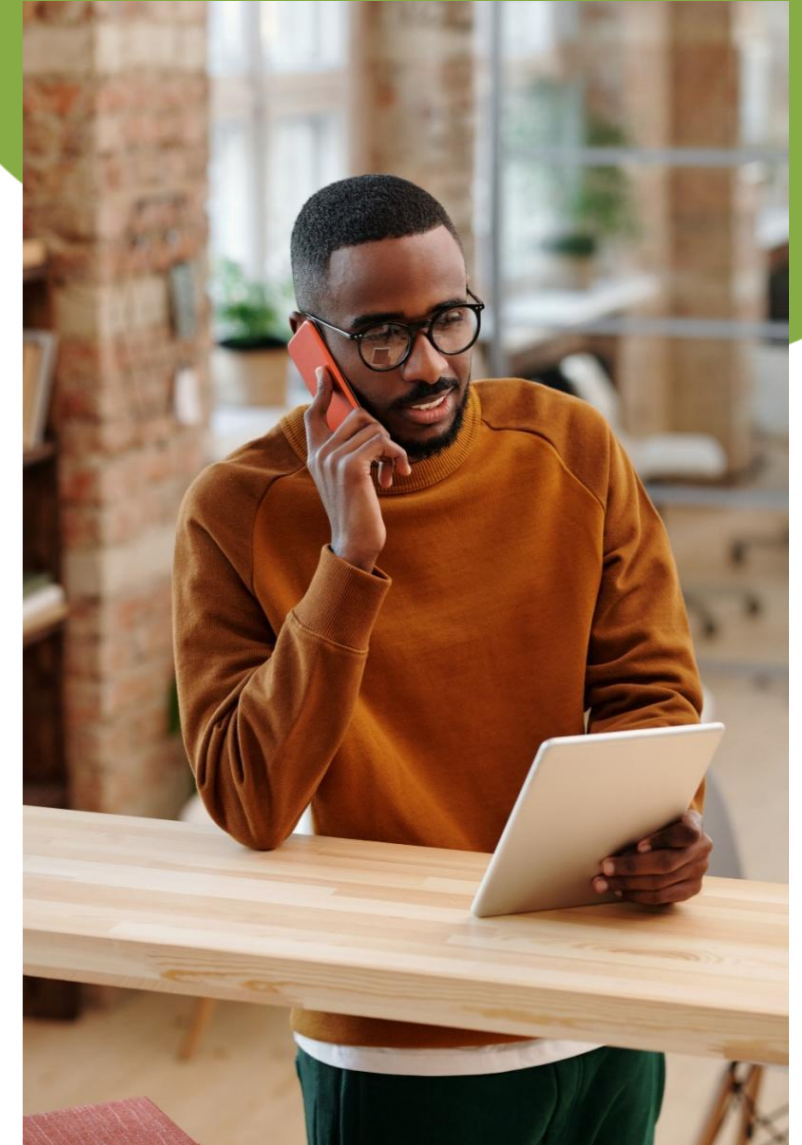


Imagen de [Diva Plavalaguna](#) en [Pexels](#)

C-Commerce, la evolución del comercio electrónico

ENFOKA-TRENDS OCTUBRE 2022

Respecto a las perspectivas de futuro según la Encuesta global sobre comercio conectado de Nielsen, el comercio conversacional será clave para impulsar los negocios durante este año 2022.

Sumado a esto, el c-commerce representaría 20 por ciento del mercado de e-commerce para 2025, de acuerdo con un reporte de la firma Boston Consulting Group (BCG).

Las posibilidades son muchas y la tecnología de inteligencia artificial aplicada a las ventas tiene aún mucho recorrido. Y es que, aunque no se llegue a realizar una compra efectiva por este canal, siempre se produce lo que llamamos 'Influencia Conversacional', una potente herramienta de marketing, fidelización y atención al cliente que, aun en el caso de que no permita la compra directa, sí que sirve para, mediante la información e influencia que recibe el usuario, dirigirle hacia la compra en nuestro comercio. El maridaje perfecto entre comercio online y físico.

Sin duda esta tendencia acabará por reducir la fricción en la comunicación del usuario con las empresas enviándoles el mensaje correcto en el momento correcto y en el canal preferido por el usuario y optimizando las experiencias de usuario y recursos a través de la tecnología, automatización y contextualización.

Si quieres comprar o vender, empieza a conversar.



Imagen de [Diva Plavalaguna](#) en [Pexels](#)

Bibliografía

- **Expansión (2022)** *C-commerce: qué es y por qué aumentará las ventas en tu negocio*. Recuperado el 31 de octubre de 2022 de <https://expansion.mx/tecnologia/2022/08/17/c-commerce-que-es>
- **Felipe Lemunguir (La tercera, 2022)** *C-Commerce, la evolución del comercio electrónico que toma fuerza*. Recuperado el 31 de octubre de 2022 de <https://www.latercera.com/piensa-digital/noticia/c-commerce-la-evolucion-del-comercio-electronico-que-toma-fuerza/75WHMT5KPJEJNCRG3T2NUHXVBM>
- **Ángeles Montecelo (Infopack, 2021)** *Descubre el c-commerce: el comercio conversacional como herramienta del retail*. Recuperado el 31 de octubre de 2022 de <https://www.infopack.es/es/noticia/descubre-el-c-commerce-el-comercio-conversacional-como-herramienta-del-retail>
- **Inlea (2022)** *¿Qué es el c-commerce o Comercio Conversacional?*. Recuperado el 31 de octubre de 2022 de <https://inlea.com/es/que-es-el-ccommerce-comercio-conversacional>
- **Aldeamo (2022)** *Funcas eleva la previsión para la tasa media anual de inflación hasta el 9,1%*. Recuperado el 31 de octubre de 2022 de <https://www.funcas.es/textointegro/ipc-agosto-2022-previsiones-hasta-diciembre-2023/>
- **Jaime Navarro (Marketing news, 2021)** *El 'c-commerce', la evolución que hace al comercio electrónico más 'humano'*. Recuperado el 31 de octubre de 2022 de <https://www.marketingnews.es/marcas/opinion/1166788054305/c-commerce-evolucion-al-comercio-electronico-mas-humano.1.html>
- **Katharina Kremming (Messenger people, 2022)** *What does conversational commerce mean?*. Recuperado el 31 de octubre de 2022 de <https://www.messengerpeople.com/what-does-conversational-commerce-mean>

Información relacionada

- **Conected Commerce: Creating a roadmap for a digitally inclusive bharat (Mastercard & NITI, 2021):**
<https://www.niti.gov.in/writereaddata/files/Connected-Commerce-Full-Report.pdf>
- **Global connected Commerce (Nielsen, 2016):**
https://unctad.org/system/files/non-official-document/dtl_eweek2016_CJohnson_en.pdf
- **The performance of Small and Medium Sized Businesses in a digital world (Deloitte, 2019):**
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/Consultoria/The-performance-of-SMBs-in-digital-world.pdf>
- **Estudio e-Commerce 2022 (iab!, 2022):** <https://iabspain.es/download/110966>