

2022KO URRIA

Enfoka-Trends

C-Commerce, merkataritza elektronikoaren bilakaera

C-Commerce, merkataritza elektronikoaren bilakaera

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA

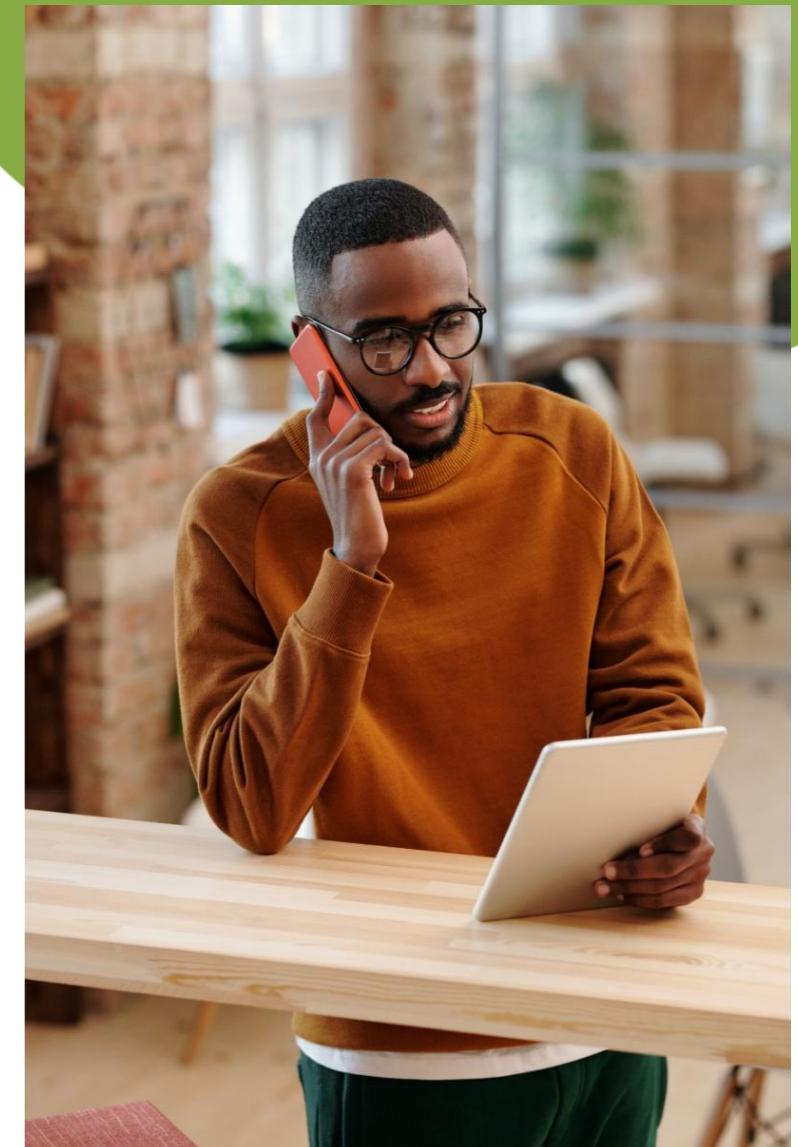
2015ean aipatu zuen lehen aldiz terminoa Chris Messinak, Uberreko langile ohiak eta «hashtag» terminoaren sortzaileak. Bertan, Messinak esan nahi du enpresekin elkarreaginean aritzeko joera dagoela, mezularitzako edo ahots-teknologiako aplikazioen bidez, c-commerce delakoa definitzeko.

Merkataritza elektroniko eraginkorrago eta dinamikoago baten eskarira egokitzeko e-commerce delakoaren bilakaera gisa sortzen da

Zure negozioan elkarritzeta-merkataritza ezartzeak zure kanal digitalean salmentak lau aldiz biderkatzen lagun dezake. Izañ ere, bezeroek oso gustuko dute berehalako arreta, eta are gehiago e-commerce arreta bada. Ez da gauza bera call center bateko aholkulari batek erantzun bat bost segundo baino gutxiagoan jaso arte 10 minuto itxarotea. Hori elkarritzeta-merkataritzak egin dezakeen zerbait da, eta, Aurionixen datuen arabera, 2022rako % 300eraino haztea espero da.

Elkarritzeta-merkataritzak, zeinaren sorrera chatbotetan kokatzen baita, bezeroarekin komunikatzeko berehalako kanaletan, normalean webgune korporatiboetan, markekin edo dendekin mezularitza-kanal baten edo ahots-laguntzaile baten bidez konektatzeko aukera ematen die bezeroei, ondasunaren edo zerbitzuaren erosketa bultatzeko helburuarekin. Adibidez, zerbitzu-ordutegietatik produktu baten ezaugarrietara bitartean galde dezakete.

Baina c-commerce ez da mezuak azkar eta eraginkortasunez erantzutea bakarrik, bezeroei produktu edo zerbitzu bat erosteko bide ez hain zaila emateko modua ere bada.



Diva Plavalaguna argazkia [Pexels-en](#)

C-Commerce, merkataritza elektronikoaren bilakaera

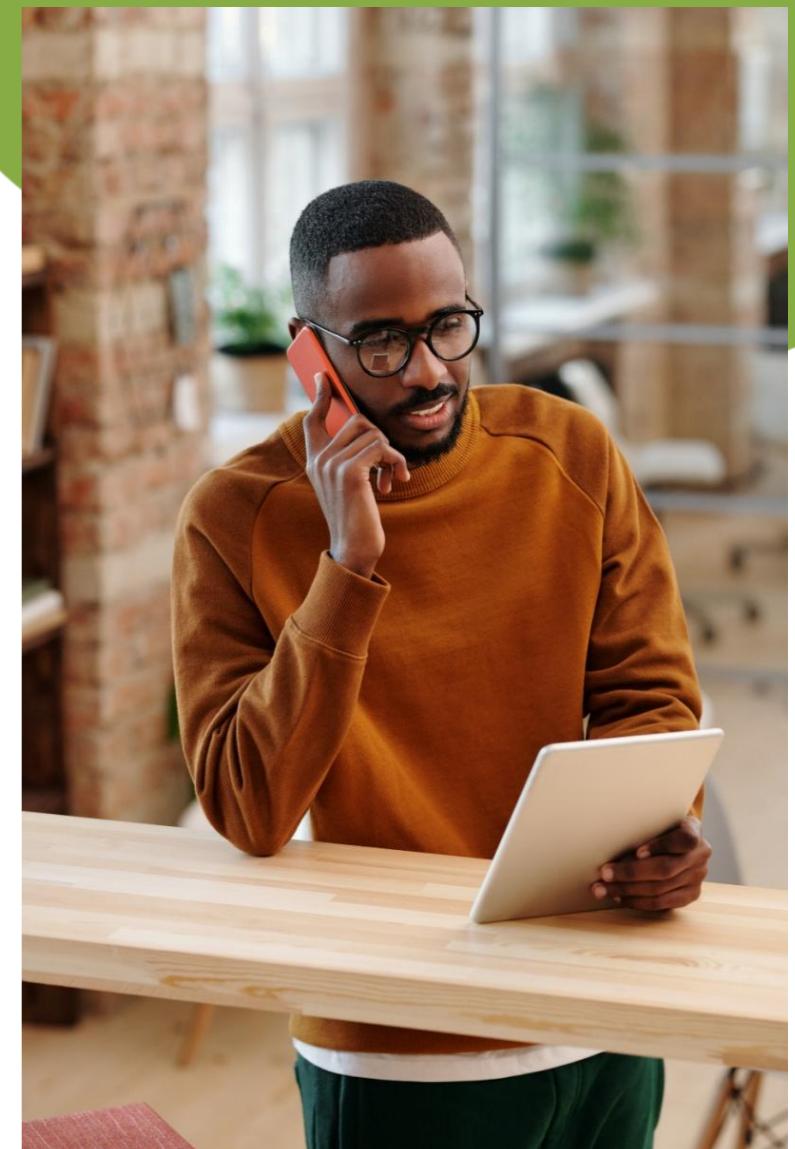
ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA

Elkarritzeta-merkataritza duela urte batzuk aplikatzen ari den arren, modalitate horrek protagonismoa hartu du funtzionalitate berriei esker, hala nola txatetik irten gabe erosketa baten ordainketa zehazteko aukerari esker.

Ildo horretan, Instagramek duela gutxi iragarri zuen bere tresna berria: Meta Pay. Konponbide horrek Mark Zuckerbergen enpresa integratu zuen, eta erabiltzailearen eta negozioaren arteko txataren barruan ordainketa-botoi bat aktibatzea ahalbidetzen du, erosketa-prozesua sinplifikatzeko: saltokiak ordainketa bidaltzen du, bezeroak onartzen du eta erosketa aplikazioan erregistratuta dituen banku-daturekin prozesatzen da. Hori guztia txatetik irten gabe eta beste leihoko edo aplikazio bat ireki gabe.

Irtenbide hori Metak denda edo webgune garaturik ez duten enpresa txikientzat pentsatu zuen, baina konpainia handienentzat ere irekitzen da.

Teknologia berri hori merkataritza elektronikoaren azken aurrerapenetako bat da, modu esponentzialean eboluzionatzen ari dena adimen artifizialari esker. Iza ere, soluzio automatizatuagoak sortzen ari da, bezeroekin elkarritzeta bideratzeko aukera ematen dutenak (edozein komunikazio-plataforma, app edo sare sozialen bidez). Horrela, enpresek bezeroekin ahalik eta modurik egokienean jar daitezke harremanetan hurbilketa-prozesuan.



Diva Plavalaguna argazkia [Pexels-en](#)

C-Commerce, merkataritza elektronikoaren bilakaera

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA

Elkarrizketa-merkataritza mota ezagunenak honako hauek dira:

- Mezularitzako aplikazioak

Mezularitzako aplikazioak, hala nola WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram Direct edo WeChat, hasiera batean erabiltzaileak konektatzeko sortu ziren. Merkataritza elektronikoaren bilakaerarekin, horrelako aplikazioak kontsumitzaileen eta enpresen arteko komunikazio-kanal handi bihurtu dira.

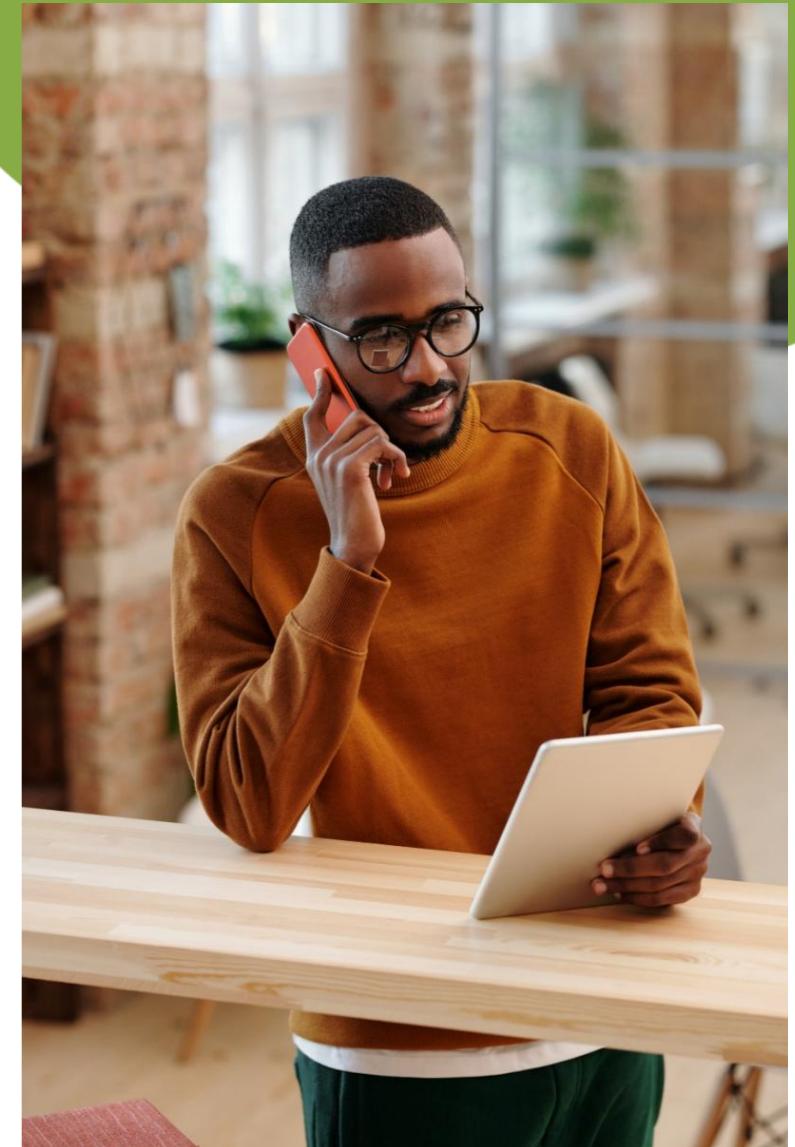
Enpresentzako erabilera nagusia bezeroarentzako zerbitzua den arren, gero eta ohikoagoa da kanal horien bidez komunikazioak edo eskaintzak bidaltzea. Facebook Shops da gehien erabiltzen den plataforma, eta negozioak bezero potentzialekin konektatzea ahalbidetzen du, Messenger, WhatsApp edo Instagram Direct bidez.

- Zuzeneko txata

Zuzeneko txatak enpresek bezeroaren eskura jartzen dituzten txatak dira, komunikazioa errazteko. Txat horietara web orriaren bidez edo saltokiaren aplikazioaren bidez sar daiteke normalean.

Belaunaldi gazteenak dira zuzeneko txaten erabiltzaile nagusiak, testu-mezuetara ohituta baitaude eta ez deietara.

Zuzeneko txatek aukera ematen diote erabiltzaileari agente batekin modu birtualean eta denbora errealean komunikatzeko. Horrela, komunikazioa pertsonatik pertsonara da, eta ez pertsonatik robotera. Zuzeneko txatek aukera ematen dute gorabeherak eta zalantzak konpontzeko eta up-selling edo cross-selling aukeretara irekitzeko.



Diva Plavalaguna argazkia [Pexels-en](#)

C-Commerce, merkataritza elektronikoaren bilakaera

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA

○ Chatbotak

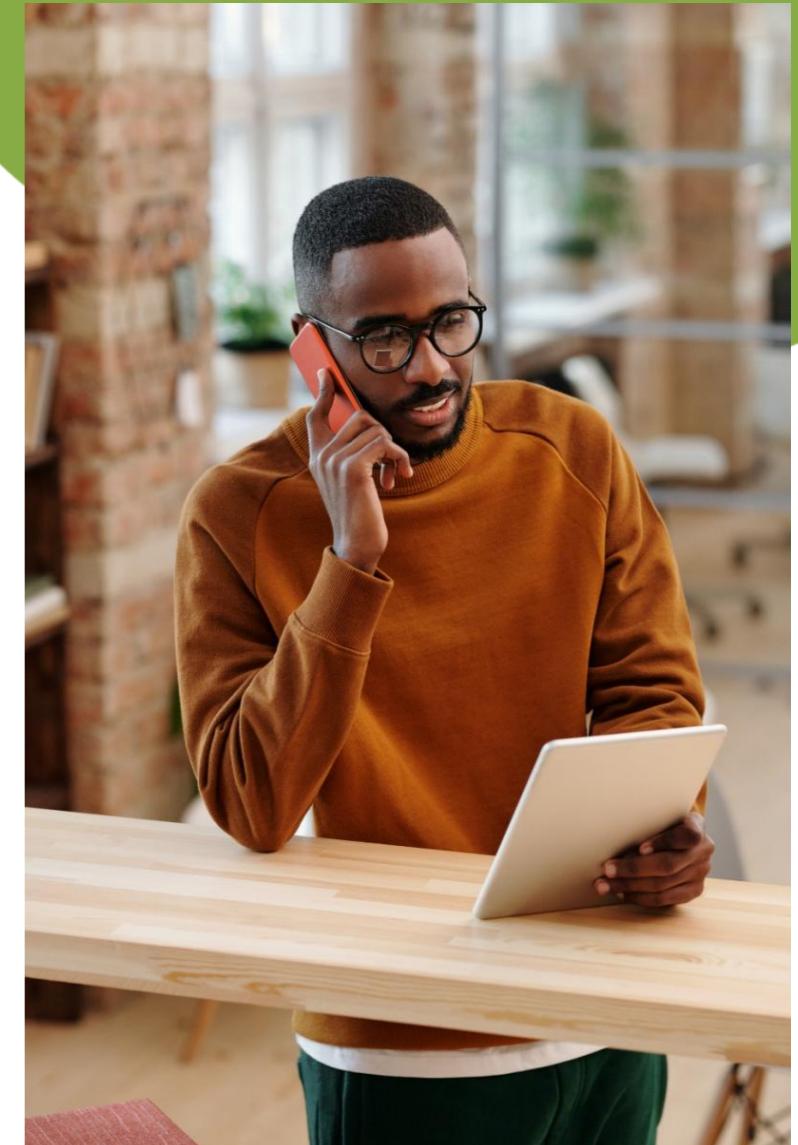
Chatbotak zuzeneko txatak bezalakoak dira, baina agente batekin elkarreragin beharrean, robot batekin elkarreragiten da. Bots hauek erabiltzaileen edozein galdera edo iruzkini erantzun automatikoa emateko konfiguratzen dira, eta, beraz, adimen artifiziala funtsezkoa da.

Bide hau ez da zuzeneko txata bezain garestia. Hala ere, ahalik eta zehaztasun handienarekin konfiguratu behar da, bezeroari asegabetasun-sentsaziorik ez sortzeko.

○ Ahots-laguntzaileak

Ahots-bertaratuak, Apperen Siri edo Amazonen Alexa kasu, nabarmen egin dute gora azken urteotan. 2022an ahotsean oinarritutako erosketak 40 mila milioi dolarerra bideratzea aurreikusten da.

Parte-hartzaile horiek aukera ematen dute erabiltzailearen edozein galderari erantzuteko eta, beraz, emaitzetan produktuak edo zerbitzuak eskaintzeko. Zalantzarik gabe, SEO posizionamendua ahots bidezko bilaketetan funtsezko faktorea da enpresa baten c-commerce indartzeko.



Diva Plavalaguna argazkia [Pexels-en](#)

C-Commerce, merkataritza elektronikoaren bilakaera

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA

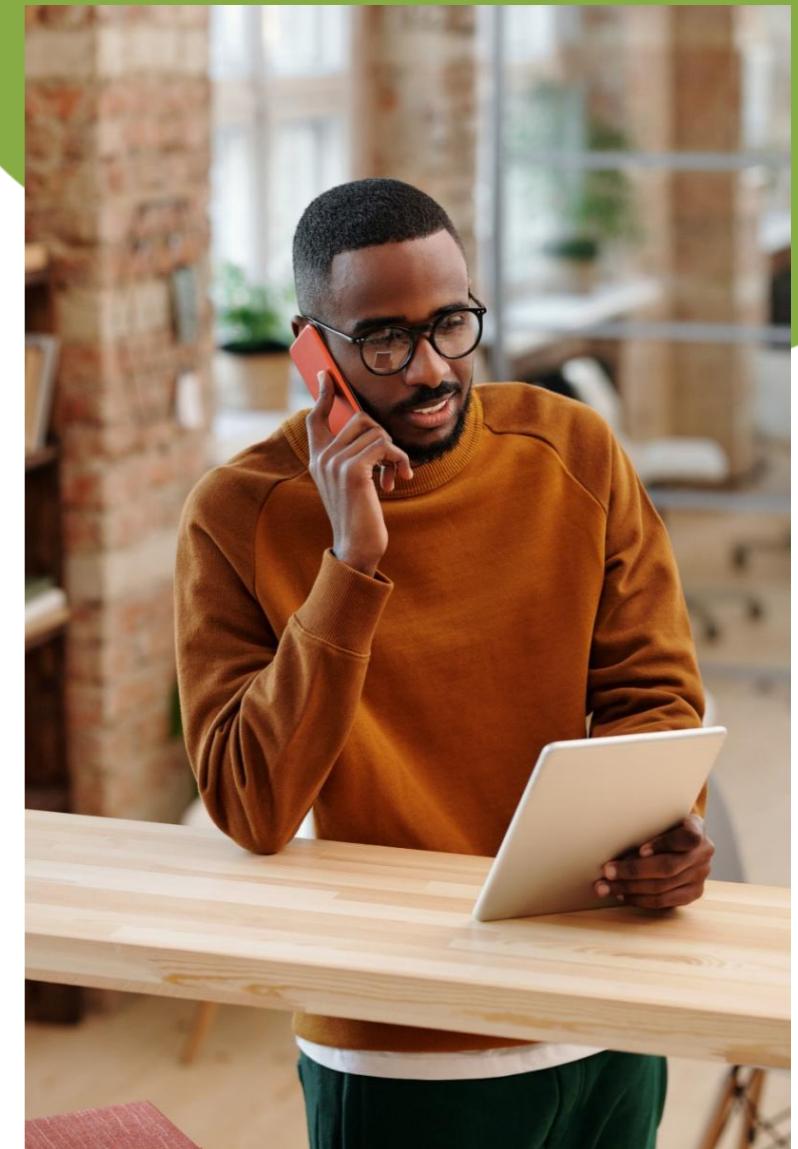
Elkarrizketa-merkataritza erosketen eta elkarrizketaren arteko elkargunean sortzen da. Garrantzitsua da kontuan hartzea "elkarrizketarako" ideia dela bezeroaren eta enpresaren arteko trukea elkarrizketan oinarritzea. Beraz, ez da norabide bakarreko komunikazio bat enpresek bezeroei publizitate-banner bat bezala, bi norabideko truke bat baizik.

Ohiko publizitate mezuak entzuten diren bitartean: Erosi hau, erosi hura!, elkarrizketa merkataritza soinua gehiago: "Zer behar duzu gaur eta nola lagundi dezaket azkar eta erraz aurkitzeko?" Ikuspegi hori ez da bezeroarentzat atseginagoa eta lagunkoiagoa soilik, benetan hala da!

Kontsumizaileen artean egindako inkestek honako hau erakusten dute:

- Kontsumizaileen % 91k lagunza nahi du denbora errealean
- Zuzeneko txatek bihurketa-tasak ehuneko 82raino igo ditzakete
- Mila milioi erabiltzaile baino gehiago jartzen dira enpresekin harremanetan astero mezularitza-aplikazioen bidez

Horregatik, aditurek eta enpresek uste dute merkataritza elektronikoa bezeroarekiko komunikazioaren etorkizuna dela. Parte-hartzaile horiek aukera ematen dute erabiltzailearen edozein galderari erantzuteko eta, beraz, emaitzetan produktuak edo zerbitzuak eskaintzeko. Zalantzarik gabe, SEO posizionamendua ahots bidezko bilaketetan funtsezko faktorea da enpresa baten c-commerce indartzeko.



Diva Plavalaguna argazkia [Pexels-en](#)

C-Commerce, merkataritza elektronikoaren bilakaera

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA

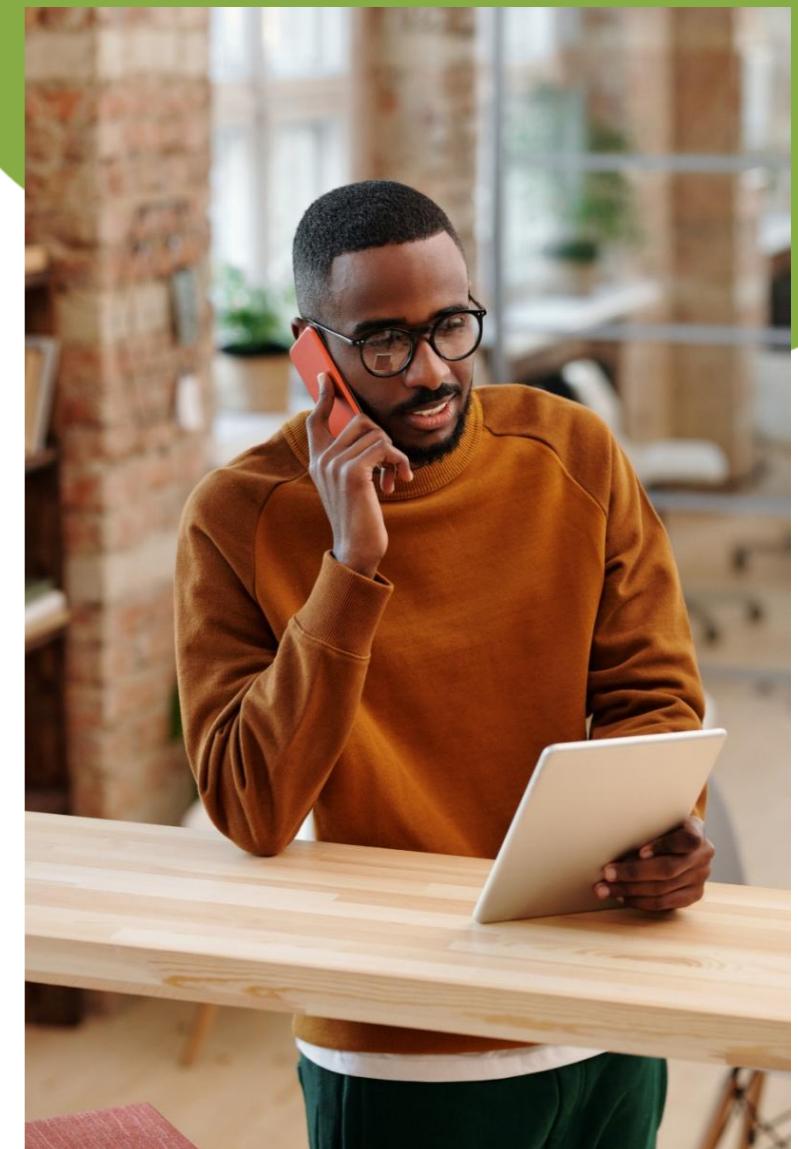
Etorkizuneko aurreikuspenei dagokienez, Nielsen-en Merkataritza konektatuari buruzko inuesta globalaren arabera, elkarrizketa-merkataritza funsezkoa izango da 2022an negozioak bultzatzeko.

Horrez gain, c-commerce e-commerce merkatuaren % 20 izango litzateke 2025erako, Boston Consulting Group (BCG) enpresaren txosten baten arabera.

Aukerak asko dira, eta salmentei aplikatutako adimen artifizialeko teknologiak ibilbide luzea du oraindik. Izen ere, erosketa efektibo bat kanal horretatik egiten ez bada ere, beti gertatzen da "Elkarrizketa eragina" deritzoguna, marketin, fidelizazio eta bezeroarentzako arretarako tresna indartsua, zuzeneko erosketa onartzen ez badu ere, erabiltzaileak jasotzen duen informazio eta eraginaren bidez gure dendar erosketak egiteko balio duena. Online merkataritzaren eta merkataritza fisikoaren arteko uztarketa perfektua.

Zalantzak gabe, joera horrek murriztu egingo du erabiltzailea enpresekin komunikatzean sortzen den tirabira, eta mezu zuzena bidaliko die une egokian eta erabiltzaileak gogokoen duen kanalean, eta erabiltzailearen eta baliabideen esperientziak optimizatuko ditu teknologiaren, automatizazioaren eta testuinguruaren bitartez.

Erosi edo saldu nahi baduzu, hasi hizketan.



Diva Plavalaguna argazkia [Pexels-en](#)

Bibliografia

- **Expansión (2022)** *C-commerce: qué es y por qué aumentará las ventas en tu negocio.* 2022ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <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.* 2022ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <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.* 2022ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <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?.* 2022ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <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%.* 2022ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <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'.* 2022ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <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?.* 2022ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <https://www.messengerpeople.com/what-does-conversational-commerce-mean>

Lotutako informazioa

- **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/dtI 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>