

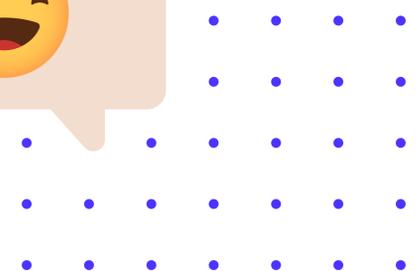
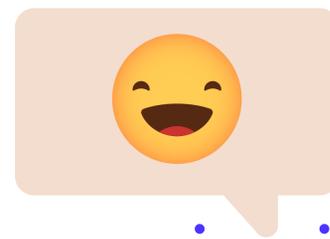
B2Chat

Guía C-Commerce y E-commerce: vende tus productos en redes sociales



Índice

- ¿Cómo aprovechar el C-commerce y el E-commerce en mi empresa?
- ¿Qué tan efectivas son el C-commerce y el E-commerce?
- ¿Por qué las redes sociales son tan apetecidas por los usuarios?
- ¿Qué gana mi negocio abriendo perfiles en redes sociales?
- ¿Cuáles redes sociales debe tener mi empresa para vender más?
- ¿Cómo puedo complementar mi estrategia de redes sociales?



¿Cómo aprovechar el C-commerce y el E-commerce en mi empresa?

Hoy en día es común hacer nuestro mercado por internet, agendar una cita médica a través de WhatsApp o incluso decidir que tipo de ropa comprar de acuerdo a las imágenes que vemos en redes sociales.

Este tipo de actividades son posibles gracias al poder del C-commerce y a las plataformas de E-commerce, ambas alternativas de mercadeo digital, que le permiten al usuario tener toda una experiencia de compra virtualmente ya sea desde sus plataformas de chats, las redes sociales o en las páginas web.



¿Qué es el C-Commerce?

Es un tipo de comercio que se basa en las conversaciones que se generan digitalmente entre clientes y empresas.

Su premisa es usar plataformas de chats como: WhatsApp, Telegram, LiveChat, etc., para guiar al comprador por todo su recorrido, dejándolo tomar la decisión final de donde realizar la transacción (De forma física, en páginas web propias, en comercio de terceros o como se logre acordar con el vendedor).

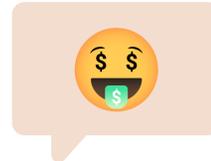


¿Qué es el E-Commerce?

Es un tipo de comercio digital que trata de reunir toda la experiencia de compra dentro del mundo virtual.

Usando las redes sociales y páginas web, los compradores logran efectuar todo su recorrido de forma autónoma o ligeramente guiada, haciendo la transacción final en la página web de la empresa distribuidora o en el retail digital de un tercero.





¿Qué tan efectivos son el C-commerce y el E-commerce ?

Estas son algunas cifras que demuestran la cantidad de usuarios a los que puedes acceder implementando C-commerce y/o un E-commerce en tu empresa.

Algunas cifras sobre las ventas por plataformas de chats como: WhatsApp, Facebook Messenger y Telegram (C-commerce).

-  El **31%** de los latinoamericanos empieza una compra en línea a través del chat.
-  En Colombia, el sector turístico aumentó en un **90,4%** las ventas que se efectúan a través de plataformas de chats durante el 2020.
-  Durante junio del 2020, el sector de tecnología en Colombia aumentó un **96,2%**, la recepción y envíos de notas de voz por WhatsApp para cerrar ventas.
-  El envío y recepción de SMS en el sector de las telecomunicaciones en Colombia, creció **45,1%**, entre los meses de marzo y junio de 2020.
Información tomada de: Revista P&M.

Información tomada de: Revista P&M



Estadísticas sobre las ventas en redes sociales en general (E-Commerce)

-  El **49%** de la población mundial usa redes sociales activamente.
-  El **79%** de la población Argentina tiene redes sociales.
-  En Colombia y México el **69%** de los habitantes usan redes sociales.
-  Las personas entre **16 y 64** años usan las redes sociales aproximadamente 2.1 horas al día.
-  Las personas entre **25 y 34** años son las que más usan las redes sociales.
-  En enero de 2021, Facebook contó con cerca de **2.740 millones de usuarios** activos en un mes.
-  Instagram tiene más de **1.221 millones** de usuarios activos en un mes.
-  Pinterest tiene más de **200 millones** de usuarios activos en un mes.

Información tomada de: HootSuite



¿Por qué las redes sociales y los canales de mensajería son tan apetecidos por los usuarios?

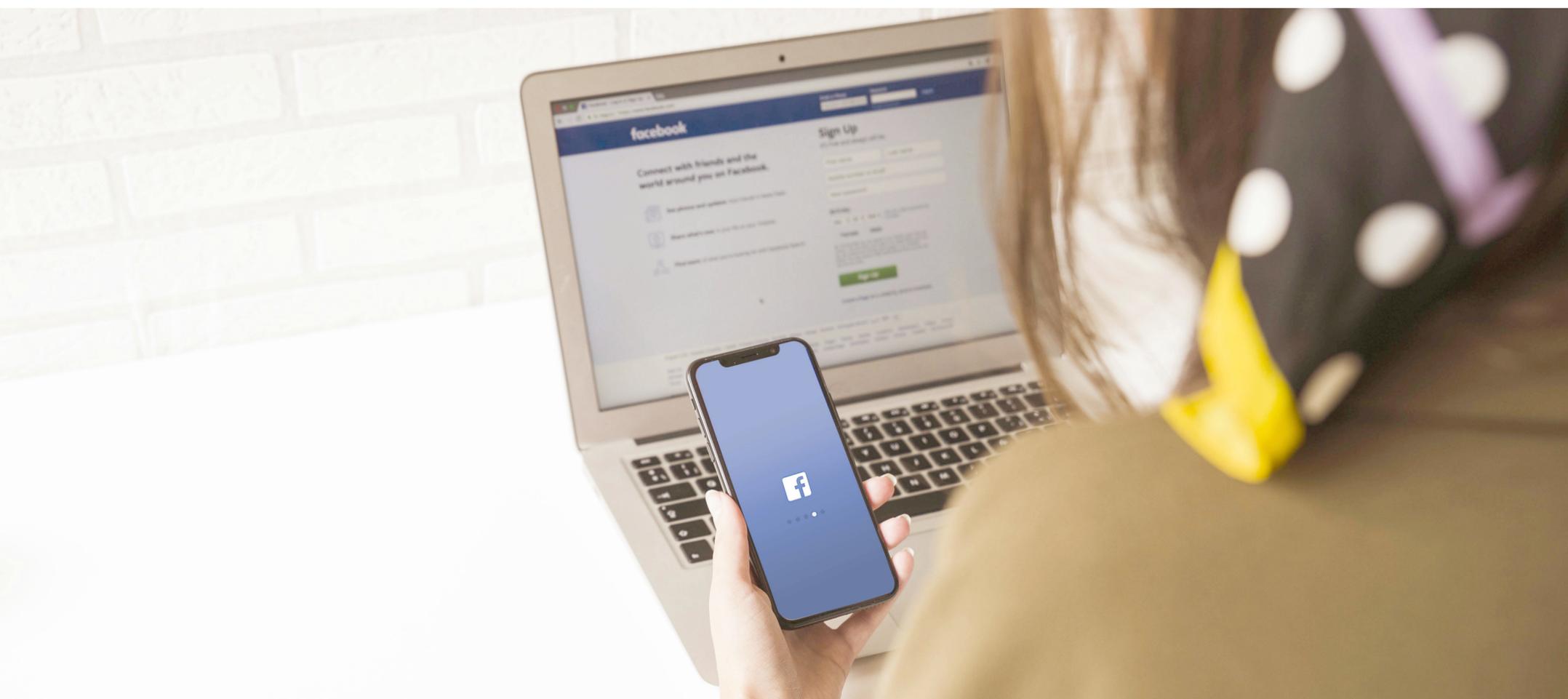
Disponer de información variada y segmentada de acuerdo a nuestros propios gustos, sumado a: la velocidad de acceso, la posibilidad de socializar el contenido y transformarse en referentes son algunas de las características principales de las redes sociales.

Estas cualidades hacen que cada día aumenten los usuarios de Facebook, Instagram y Pinterest, tres de las redes sociales más populares del mundo.

Por su parte los canales de mensajería son una de las actuales fuentes de comunicación natural entre usuarios de todo el mundo.

Aplicaciones como WhatsApp y Facebook Messenger son habitualmente usadas como único canal de comunicación entre familiares y amigos que por las condiciones mundiales difícilmente se pueden ver.

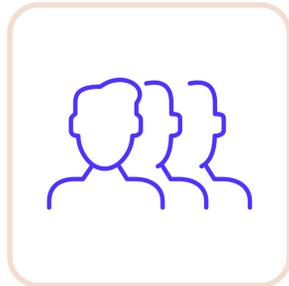
La gratuidad de estos servicios sumados a la facilidad de uso, los ubican en la cima del top of mind de miles de usuarios en el mundo. **Por eso cuando alguien piensa en comprar, antes de dirigirse físicamente al comercio, evalúa la posibilidad de realizar el contacto a través de algún canal de mensajería.**



¿Qué gana mi negocio abriendo perfiles en redes sociales?



Popularizar la
marca



Crear
comunidades
entorno a la
empresa



Generar
tráfico hacia
negocios
virtuales de
la marca



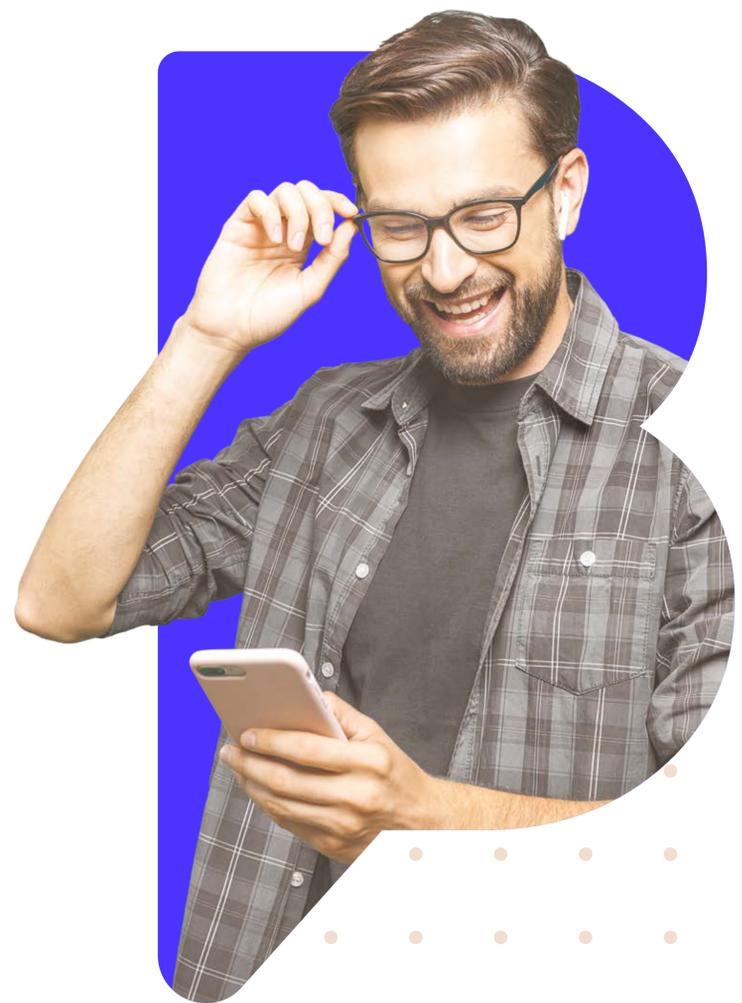
Aumentar las
oportunidades
de venta



Valor
empresarial

¿Qué gana mi negocio comunicándose por chat?

- Economía y optimización de recursos.
- Trazabilidad para la mejora constante.
- Oportunidades de negocio en nuevos canales.
- Captación de datos de forma sutil.
- Un recorte en el recorrido natural de sus compradores.
- Presencia en los canales habituales de sus clientes.



¿Cuáles redes sociales debe tener mi empresa para vender más?



Facebook

En esta red social tu marca puede **mostrar sus productos mediante una tienda incluida dentro de la página de la empresa**. Gracias a esta opción puedes exponer fotos y videos de tu mercancía, además de agregarles: nombre, descripción, ofertas especiales e incluso **URLs directas hasta tu tienda oficial y allí realizar pagos**, completando el proceso de compra de tus usuarios.

En Facebook también puedes **subir fotografías de tus productos y etiquetarlas especialmente para venderlos**, ya no desde una tienda virtual incrustada en tu perfil, sino esperando un clic del usuarios que lo redirija a tu comercio oficial. **De esta forma aumentas la visibilidad de tus productos**.



Instagram

Esta red social te permite crear cuentas especiales para empresas, en donde puedes subir fotografías de tus productos y etiquetarlas. Debes tener en cuenta que: para **poder finalizar el proceso de compra de tus usuarios es necesario contar con Instagram Shopping**, ¡pero no te preocupes! esto lo consigues vinculando tu perfil de Instagram con una cuenta de empresas en Facebook y vendiendo productos físicos. Una vez cumplas los requisitos solo debes solicitar una aprobación directa de la red social, quienes evaluarán el requerimiento y **verificarán la disponibilidad de esta opción en tu país**.

Cuando tu empresa recibe la aprobación de **Instagram Shopping**, tu perfil puede empezar a subir fotos de sus productos y **etiquetarlos especialmente para que el usuario, con solo tocar la publicación, pueda acceder a:** más fotografías del mismo artículo en distintos ángulos, otros productos sugeridos y un botón para hacer la compras directamente desde la tienda virtual de tu marca, **todo sin salir de Instagram**.



¿Cuáles redes sociales debe tener mi empresa para vender más?



Pinterest

Aunque esta red social no es tan popular como sus antecesoras, sus usuarios son muy visuales y esta condición ayuda a los objetivos comerciales de tu empresa. Gracias a la opción: [Shop the look](#), tu perfil de empresa puede subir fotografías de sus productos y etiquetarlas especialmente para agruparlos en categorías similares y venderlos directamente en tu tienda oficial.

Pinterest también te permite agregar pines a tus fotos e incluir en ellos: la descripción y el precio, así tus usuarios pueden hacer búsquedas detalladas que les arrojen resultados relacionados con tu marca.

* Debes tener presente que la opción Shop The Look está limitada a ciertos países.



WhatsApp

Si bien esta red social es un poco diferente a sus antecesoras, la cantidad de usuarios con los que cuenta, la ubica a la par de las aplicaciones más descargadas en mundo. **Además muchas de las personas que la usan no necesariamente tienen otras redes y esto hace que empresas que venden productos para clientes objetivos en edades más avanzadas, puedan contactarlos mucho más fácilmente a través de una línea de WhatsApp.**

Otro aspecto a considerar es la integración con otras redes sociales, normalmente las pautas en Facebook e Instagram tienen un botón que dirige al comprador hacia un chat que casi siempre es WhatsApp.

Finalmente hay que destacar que WhatsApp se ha mantenido durante mucho tiempo como un servicio gratuito, al menos en su versión Messenger, lo que convierte a esta aplicación en puente tecnológico para usuarios de bajos recursos que recién empiezan a adquirir productos digitalmente y quizás no tienen ni los conocimientos, ni el alcance económico para acceder a plataformas de E-commerce.

¿Cómo puedo complementar mi estrategia C-commerce y de E-Commerce?

Aprovechar las posibilidades de cada red social es la primera regla que debes seguir a la hora de iniciar tu estrategia de ventas, pese a esto **debes encontrar maneras de optimizar los formatos tradicionales de cada una y alinearlos con tus propios objetivos.**

Hay **cuatro recomendaciones generales** que debes seguir si quieres convertir tus publicaciones en ventas:



Incluye siempre un CTA: Usar palabras atractivas que incentiven a tus usuarios a explorar cada publicación es una forma sencilla de revitalizar los posts de tu marca.



Cuida tus fotografías: Poner atención a los ángulos y la calidad de tus imágenes te ayudará a aumentar tus clientes potenciales al tiempo que ofreces la mejor cara de tus productos.



Escucha a tus usuarios: Activar la función de recomendaciones en tus diferentes perfiles te dará acceso a las opiniones de tus clientes y así mejorar marca.

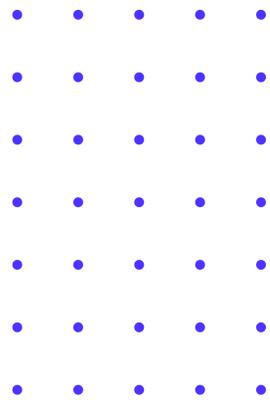


Crea contenidos de valor: Aprovecha tus redes sociales para compartir no sólo tus productos, sino también información relevante para tus clientes, de esta manera aumentarás tus seguidores y la recurrencia de tus publicaciones.

Finalmente recuerda
Acompañar tu estrategia de redes con herramientas adicionales como **B2Chat**

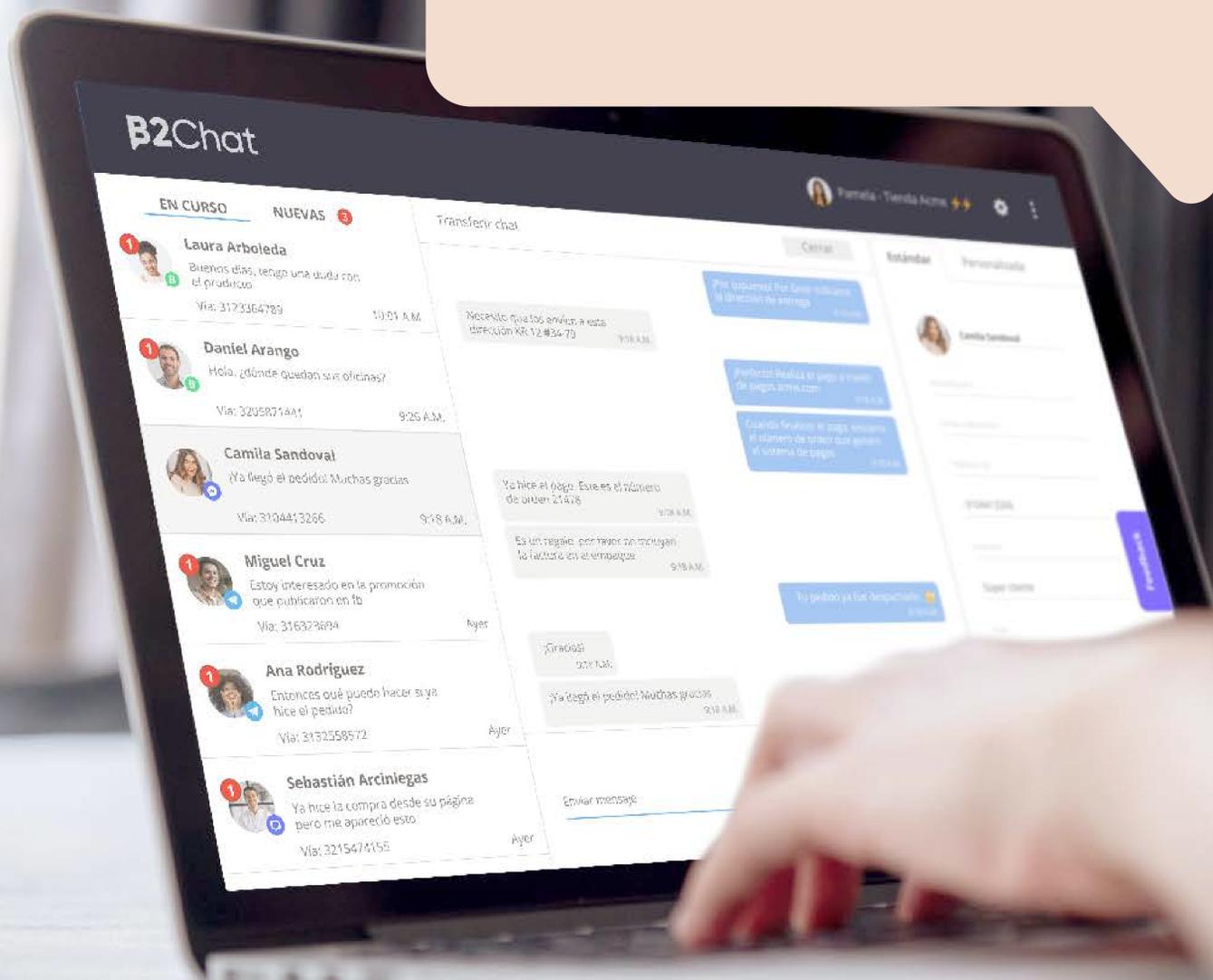
Te ayudará a guiar a tu comprador por todo su recorrido de compra de forma ágil y eficiente.





¿Quieres acompañar tu estrategia con una herramienta multiagente y multicanal?

Solicita una demo



Bibliografía

- Juan Carlos Mejia Llano - Estadísticas en redes sociales 2021.
- Juan Camilo Jaramillo Salazar- ¿Cómo vender por WhatsApp en pandemia?
- Maximiliano Carrizo - Bit:E-commerce: vende tus productos en redes sociales.



B2Chat.io

hablemos@b2chat.io