

Guía C-commerce

# Estrategías para vender más en Retail



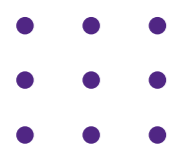
# C-commerce

Antes de empezar nos gustaría aclarar varios términos que están alrededor de la industria Retail en los últimos años. A medida que evoluciona la tecnología, crecen también las opciones para cerrar ventas y negocios de forma efectiva y eso es precisamente lo que pasa en el ambiente digital y empresarial.

Es por esto que queremos contextualizarte con estas tendencias y entregarte un par de claves que te ayudarán a vender más. ¡Quédate hasta el final!

## ¿Qué es el e-commerce?

Este término se refiere a electronic commerce o comercio electrónico y es en general para las transacciones de compra y venta por medios virtuales. Están relacionados con transacciones comerciales realizadas a través de Internet y también con sitios web para la venta de marcas privadas.





# ¿Qué es el m-commerce?

El m-commerce por su parte significa comercio móvil, es decir, cuando haces una compra a través del teléfono celular y hace parte del e-commerce ya que la compra se hace online solo que desde un smartphone. ¿Has pensado en comprar algo mientras navegas desde tu celular? Lo más probable es que sí, así que ¿Por qué no ponerlo en práctica en tu empresa? Es una gran área de oportunidad.



## ¿Qué es el c-commerce?

En este caso la c hace referencia a conversacional. Así es, comercio conversacional y como su nombre lo indica son todas aquellas transacciones que surgen luego de una conversación por chat con una marca en particular. Es decir, todas las compras y ventas realizadas por aplicaciones de mensajería como WhatsApp, Telegram, Apple Messages y RCS.

Hola, buenas tardes ✓✓

¡Bienvenido a Super Market!  
**¿Qué te gustaría comprar hoy?**



Te invitamos a conocer nuestros productos en el siguiente Menú





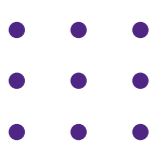
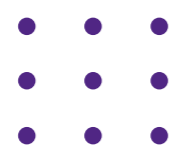
## ¿Qué es el s-commerce?

El término s-commerce proviene de social commerce y se refiere al comercio a través de redes sociales y es básicamente la venta de productos en línea a través del Facebook marketplace y el Instagram marketplace; aunque hoy en día muchos negocios venden en cualquier otra red, o bien sea en éstas pero de forma directa sin necesidad de ubicar sus productos en el marketplace.



## ¿Qué es el t-commerce?

Tele-comercio. ¿Recuerdas los comerciales de televisión donde ofrecen sus productos e inmediatamente hacen un llamado a la acción para que se comuniquen y compren en ese instante? El uso de la televisión para realizar ventas se lleva haciendo desde hace muchos años, pero este recurso se ha reinventado con la incorporación de tecnologías, como los QR-Codes y la evolución de los medios de pago. Así, puedes ver un comercial de TV o un programa de ventas, apuntar tu celular a la pantalla, escanear el código QR y ser redirigido a una cuenta de WhatsApp de la empresa, o bien sea al sitio web o app de la marca para completar tu compra.





## ¿Cuál de ellos debo usar?

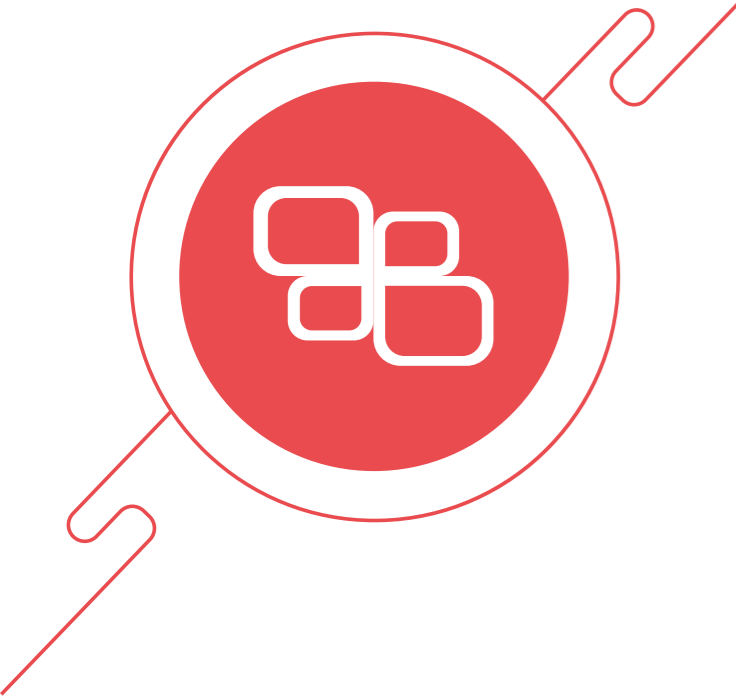
No existe una respuesta estándar a esta pregunta. Esto se debe a que cada negocio tiene sus particularidades. Pero un buen punto de partida es preguntarse: ¿dónde están mis clientes?

El mejor inicio es abrir una cuenta comercial en WhatsApp para atender a los clientes a través del c-commerce. También verifica que el sitio web de tu tienda online funcione bien en un navegador móvil.

**¿Te gusta lo que estás leyendo?** 😊

Estamos compartiendo nuestro contenido de valor por WhatsApp, para recibirlo suscríbete **aquí** ➡️





# Las mejores estrategias para el **sector Retail**

## Inbound marketing

Una de las estrategias más efectivas para incrementar las ventas. La competencia en esta industria es cada vez más dura y para destacar frente a otras marcas, se necesitan acciones con un alto nivel de personalización por parte de los equipos de marketing.

Conseguir la atención de los posibles clientes es muy importante para empresas como la tuya.

### **¿Qué es el Inbound marketing para el sector retail?**

Se trata de una metodología comercial que está destinada a la **captación de clientes** y consiste en la creación de contenido valioso y de interés basado en experiencias a la medida del público objetivo de la marca. Con ello, se busca generar una relación de calidad entre el cliente y la empresa.

# Las **3** etapas que debes seguir:



## 1

**Atraer:** Capta la atención de tu audiencia mediante contenido de mucho valor.

## 2

**Interactuar:** Proporciona información a tus clientes y garantiza satisfacer sus necesidades más inmediatas. Esto te ayudará a mantener y a aumentar la fidelización.

## 3

**Enamorar:** Consiste en que tu marca sepa cómo brindar ayuda a sus clientes en el momento de intentar realizar una compra. Garantiza los medios para esto y busca ofrecer un plus adicional como premios, descuentos o planes de fidelización.

Tener solo puntos de venta físicos no basta para atraer clientes y alcanzar objetivos comerciales retadores. Contar con presencia en el mundo digital ayudará en gran medida a tu marca. Como ya sabes, hoy en día, vender a través de chats y dispositivos móviles es una práctica muy habitual. Así que apóyate en una estrategia de c-commerce y utiliza **recursos profesionales** que facilitarán tu vida y mejorarán sin duda, la experiencia de tus clientes.



# Omnicanalidad en Retail

El comportamiento de los clientes actuales se caracteriza por viajar por diferentes canales digitales antes de hacer efectiva una compra. La clave para que reciban la misma información en cualquiera de tus canales de comunicación digital, es mediante **una experiencia omnicanal**.

Es por eso, que ésta es una de las estrategias para aumentar ventas más rentables que puede existir. No solo porque promueves un mejor contacto con tus clientes, sino porque abres nuevas opciones de compra para tus usuarios.

Cuando se habla de la omnicanalidad en retail se refiere a una estrategia cuya finalidad es **integrar todos los canales de atención** de un negocio. Esto no quiere decir que solo sean los

canales online. También se consideran a las tiendas físicas, aplicaciones propias y otros canales propios del negocio.

Sin embargo, lo más importante está en unificar todos los canales de atención digital con la base de datos de tu negocio y manejar la misma información sin importar por donde se obtenga o se brinde.

Así, la comunicación con tus clientes será mucho más fácil y efectiva porque no tendrás canales aislados que limiten la información. Además, puedes mejorar tus tiempos de respuesta implementando **chatbots** en los canales favoritos de tus usuarios como WhatsApp en tu página web.

Ahora que ya sabes qué es la **omnicanalidad**, queremos mostrarte cómo uniendola con el **c-commerce** puedes **potencializar los resultados**, toma nota:



Tus canales de atención digital se convierten en grandes aliados para aumentar el tráfico a la web de tu negocio. Con mensajes automatizados de chatbots, podrás sugerir productos.



Los chats empresariales son aliados de tus clientes que no llegaron a comprar en una tienda física y quieren completar su compra online. Tener la información completa en cualquier canal **aumenta las probabilidades de un cierre de ventas.**



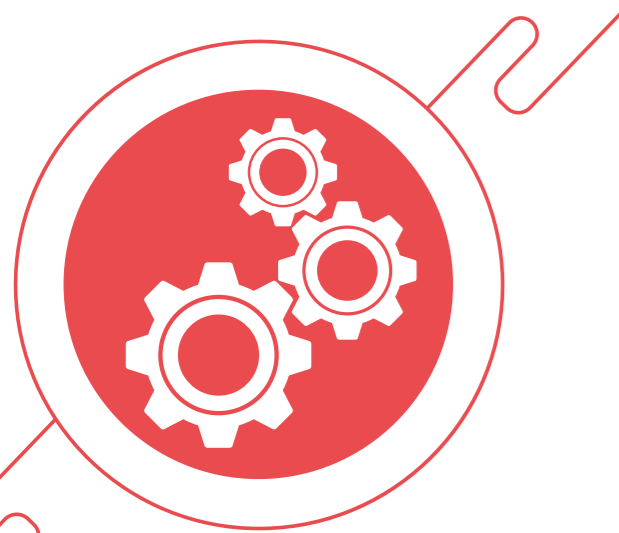
Puedes enviar promociones y descuentos exclusivos por tus canales de chat a tus clientes más frecuentes. Esto **aumenta la fidelización** porque sentirán que tu marca nunca se olvidó ellos. ¡Una estrategia postventa perfecta!



Permite que los usuarios puedan comprar por los canales de chat y no exclusivamente por la web o tienda física. Además, impulsan a que el cliente **no abandone el carrito de compra.**



Con un chatbot en tu estrategia omnicanal, podrás atender a los clientes potenciales durante todo el día en diferentes canales de atención digital.



¿Te has dado cuenta que si aplicas una estrategia omnicanal, estarás muy por delante que tu competencia?

Ya conoces las mejores estrategias para escalar hacia el primer lugar, no esperes más y deja que uno de nuestros asesores expertos te ayuden a diseñar una solución a la medida de tu empresa.

**¡Yo quiero!**

**Quiero saber más de c-commerce:**

**[¿Cómo vender más con el c-commerce?](#)**

**[Cómo vender más en retail medida de tu empresa.](#)**

**Quiero saber más de retail:**

**[Nuestras soluciones para retail](#)**

**[Mejora la experiencia de tus clientes](#)**