

# Tendencias

## ¿Qué tendencias primarán en el 2023?





# Trends e-Commerce Summit 2023

by envíame

¡El Trends e-Commerce Summit fue todo un éxito!

Aprendimos de la experiencia de los destacados speakers y no lo hubiéramos logrado sin la colaboración de estas grandes marcas





# Índice

 Introducción	4
 Realidad Aumentada	5
 Comercio Unificado	6
 Multicourier	7
 La Evolución del Retail	9
 Live Shopping	11
 Automatización	14
 Tendencias 2023	16
 ¿Qué es el Fullcommerce?	17
 Tendencias Logísticas	18
 Tendencias en Medios de Pago	19



La nueva normalidad aceleró la **adopción de diversas tendencias en el comercio digital**, desde la realidad aumentada hasta el Muticourier.

El comercio electrónico ha mostrado constantes cambios respecto a las tendencias en medio de un entorno competitivo que evoluciona rápidamente.

En este eBook te compartimos las últimas tendencias que vimos en el Trends e-Commerce Summit 2023, la cumbre online de comercio electrónico más importante de Latinoamérica.

¿Estás listo?





1

## Realidad Aumentada

En el próximo año, diversos retailers y marketplaces implementarán la realidad aumentada en algunos catálogos de sus productos. ¡Adelántate a esta nueva tendencia!

El mundo cambió y la forma de comprar también. Te contamos los beneficios de la realidad aumentada:



**Mayores conversiones**



**Mejores experiencias**



**Incremento en las ventas**



2

## Comercio Unificado

### 4 tendencias para el 2023 según [falabella.com](https://falabella.com)



#### Comercio unificado e hiper personalizado

Estrategia unificada para consolidar la gestión y los datos de las interacciones con el cliente, con el objetivo de adaptar la estrategia a sus necesidades con el mismo dinamismo del mercado.

Escalable y eficiente



Toma decisiones con datos



#### Social commerce

El cliente no sólo quiere una oferta personalizada, también quiere ser parte de la experiencia de otros usuarios a través de las redes.



#### Delivery ultraexpress

Entregas veloces y opciones de recolección, todo igualmente enmarcado en la hiper personalización.



#### Responsabilidad ambiental

El nuevo consumidor está mucho más involucrado con la preservación del ambiente y valora las empresas que se involucran e invierten en ser sostenibles.



3

## Multicourier

### La revolución de la logística e-Commerce

La Tecnología Multicourier es la tendencia fundamental para poder alcanzar escalabilidad frente a los desafíos que se están presentando actualmente.

¿Cyber Day?

¿Black Friday?

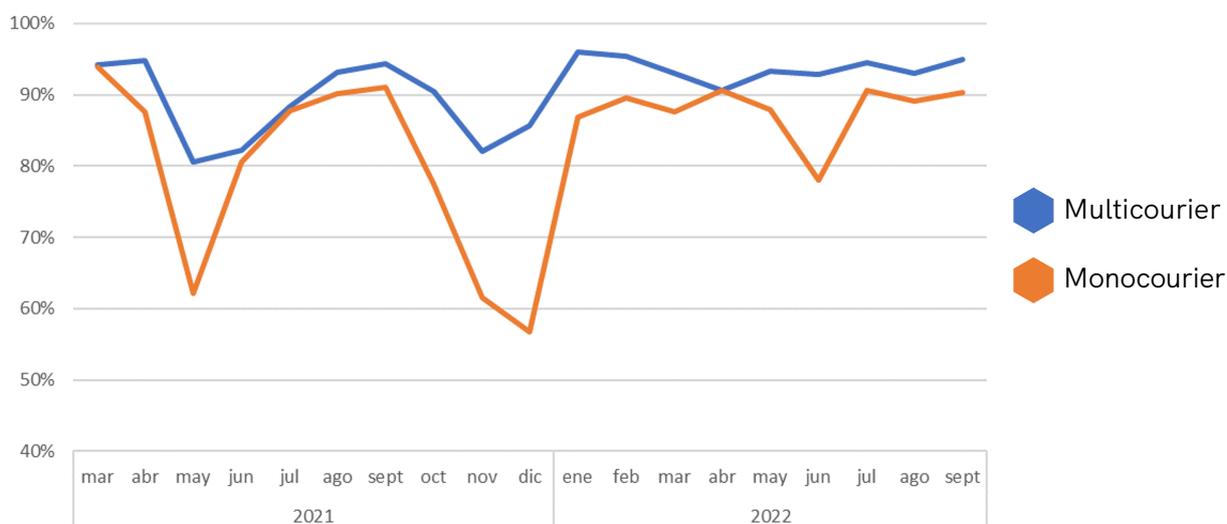
¿Tu logística te falla?

Con la tecnología multicourier de Envíame podrás optar a diferentes operadores logísticos en una sola plataforma y enfrentar de mejor manera los problemas en épocas peak.





En el siguiente gráfico queda en evidencia que los niveles de servicio tienen ciclos marcados por fechas peak, pero tener un Multicourier permite que estos ciclos no tengan caídas tan fuertes.



## ¿Qué beneficios ofrece un Multicourier?

- ✓ Permite diversificar el riesgo de la operación al poder trabajar con más de un courier a la vez.
- ✓ Podemos medir el nivel de servicio real con cada courier, y así ver con qué proveedor vamos realizando nuestros despachos para que sean más eficientes.
- ✓ Puedes optar a una amplia gama de servicios tales como: on demand, same day, next day, entre otros.



4

## La evolución del retail

### 2 tips según amazon



Entregar la mejor experiencia al cliente a través de la venta



Mejorar cada día el servicio al cliente



*LA CLAVE del éxito es la adaptabilidad*



Alexis Sepúlveda

Líder de Global Selling en Amazon



**A la hora de vender internacionalmente por Amazon se recomienda tener en cuenta los siguientes factores:**

- ✓ Tener imágenes de los productos en buena resolución
- ✓ Vender productos de calidad
- ✓ Tener una buena estrategia de comunicación

### Según **Walmart** ✨

El próximo año lo importante es la atención al cliente, la prolijidad del servicio, tanto para quien compra como para quien vende.

*“La experiencia debe ser seamless y ofrecer la mayor cantidad de beneficios y comodidad de cara al journey completo de compra y post venta para que la retención sea clave.”*



Felipe Atton Eguillor  
Gerente Marketplace en Walmart



5

## Live Shopping

### ¿Dónde nació el Live Shopping?

Proviene de China, partió en Alibaba con livestreaming, luego lo adaptó Tik Tok, y hoy se estima que cerca de un 20% de la venta e-Commerce pasa por este tipo de ventas live shopping.

### 3 Claves para tener éxito

según  **VTEX**

- 5.1** Hacer convocatorias para el evento
- 5.2** Comprender la diferencia:  
Live Stream vs Live Shopping
- 5.3** Definir objetivos que quiero lograr



## 5.1 Hacer convocatorias para el evento



## 5.2 Comprender la diferencia: Live Stream vs Live Shopping

Inicialmente las marcas partieron haciendo **Live Stream**, muchos en instagram, o en alguna otra red social que invitaba a salir de la plataforma y dirigirse manualmente al link de compra, lo que perjudicaba la experiencia del usuario

Hoy se está potenciando el **Live Shopping** donde dentro del mismo Live se pueden mostrar interacciones: mostrar los productos, poder ahí mismo agregar al carro y hacer la experiencia realmente un Live Shopping.

¡El **Live Shopping** ayuda a que los visitantes se conviertan directamente en conversiones!



## 5.3 Definir objetivos que quiero lograr

Estrategia

03

Definir objetivos que  
quiero lograr

- ✓ Cantidad de viewers vs. Calidad de viewers
- ✓ Tiempo de sesión live shopping vs tiempo de sesión regular de el sitio
- ✓ Métricas de performance: Engagement vs Sales
- ✓ Revenue generado durante el Live vs Residual.
- ✓ Objetivos secundarios: Me van a permitir mejorar mi contenido para próximos eventos.



Si quiero hacer un Live Shopping debo determinar primero cuál es mi objetivo:

Vender

Inspirar

Educar



6

# Automatización

## Automatización en Marketing Digital según Google

Frente a la incertidumbre y cambios en la conducta del consumidor, la automatización puede hacer el trabajo mucho mejor que una estrategia semi-automática o manual. Es por eso que...

- ✓ Hay que tener claro los objetivos para el 2023
- ✓ Optimizar la experiencia de usuario
- ✓ Solucionar una necesidad

Y antes de invertir, preocúpate de responder las siguientes preguntas:

- 1. Evalúa qué necesitas lograr de tu inversión en marketing digital**  
¿Cuáles son tus restricciones? ¿Presupuesto?  
¿Eficiencia? ¿Escala? ¿Stock de productos?
- 2. ¿Usas las redes sociales para generar tráfico orgánico?**
- 3. ¿Cómo mides tu desempeño?**  
Lo que no se mide, no se mejora



## Algunas experiencias de usuario

**92%** de usuarios se rinden si no recuerdan su password

**35%** abandona la compra si no hay opción de "guest check out"

Usuarios que usan la barra de búsqueda son **200%** más proclives a comprar

Simplifica los formularios. **27%** abandona la compra cuando el check out es muy complejo

## Conclusiones

- ✔ La automatización en Mktg digital, potenciada por el IA, **libera tiempo y dinero** para cumplir tus metas y hacer crecer tu eCommerce
- ✔ Lo primero a definir antes de invertir en Mktg digital son tus **objetivos del negocio**. Analiza tu tráfico orgánico y potencialo. Después, mide lo que podrías mejorar
- ✔ De cara al cliente, la **experiencia de usuario es fundamental**. Pide feedback y analiza la competencia para asegurarte que tus clientes regresen (y te refieran!)



7

# Tendencias 2023

Según **CCS** CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO





8

## ¿Qué es el Fullcommerce?

### Cómo ayuda en tu negocio según Instance

Es una estrategia omnicanal que se encarga de integrar todos los servicios que necesita un comercio para operar en el mundo digital.

Se encarga desde la creación de la tienda, administración de catálogos y optimización de la publicidad, hasta llevar a cabo la operación, gestionar el contenido y atender al cliente.



*Esto permite que la marca se focalice en su negocio, producto, y expansión offline, dejando en la mano de un experto toda la operación del día a día.*



Raimundo Silva

Gerente Comercial Chile y Perú en Instance



9

## Tendencias logísticas

### Tendencias logísticas e-Commerce

2023 según 

*Hubo un Boom en el año 2020, donde todos los e-Commerce empezamos a correr por ser los más rápido, pero HOY buscamos MAYOR EFICIENCIA en la logística a lo largo de la cadena.*

*Buscamos procesos ágiles, flexibles y efectivos, pero CONTROLANDO el sobrecosto y la ineficiencia que se va dando en los distintos procesos.*



Ana Nieto

Fullfilment Manager en Cencosud

#### **El secreto para este 2023:**

Proyectos de automatización, digitalización y robotización que nos ayudan a controlar mejor los procesos y a conocer en mayor detalle las capacidades operativas para así ser adaptarnos y poder reducir costos operativos.



10

## Tendencias de pago 2023

### Mobile payments, conversión y reducción del Fraude según según **PayU**

“Buy Now Pay Later” es la nueva tendencia de pago según, Carlos Lizana General Manager LATAM de PayU.

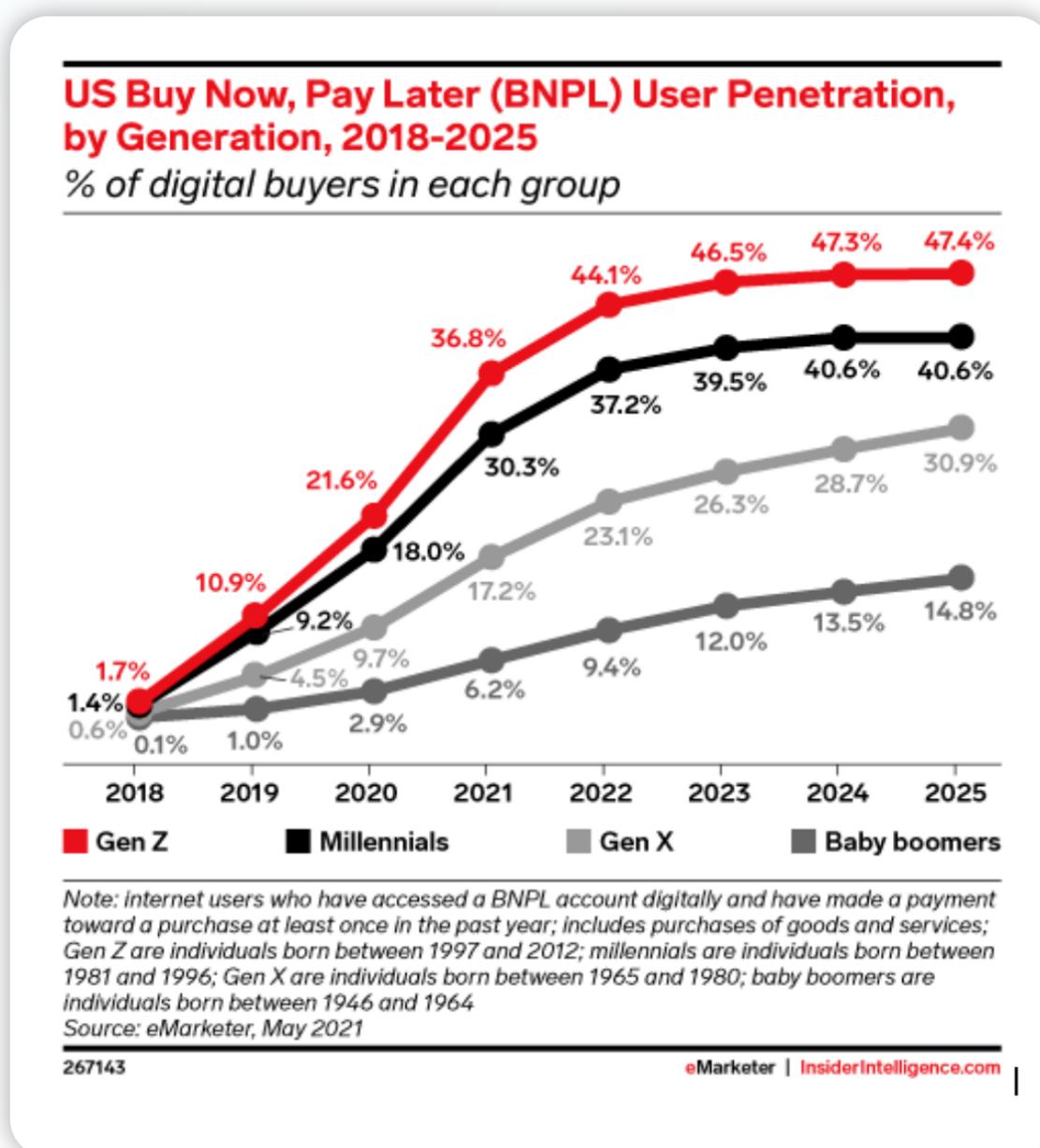
El “modelo compra ahora y paga después” permite a los consumidores pagar sus compras realizadas a plazos fijos y sin intereses.

También conocido como Buy Now Pay Later (BNPL), es un nuevo sistema que permite a los consumidores aplazar el pago de sus compras realizadas en línea.





Según la predicción realizada por Insider Intelligence, hasta un 44,1% de compradores de la Generación Z habrá usado al menos una vez los servicios BNPL antes de 2023. En el caso de los millennials, será del 37,2 %.



En 2025 los márgenes serán mucho menores y muchos usuarios además habrán pasado de una generación a otra. En ese intervalo el negocio del BNPL habrá alcanzado ya los 680 000 millones de dólares.



La plataforma multicourier  
de Latinoamérica



[www.enviame.io](http://www.enviame.io)



 @enviame\_io

 Enviame

 Enviame