

King Eclient define las cinco claves de un eCommerce exitoso

Según la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia), el comercio electrónico aumentó en casi un 21% el pasado 2016, con una facturación de 24.185 millones de euros. Juan Carlos Rodríguez, experto en eCommerce: "Un buen eCommerce no es una simple tienda ubicada en el ámbito digital o un catálogo con opción de compra"

El auge del comercio online en nuestro país ha llevado a que empresarios de todos los sectores apunten sus miras a este modelo de negocio para desarrollar sus compañías a nivel global.

King Eclient, consultora experta en estrategia digital desde hace 17 años, ha elaborado una guía básica para conocer las claves de éxito que cualquier comercio online debe de tener en cuenta.

Juan Carlos Rodríguez, experto en eCommerce de King Eclient, afirma que "un buen eCommerce no es una simple tienda ubicada en el ámbito digital o un catálogo con opción de compra, es una forma de aportar al cliente lo que necesita, en el momento exacto y de la forma que lo espera".

El nivel de exigencia de nuestros clientes cada vez es más alto y esto nos obliga a ir un paso por delante de sus necesidades.

Por eso, desde King Eclient proponen cinco variables que no pueden fallar en un eCommerce exitoso:

Omnicanalidad

Este concepto se puso de moda en 2015 y hace referencia a la integración y homogenización de todos los canales de compraventa. Es decir, que la experiencia del usuario sea la misma tanto en la plataforma web como en la tienda física.

Y es que, aunque el 85% de las compras del ámbito retail se siga realizando en tienda, al imponerse la necesidad de que el cliente compre "cómo, cuándo y dónde quiera", es necesario contar con una plataforma digital responsive o aplicación móvil, que apoye el proceso de compra.

De hecho, según la plataforma digital Websitebuilder, cuatro de cada cinco consumidores compran a través de apps en sus smartphones, y las predicciones apuntan a que en el 2018 el 30% de los ingresos de los eCommerce estadounidenses procederán de aplicaciones móviles.

Envíos ultrarrápidos

Amazon, El Corte Inglés o Zara son algunos ejemplos de éxito de este servicio. Recibir en menos de dos horas o en el mismo día y elegir la hora específica de la entrega de los productos son las novedades que han incorporado en los últimos meses.

El Corte Inglés instauró Click&Express el pasado 2016. En el caso de Zara, también se suma a esta tendencia de entrega ultrarrápida, aunque solo de cara a los residentes en la ciudad de Madrid de momento.

Otros servicios o negocios paralelos han surgido de la mano de esta necesidad, aunque no libres de polémica. Glovo y Deliveroo son dos claros ejemplos en el panorama español. Ambas empresas ofrecen un servicio de transporte de mercancías ultrarrápido, con la particularidad de que el reparto se realiza en bicicleta. En el caso de Glovo, este ya cuenta con más de 150 establecimientos asociados.

En los próximos años, el impacto generado por estos modelos de negocio ascenderá al 2,9% del Producto Interior Bruto (PIB) según el Estudio sobre la Economía colaborativa en España publicado por GovUp.

PWAs

Progressive Web Apps o aplicación web progresiva es, como señala Juan Carlos Rodríguez, uno de los principales puntos de mira del eCommerce.

En el 2012 el responsive web design o diseño web adaptativo fue una de las principales innovaciones en el mundo digital, pero este 2017 las Progressive Web Apps se imponen como principal interés de los desarrolladores web.

Y es que PWAs o Progressive Web Apps es un término relativamente nuevo en el mundo digital. La idea es que mediante este tipo de apps se solucionen varios de los problemas que surgen con las Mobile Apps, al mismo tiempo que incorporan ventajas como trabajar sin conexión y una interfaz muy similar a la nativa web.

Las PWAs utilizan menos recursos de tu teléfono móvil como el almacenamiento interno o la memoria RAM, son localizables mediante motores de búsqueda y enlazables.

Experiencia de usuario: Sencillez e Intuición

Teniendo en cuenta que el proceso de compra se realiza en 2,5 segundos y el 95% de las decisiones se toman desde el inconsciente, una experiencia sencilla e intuitiva es clave.

De hecho, según el Instituto de Administración de diseño (DMI), una inversión de 10 mil dólares a lo largo de 10 años en diseño web, daría un 228% más en beneficios que una inversión convencional en el mercado de valores.

Junto a este dato, cabe señalar que las estadísticas publicadas por el medio digital Econsultancy demuestran que el 88% de los usuarios que tienen una 'mala experiencia web,' no volverán a la misma.

Pago Móvil

Definitivamente uno de los factores que hará del comercio online todo un éxito en los próximos años. Inditex apuesta por el pago móvil con InWallet, una aplicación que permite la gestión integral de los tickets de compra online y offline.

A través del pago móvil queda erradicada la necesidad de un ticket de papel además de que facilita al cliente la transacción económica.

BBVA también ha apostado por este modelo en su reciente transformación de modelo de negocio. A finales de junio la entidad financiera contaba con 19,9 millones de clientes que se relacionaban con el banco por canales digitales, lo que supone un aumento del 22% respecto al año anterior. De los casi 20 millones, 14,5 lo hacen a través de sus dispositivos móviles.

Además, un estudio de Facebook publicado recientemente señalaba que el 49% millennials prefiere el teléfono por encima de cualquier otro método para asuntos referidos a la banca, un dato que señala la necesidad de poner en práctica estas recomendaciones.

El eCommerce ya no es el futuro, sino el presente. Por ello, King Eclient apuesta por la innovación y por la satisfacción de las necesidades del cliente mediante un uso eficiente de las tecnologías.

King Eclient, consultora española que ofrece servicios de eBusiness, usabilidad, diseño interactivo, comunicación, social media y desarrollo web. En la actualidad, cuenta con oficinas en Barcelona, Madrid, Andorra, Bruselas y Arabia Saudí. Grandes compañías como Repsol, Santander, BBVA, Gas Natural Fenosa o Novartis, así como algunos organismos europeos, confían en su trabajo.

Para más información o entrevistas puedes contactar con Sara Baietti y María Gallego, Responsables de Comunicación de King Eclient, en el teléfono 91 770 27 00 o en sbaietti@kingeclient.com y mgallego@kingeclient.com

Datos de contacto:

King Eclient
Sara Baietti
917702700

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>