



2022KO URRIA

Enfoka-Trends

C-Commerce, merkataritza elektronikoaren bilakaera

C-Commerce, merkataritza elektronikoa bilakaera

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

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

Zure negozioan elkarrizketa-merkataritza ezartzeak zure kanal digitalean salmentak lau aldiz biderkatzen lagun dezake. Izan 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 minutu itxarotea. Hori elkarrizketa-merkataritzak egin dezakeen zerbeit da, eta, Aurionixen datuen arabera, 2022rako % 300eraino haztea espero da.

Elkarrizketa-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 erosketara bultzatzeko 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.

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA



[Diva Plavalaguna](#) argazkia [Pexels-en](#)

C-Commerce, merkataritza elektronikoen bilakaera

Elkarrizketa-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-datuekin prozesatzen da. Hori guztia txatetik irten gabe eta beste leiho edo aplikazio bat ireki gabe.

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

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

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA



[Diva Plavalaguna](#) argazkia [Pexels-en](#)



C-Commerce, merkataritza elektronikoa bilakaera

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 elektronikoa 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.

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA



[Diva Plavalaguna](#) argazkia [Pexels-en](#)

C-Commerce, merkataritza elektronikoa bilakaera

○ 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 konfiguratuta behar da, bezeroari asegabetasun-sentsaziorik ez sortzeko.

○ Ahots-laguntzaileak

Ahots-bertaratuek, Appleren Siri edo Amazonen Alexa kasu, nabarmen egin dute gora azken urteotan. 2022an ahots-erantzun oinarritutako erosketak 40 mila milioi dolarerara 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.

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA



[Diva Plavalaguna](#) argazkia [Pexels-en](#)

C-Commerce, merkataritza elektronikoa 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 lagundu dezaket azkar eta erraz aurkitzeko?" Ikuspegi hori ez da bezeroarentzat atseginagoa eta lagunkoiagoa soilik, benetan hala da!

Kontsumitzaileen artean egindako inkestek honako hau erakusten dute:

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

Horregatik, adituek 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 elektronikoa bilakaera

Etorkizuneko aurreikuspenei dagokienez, Nielsen-en Merkataritza konektuari buruzko inkesta globalaren arabera, elkarrizketa-merkataritza funtsezkoa 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. Izan ere, erosketak efektibo bat kanal horretatik egiten ez bada ere, beti gertatzen da "Elkarrizketa eragina" deritzoguna, marketin, fidelizazio eta bezeroarentzako arretarako tresna indartsua, zuzeneko erosketak onartzen ez badu ere, erabiltzaileak jasotzen duen informazio eta eraginaren bidez gure dendan erosketak egiteko balio duena. Online merkataritzaren eta merkataritza fisikoaren arteko uztarketa perfektua.

Zalantzarik gabe, joera horrek murriztu egingo du erabiltzailea enprekin komunikatzen 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.

ENFOKA-TRENDS 2022ko URRIA



[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/dtl_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>