

Integrations guide



easycommerce®
TECH

OMNISCANALIDAD, INTEROPERABILIDAD Y AUTOMATIZACIÓN: las claves para el crecimiento de tu ecommerce.

Negocios B2C - B2B

INTRODUCCIÓN

Para gestionar un ecommerce es necesario contar con herramientas que simplifiquen los procesos al máximo posible para que puedas concentrar la energía en crear acciones estratégicas comerciales.

Para 2023 el ecommerce crecerá



40% en América Latina
y representará el **20%** del
comercio en España

Fuente: El futuro de las ventas en 2025: un informe de Gartner Trend Insight

Frente a estas proyecciones, tu negocio necesita ser, estar y pensar en omnicanalidad, interoperabilidad y automatización, porque de esa manera podrás acompañar el crecimiento sin ser relegado por tu competencia.

En esta guía, haremos un recorrido por:

01. La omnicanalidad y el comercio unificado
02. Interoperabilidad para conectar todas las herramientas de tu ecommerce
03. Automatización de procesos y el Customer Centric
04. Conclusiones

01

LA OMNISCANALIDAD Y EL COMERCIO UNIFICADO

¿Qué es el comercio unificado? (unified ecommerce)

Es la combinación en una sola plataforma de comercio electrónico, el cumplimiento de pedidos, gestión de inventarios, gestión de relaciones con los clientes, capacidades de punto de venta (POS) y mucho más.

La falta de integración de diferentes softwares genera que un minorista no pueda centrar su estrategia de ventas en la experiencia personalizada del cliente ni ser omnicanal, como los usuarios exigen.

¿Te has preguntado cuántos datos estás perdiendo en el camino por no tener tu comercio unificado?

El ecommerce hoy permite recolectar y conectar datos desde el sitio, pasando por el programa de fidelización, la tienda física, entre otros.

Un comercio unificado te permitirá ofrecer descuentos, promociones y crear estrategias de marketing de manera personalizada, organizando y analizando los datos que recolectas, para transformarlos en percepciones significativas para conectar con tu audiencia objetivo que se transformarán en potenciales clientes.

La estrategia de comercio unificado te permite potenciar lo digital y lo físico mutuamente, retroalimentándose constantemente uno de otro y potenciando de esta manera el human/customer centric.

01

VEAMOS LAS VENTAJAS QUE TRAERÁ EL COMERCIO UNIFICADO A TU NEGOCIO B2C



Reduces los costos y tiempos:

Con las integraciones que tu negocio necesita, podrás establecer una comunicación estable y perfecta entre las diferentes plataformas que utilices. Así evitarás contratar a múltiples personas, que realicen diferentes tareas, que difícilmente logren relacionarse entre sí.

Cuando se utiliza un sistema unificado, se reducen los costes (y el tiempo) en todas las fases, desde la implementación hasta el mantenimiento y las actualizaciones.



Reduce el riesgo de errores en los distintos canales:

Cuando utilizas softwares independientes y desconectados, corres el riesgo de que los datos se desincronicen. Algo que puede causar un verdadero problema como por ejemplo si vendes un producto en tu sitio cuando ya no lo tienes en stock o haber generado una venta con un precio desactualizado. Sin dudas esto pondrá en riesgo la relación con tu cliente o te hará perder dinero.

La unificación de tu ecommerce te permitirá no correr el riesgo de discrepancias o de desajustes entre canales.



Generas una base de datos actualizada:

De esta manera todas las áreas de tu empresa podrán acceder y operar con los mismos datos.

Utilizar esta información, te permitirá analizar el rendimiento de cada etapa del proceso de venta, realizar un mejor seguimiento de los KPIs y tomar nuevas decisiones que beneficien a tu negocio.



Obtienes información en tiempo real:

Cuando utilizas una plataforma de comercio unificado puedes tener una visión global de los procesos: desde las ventas hasta las compras, la asignación, la fijación de precios y la gestión de la tienda física. Esta visibilidad te permitirá actuar rápidamente si es necesario.



Conoces mejor a tu cliente:

Como mencionamos anteriormente, al generar una base de datos actualizada, podrás acceder a ella en tiempo real y obtener un mayor valor de los datos del cliente. Por ejemplo, entender lo que la base de clientes está comprando y dónde, y qué promociones y precios están recibiendo.

Conectar y analizar los hábitos de consumo te permitirá crear programas de fidelización, ofrecer recomendaciones de productos, promociones puntuales, y en definitiva crear experiencias de clientes mucho más asertivas y positivas.

Todas estas ventajas se resumen en que podrás ofrecer una verdadera **experiencia omnicanal**.

Los clientes no están interesados en cuántos canales tienes, ni cómo haces para conectarlos entre sí. Lo que buscan es una experiencia de compra perfecta, en cualquiera de tus tiendas.

Hoy más que nunca, el poder de un click transforma y simplifica la vida de los consumidores. Y una plataforma de comercio unificado le permite al cliente iniciar, detener, continuar y terminar su viaje de compra como más lo deseen, de manera conectada.

Si bien aún hay quienes prefieren acudir directamente a las tiendas físicas para ver con más detalle qué van a comprar, cada vez más hay personas que se inclinan por consultar redes sociales o páginas web de diferentes marcas, finalizar una transacción desde un dispositivo móvil y pasar a recoger sus productos en tienda o recibirlos en la comodidad de su casa.

El 85% de los minoristas considera que la creación de un verdadero entorno de comercio unificado es su principal prioridad.

Fuente: Boston Retail Partners.

De acuerdo con el estudio “On the Verge, B2B Digital Commerce is at an Inflection Point”, de Accenture, **el 69% de los clientes de todas las industrias está demandando servicios omnicanal y multicanal.**

En definitiva, las posibilidades que busca un negocio B2C son poder tener visibilidad sobre inventarios y pedidos, reservar inventario y hacer pedidos especiales y que el cliente pueda comprar en cualquier lugar, y el negocio enviar a cualquier parte.

¿Cómo es posible consolidar una estrategia omnicanal?

Lo podrás lograr adoptando una solución de comercio electrónico robusta que permita la integración de una amplia gama de soluciones de software dentro de una misma plataforma y gestionándolas desde un mismo backend.

Con una plataforma como **easycommerce®** podrás enfocarte en mejorar la experiencia de los consumidores y a su vez te permitirá crear iniciativas de ventas más perspicaces, atención específica y anticipación a cualquier tipo de necesidad.

02

INTEROPERABILIDAD PARA CONECTAR TODAS LAS HERRAMIENTAS DE TU ECOMMERCE

La interoperabilidad es la capacidad de los equipos, sistemas, aplicaciones o productos de diferentes proveedores para funcionar juntos de forma coordinada, sin que intervenga el usuario final. **Facilita el intercambio ilimitado de datos y recursos entre sistemas a través de redes de área local (LAN) o redes de área amplia (WAN).**

La interoperabilidad es, de alguna manera, similar a la compatibilidad, ya que permite a los negocios lograr una mayor eficiencia y rendimiento, a la vez que les proporciona una visión más holística de toda su información, permitiendo el intercambio de todo tipo de información.

¿Cómo funciona la interoperabilidad?

Para que dos o más sistemas sean interoperables, deben ser capaces de intercambiar, interpretar y presentar los datos compartidos de una manera que sea entendida por el otro. Esto se consigue con el establecimiento de la interoperabilidad sintáctica, que implica la adopción de un formato de datos común y de protocolos de estructura de datos comunes, seguida de la interoperabilidad semántica, que implica la adición de metadatos que vinculan cada elemento de datos a un vocabulario controlado y compartido. Dentro de este vocabulario compartido hay enlaces asociados a una ontología, que es un modelo de datos que representa un conjunto de conceptos dentro de un dominio y las relaciones entre esos conceptos.



Las ventajas de la interoperabilidad son el aumento de la productividad, la reducción de los costes y la disminución de los errores.

Ventajas de la interoperabilidad

Los negocios que aplican tecnologías para facilitar la comunicación y sincronización entre sistemas obtienen los siguientes beneficios:



Información cohesionada:

se identifican los sistemas de información que funcionan de forma aislada y se localiza la información redundante para lograr una comunicación más fluida entre ellos.



Mayor adaptabilidad:

los sistemas que recogen información se conectan entre sí y transfieren los datos que han detectado de forma automática y flexible, adaptándose más rápidamente a los cambios.



Mayor productividad y control:

los datos recogidos se relacionan con la producción y se gestionan de forma que estén disponibles y sean accesibles para los distintos usuarios con mayor facilidad.

03

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS Y EL CUSTOMER CENTRIC

Una estrategia pensada en el recorrido del cliente en tu ecommerce debe ser interconectada, integrada y adaptable. Por eso, cuando hablamos de prioridades, aparecen la omnicanalidad y la automatización como indispensables para crear una estrategia de customer centric. (un concepto que desarrollaremos en otra integrations guide easycommerce®)

Funcionar a nivel omnicanal es una tarea ambiciosa que puede ser bastante extenuante, así que automatizar los procesos es indispensable para agilizar el Customer Journey, satisfacer los requerimientos de consumo y ganar ventajas competitivas.

Uno de los aspectos más importantes de tu estrategia debe ser evaluar qué tan unificada se encuentra la comunicación para que los mensajes dirigidos al público sean coherentes y no existan contradicciones entre lo que cada canal implementa.

Para lograr esto, es importante centralizar los datos online y offline, para poder diseñar campañas automatizadas útiles para los potenciales clientes y que le permitan a tu negocio cumplir objetivos.

¿Cómo es el recorrido del cliente? Sabemos que no es lineal.

Puede avanzar, retroceder, abandonar, volver y dar vueltas hasta concretar la compra. En consecuencia, debes identificar los puntos de contacto estratégicos a través de los cuales desplegarás tu estrategia con más fuerza, estableciendo una conexión real a partir de la omnicanalidad.

Si tu duda es qué canal es el adecuado para conectar de manera efectiva con tu cliente, debemos decirte que el correo electrónico, a través del email marketing automation, es una de las vías más efectivas, a través de la cual puedes adaptar el mensaje de acuerdo a la fase del proceso de compra en la que se encuentre el consumidor.

Segmentar y analizar son la base del automation. Realizar acciones de manera unificada en todos los canales que recorre el cliente, es un imperativo estratégico que posiciona a la omnicanalidad y automatización como un dúo imprescindible para las empresas.

04

CONCLUSIONES FINALES: UN ECOMMERCE UNIFICADO Y AUTOMATIZADO VALE MÁS QUE MIL HORAS DE TRABAJO

A medida que tu negocio escala, los procesos de cada tarea requieren más esfuerzos y tiempo de dedicación, sin embargo el día tiene la misma cantidad de horas para resolver más tareas.

Con la unificación y automatización de tu ecommerce, podrás reservar tiempo para atraer más clientes sin descuidar las tareas más operativas. Es momento de poner en piloto automático aquellas que te insumen mayor tiempo, dando lugar a más espacios de creatividad e innovación para atraer a más clientes y así aumentar las ventas.

Te compartimos algunas acciones que puedes implementar en tu estrategia omnicanal y de manera automatizada.



Recompensa a tus clientes más comprometidos, con regalos automatizados en sus compras.



Sincroniza tus pedidos y ten el seguimiento del envío.



Segmenta campañas con audiencias similares en tus redes sociales.



Envía campañas sobre carritos abandonados.



Automatiza la gestión de tu inventario y control de stock.



Integra tu ecommerce con tu plataforma de email marketing.



Activa las reseñas post venta.

Existen muchas estrategias más que te permitirán cumplir con las expectativas de los consumidores de hoy y del futuro, pero lo más importante es que acompañes el dinamismo de la tecnología y la uses a tu favor.

¡MUCHAS GRACIAS!

easycommerce.tech



easycommerce[®]
TECH