



La revolución del Comercio Electrónico



NUESTRO NEGOCIO ES MOVER EL SUYO





Nomophobia

No mobile phone phobia

Miedo irracional a estar sin el teléfono móvil.



150 veces

En un día vemos nuestro teléfono cada 6 minutos y medio.



AVANCES EN CUANTO A CMR Y RESPUESTA INMEDIATA AL CONSUMIDOR



Se acerca el lanzamiento de Facebook chatbots, se trata de un software capaz de comunicarse con las personas.

Automatizar

Servicio al cliente

Venta personalizada



ACTIVIDADES QUE ACTIVAN EL COMERCIO EN ÉPOCA EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE DEL AÑO



30 de Oct

800 mil

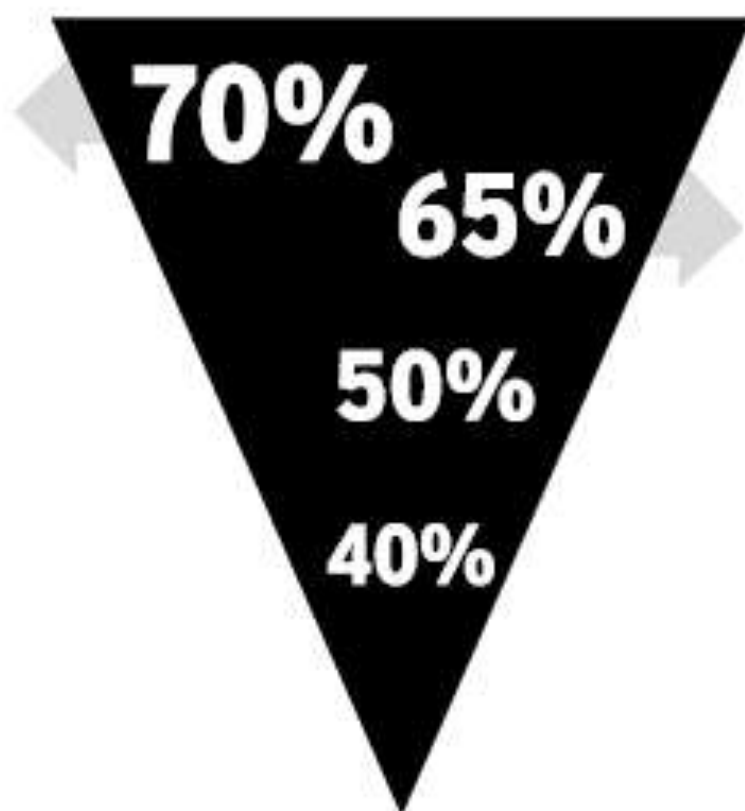
Visitas al sitio

74%

Grandes marcas

612.914

Transacciones
en total



24-27 de nov

2.3 millones

Visitas al sitio

1200

Ofertas

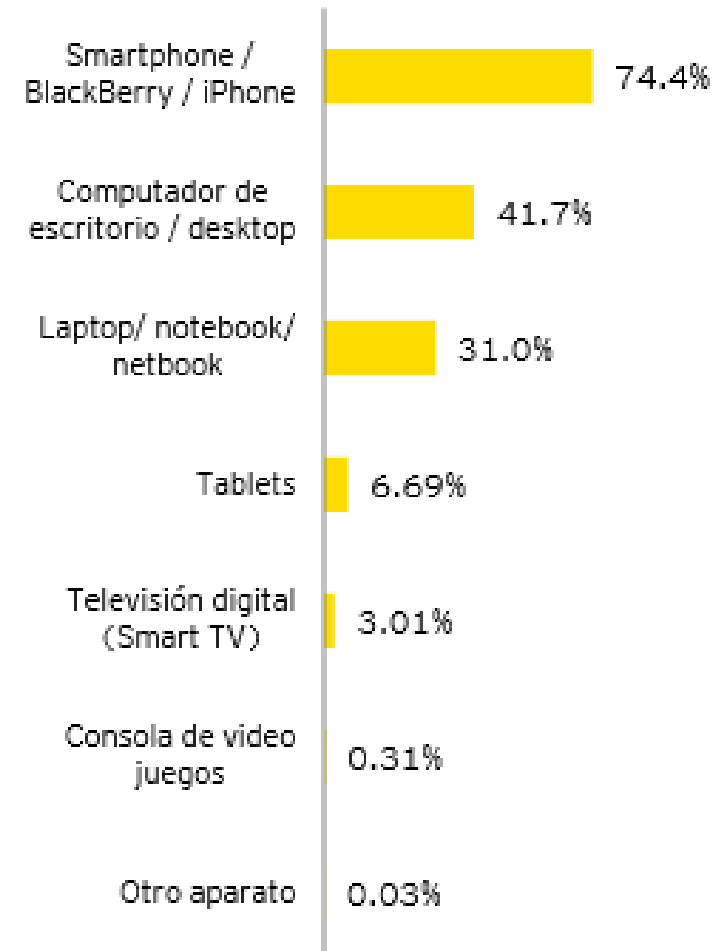


INCREMENTANDO LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN ESTE MEDIO

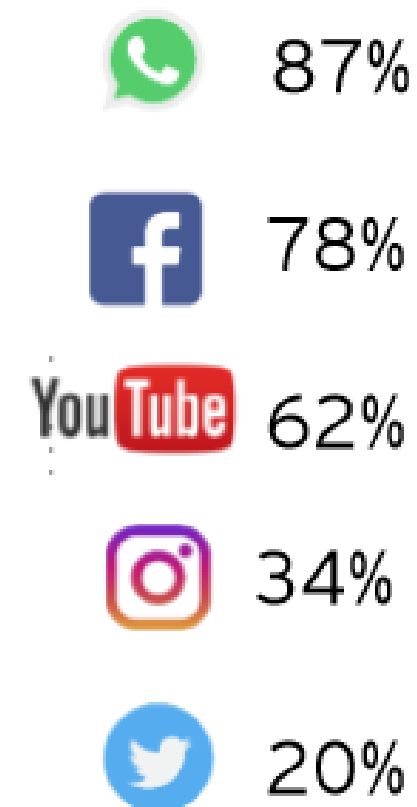
Que hacen



Desde donde



Plataformas



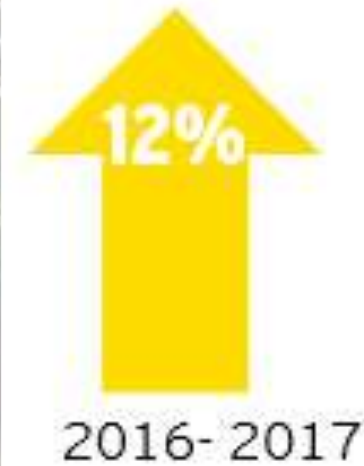
EL NEGOCIO SE MUEVE DEL GO TO MARKET AL GO TO CONSUMER; ADOPTAR ACCIONES INNOVADORAS ATRAERÁN NUEVOS CLIENTES!!!



primera tienda móvil de Retail en Colombia



BBC formato bodega en barrios **35 sucursales**



Ofreciendo cercanía y asesoría de especialistas en el tema a la vuelta de la esquina



DIGITAL ES CLAVE EN LA ECUACIÓN DE MEDIOS Y COSTOS DE LAS MARCAS PARA ACERCARSE A SUS CONSUMIDORES

Caso colchones Boxi:

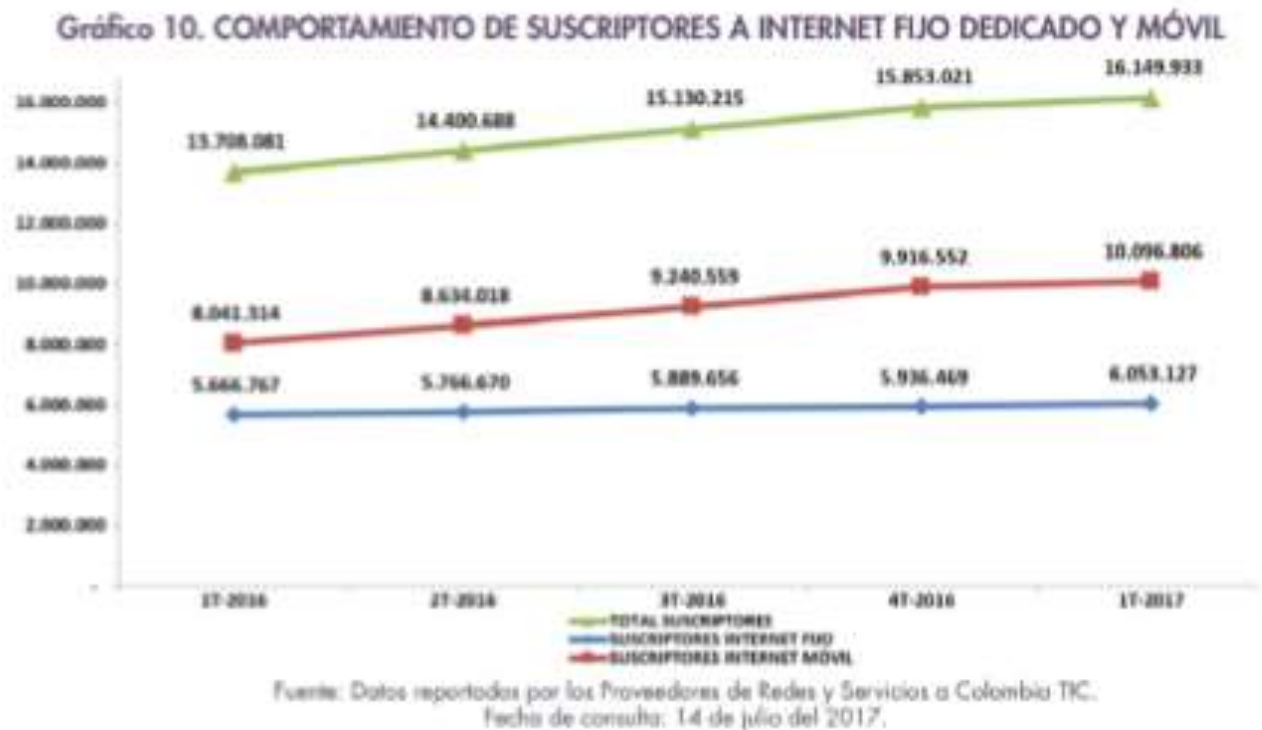
Disminución en costos de operaciones reducen los costos finales



Captura de pantalla de la página web de Boxi que muestra una oferta de colchones. El texto visible incluye: "ora acercamos el almacén hasta la puerta de tu casa. Conoce más", "POR QUÉ BOXI? OPINIONES", "EL SUEÑO DE TODO", "RECÍBELO EN 2 HORAS", "BOGOTÁ", "Recíbelo en menos de 2 horas o elige una hora específica.", "3 VECES MÁS ECONÓMICO", "Así logramos que un colchón Premium sea 70% más económico:", "CONOCE LA COLECCIÓN" y "Habla con un Boxi Timber".



MEDIO QUE CADA VEZ TIENE MAYOR COBERTURA Y NOS PERMITE LLEGAR INCLUSO A ZONAS RURALES



64%

De los hogares colombianos están conectado a la web.

72%

De los hogares colombianos tienen acceso a un celular

2010

2017

200



1.075

Municipios



SEGMENTACIÓN, OPTIMIZAR RECURSOS Y TRANSACCIONES MONETARIAS HACEN PARTE DE LA VERSATILIDAD DEL MEDIO

2016 cerró con

26.700 millones

En transacciones online

Categoría de Entretenimiento, turismo y esparcimiento, fue el más fuerte en e-commerce fortalecido principalmente por



NETFLIX

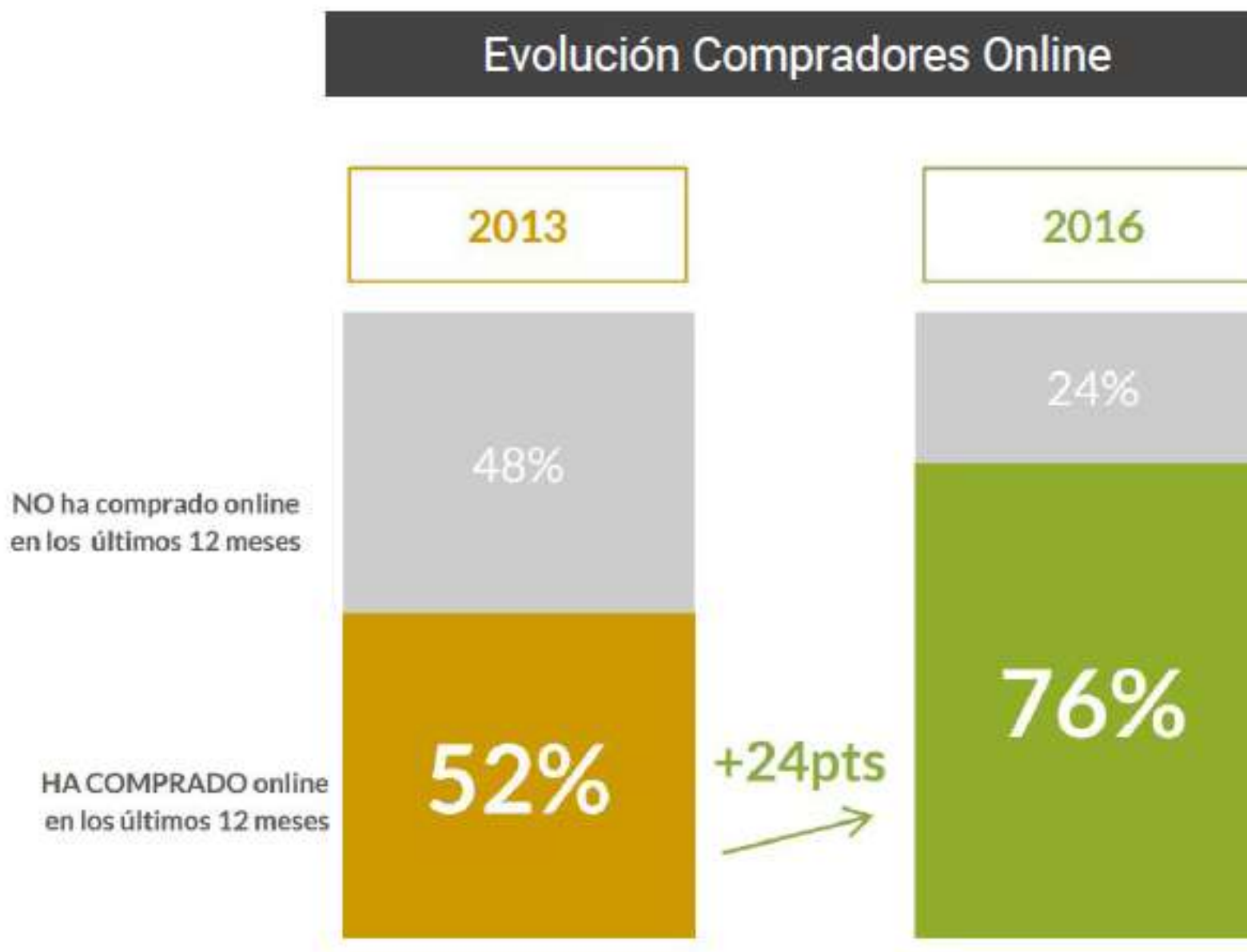


Sector de alimentos hasta ahora empieza a desarrollarse y tienen un pronóstico de crecimiento importante para los próximos años



El 76% de los colombianos que usan internet hacen compras online.

En 2013 en donde el 52% compraba online



23 Millones de compradores Online

**Cámara Colombiana de Comercio Electrónico
Observatorio Compra Online – Colombia 2016**



NUESTRO NEGOCIO ES MOVER EL SUYO



publicar



¿Qué es Comercio Electrónico?

Consiste principalmente en intercambiar información comercial, ya sean productos o servicios, siempre en la red.

B2B – Negocio a Negocio

B2C – Negocio a Consumidor

B2E – Negocio a Empleado

C2C – Consumidor a Consumidor

G2C – Gobierno a Consumidor



MOTIVACIONES HACIA LA COMPRA ONLINE

Realizo compras online porque...

■ Nada relevante (0 a 2) ■ (3 a 4) ■ (5 a 6) ■ (7 a 8) ■ Muy relevante (9 a 10)

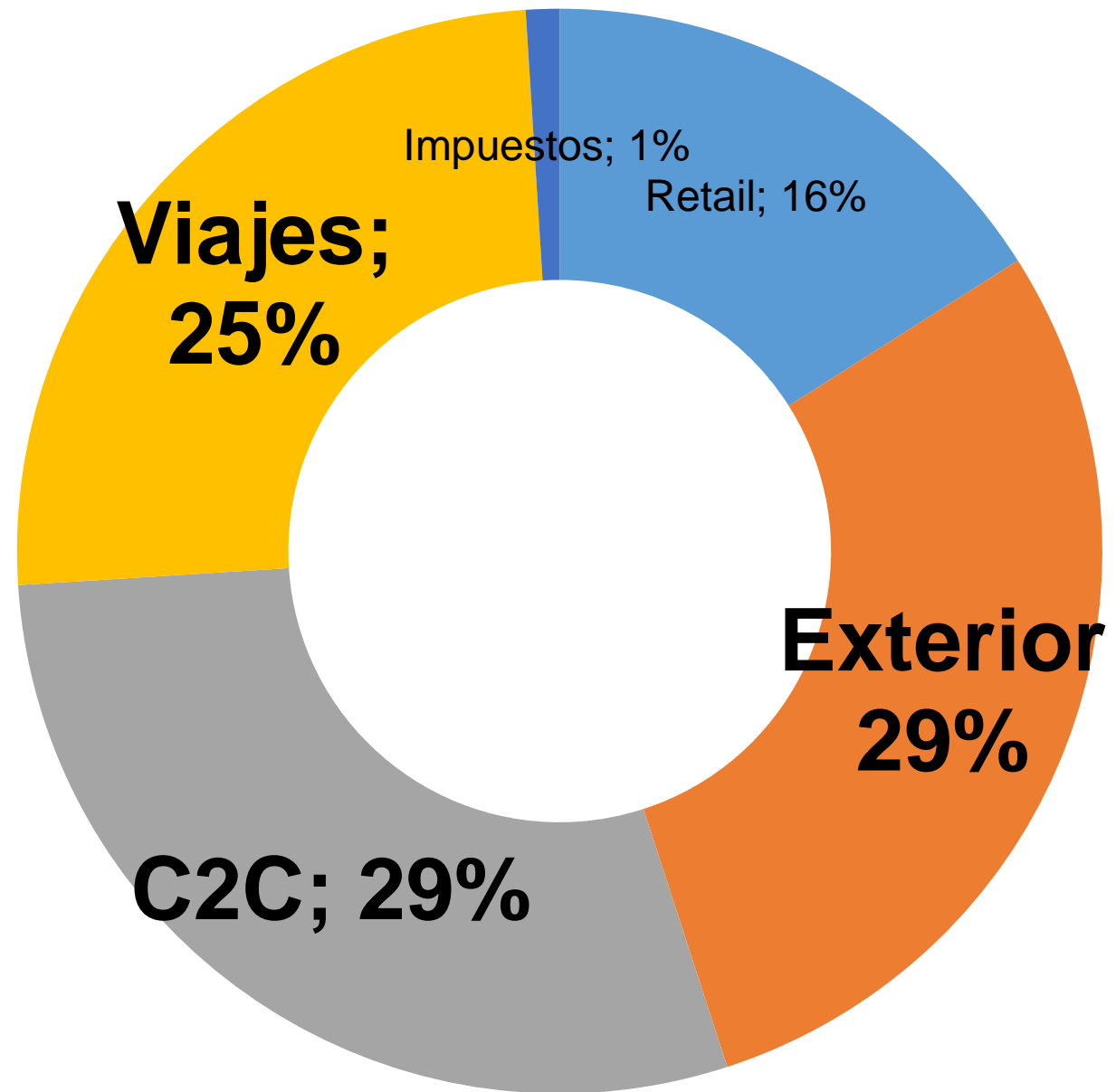


amazon

Linio

dafiti

falabella.com
COLOMBIA





SI / NO



NUESTRO NEGOCIO ES MOVER EL SUYO



publicar



guru



MITOS & REALIDADES

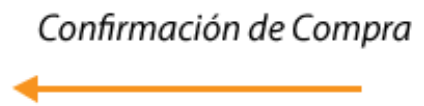


Comprar por internet no es seguro...

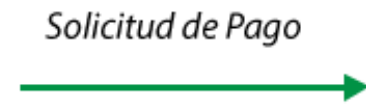




Consumidor



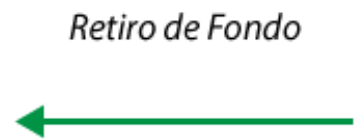
Tienda Online



Pasarela de Pagos



Comerciante



Banco



Procesador de Pagos



*Organizar la
logística es
complejo...*

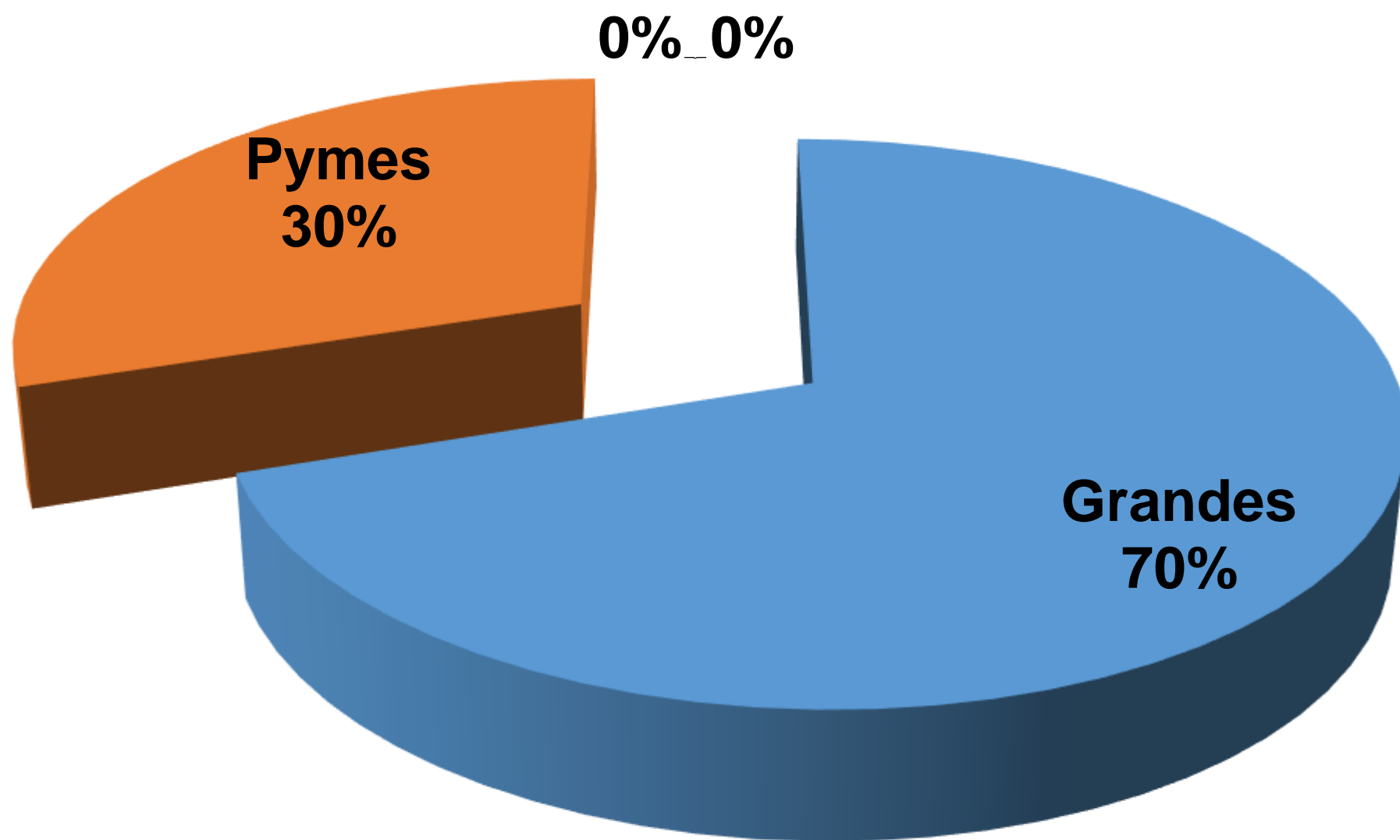


Proceso básico de una Compra Online



*Tener mi
presencia
digital es
costoso...*





Distribución del Comercio Electrónico - 2016



Pasarelas de Pago y operadores Logísticos





PayU



mercado
pago

Pasarelas de pago líderes en el mercado



¡REACCIONE!

#publicardigital





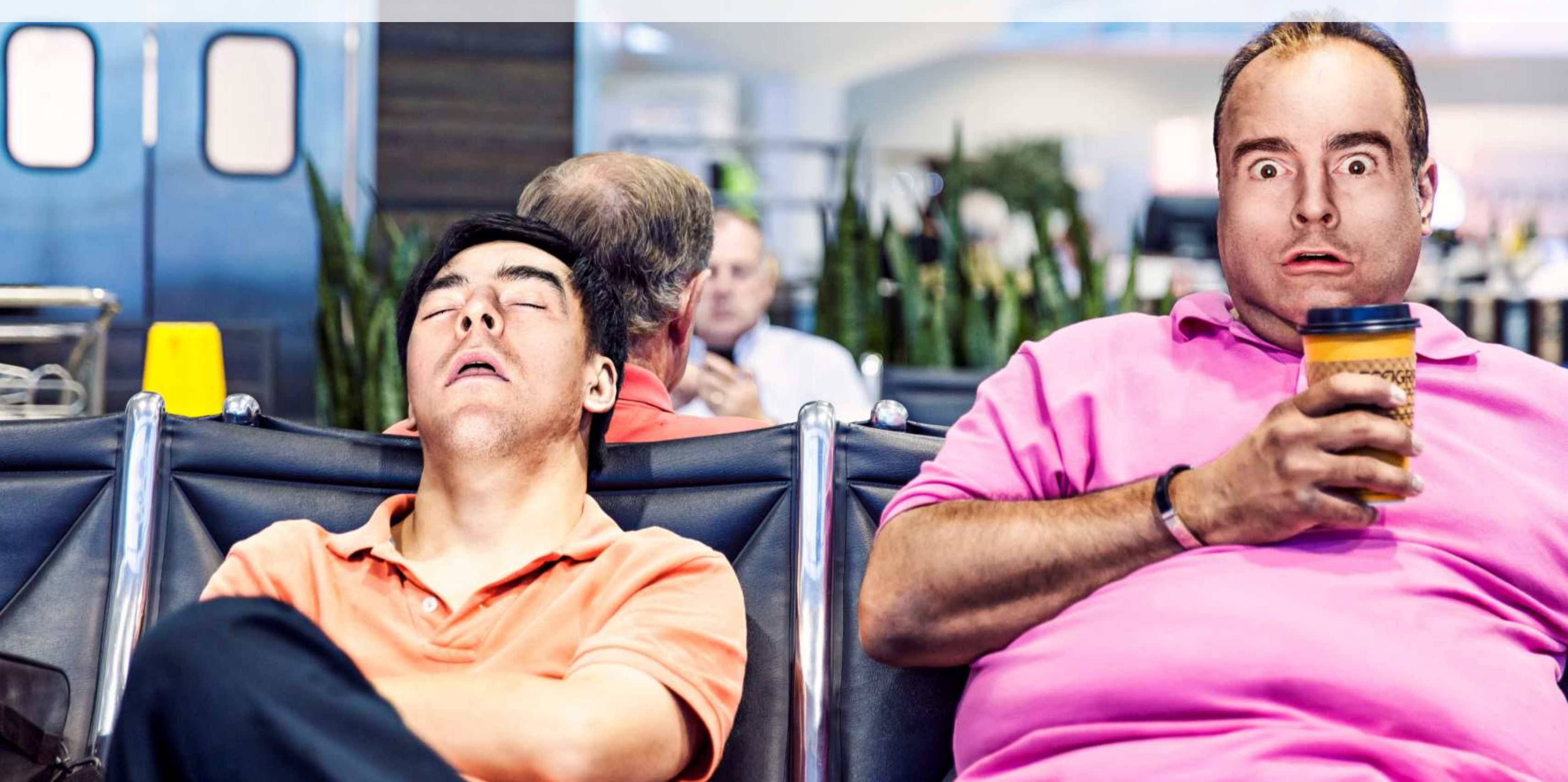


CREATIVIDAD

EFFECTIVIDAD



EMOCIONES cautivaban





ALCANCE

PRECIO

FRECUENCIA



Objetivos "monotemáticos"

2000





2016



Nos volvimos difíciles de encontrar



Entender como piensa, como busca y como se comporta su cliente .



Es tocar cada cliente para hacerlo sentir
UNICO

Como Transmitir el Mensaje



Logro, Ostentación, Poder, Exclusividad, Alcanzable,
emocionante, lógico o conservador.

No olvides la acción nunca

Personalización

Lo mejor de tomarte una *Coca-Cola* es poder compartirla



Intereses en Tiempo Real + aspectos demográficos

Data sobre Datos

No todo contenido es de **CALIDAD**

75% viene de fuentes **INFORMALES**

Data sobre Datos

No toda la acción (clics)
viene de **HUMANOS**

37% es generada por
ROBOTS





En internet todo es medible

Donde Aparece mi Pauta CALIDAD



"Donde va MI Publicidad SI importa". Atte: LA MARCA

Y comportamientos MultiPlataforma





¡GRACIAS!



NUESTRO NEGOCIO ES MOVER EL SUYO



publicar

