

5 TENDENCIAS DEL E-COMMERCE

Diseñado por Rocket Innovation

LA
INTELIGENCIA
ARTIFICIAL X
TODO LADO.



5

TENDENCIAS

COMERCIO SOCIAL

AUTOMATIZACIÓN DE LA COMPRA



REALIDAD AUMENTADA

COMERCIO DE VOZ

SOSTENIBILIDAD Y ÉTICA

D E L E - C O M M E R C E

1 COMERCIO SOCIAL

Las redes sociales han desempeñado un papel cada vez más importante en el comercio electrónico. Las marcas están utilizando plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y Pinterest para promocionar sus productos y permitir a los usuarios comprar directamente desde sus publicaciones y anuncios.

Esta tendencia se llama "comercio social" y está ganando terreno rápidamente. Además, el papel de los influencers en estas plataformas para influir en las decisiones de compra de los consumidores también ha aumentado.

Una de las startups que lidera esta tendencia es **Depop**, una plataforma de comercio social centrada en la moda que permite a los usuarios comprar y vender ropa usada. **Depop** ha crecido en popularidad entre los consumidores más jóvenes que buscan moda única y sostenible.

The screenshot shows the Depop website interface. At the top left is the 'depop' logo. To its right is a search bar with the placeholder text 'Search for items, brands, or styles...'. Below the search bar is a navigation menu with categories: 'Menswear', 'Womenswear', 'Jewellery', 'Beauty', 'More', and 'Brands'. The main content area features a large banner for a collection titled 'Festival edit: Sports Remix'. The banner image shows various items including a yellow and blue striped shirt, a pair of pink sneakers, a pair of blue sunglasses, a green t-shirt, a red jacket with 'MAC' and 'Hendrick' logos, and a yellow jacket. A 'Shop now' button is visible in the bottom right of the banner. Below the banner, there is a section titled 'Festival on Depop' with four product thumbnails: 'Deals' (a person wearing a white bucket hat), 'Soccer jerseys' (a black and white striped soccer jersey), 'Shorts' (a pair of blue shorts), and 'Sunglasses' (a person wearing clear sunglasses).

2 AUTOMATIZACIÓN DE LA COMPRA

La IA también está ayudando a las empresas a predecir tendencias de consumo y comportamientos de compra, lo que les permite estar un paso adelante en términos de stock y demanda de productos.

Dynamic Yield es una startup que ofrece una plataforma de personalización impulsada por IA para comerciantes online. Dynamic Yield permite a las empresas ofrecer recomendaciones de productos personalizadas y experiencias individuales a sus clientes en función de su comportamiento y preferencias.

Las empresas están utilizando tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) y Aprendizaje Automático para personalizar la experiencia de compra de los usuarios. Esto puede abarcar desde recomendaciones de productos personalizadas hasta chatbots inteligentes que pueden ayudar a los clientes a resolver sus problemas o preguntas en tiempo real.

Productos ▾ Soluciones ▾ Por qué Dynamic Yield ▾ Empresa ▾ Centro de Aprendizaje ▾

Ofrece experiencias digitales más relevantes con mayor agilidad

A ayudamos a marcas visionarias a convertirse en referentes, permitiéndoles crear experiencias digitales más efectivas de una manera tan rápida que revoluciona su modo de trabajo.

Súmate a las filas de más de 400 marcas que ya están usando nuestra plataforma para *experimentar la agilidad, aumentar los beneficios y ganar una ventaja competitiva sostenible.*

3 COMERCIO DE VOZ

El comercio por voz utiliza la tecnología de reconocimiento de voz para reducir la dependencia de los usuarios finales del hardware (como el ratón y el teclado), permitiéndoles utilizar comandos de voz para encontrar y comprar productos en línea.

Voysis es una startup que desarrolla tecnología de IA para el comercio por voz. Su plataforma permite a las empresas agregar capacidades de búsqueda por voz a sus sitios web y aplicaciones, permitiendo a los usuarios buscar productos y realizar compras solo con su voz.

Con la creciente adopción de asistentes de voz como Amazon Alexa, Google Assistant y Apple Siri, las compras por voz están convirtiéndose en una tendencia significativa. Los consumidores pueden pedir a estos asistentes que agreguen artículos a sus carritos de compra o que realicen una compra directamente, lo que hace que la experiencia de compra sea más conveniente y sin fricciones.

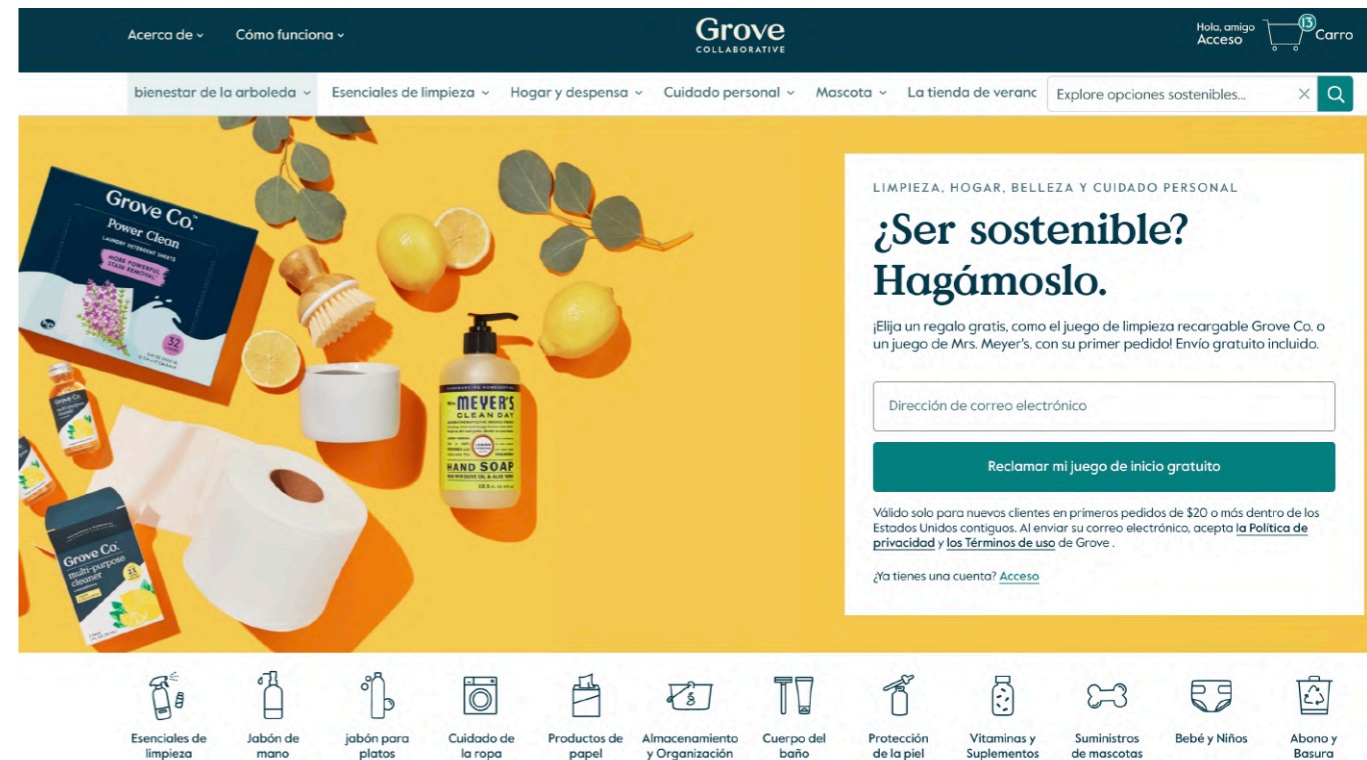
The screenshot shows the top navigation bar of the Voysis website. It includes the Voysis logo (a stylized 'V' with a globe icon) and the text 'VOYSIS SERVICE DE TELEPHONIE CLOUD'. The navigation menu contains the following items: 'Ventas: 1-833-9-Voysis', 'Servicio (24/7): 1-877-2-Voysis', 'Portal Uboss', 'Portal Simplemente Equipos', 'Carreras', and 'Inglés'. Below the navigation bar, there are several dropdown menus: 'productos', 'planes y precios', 'Industrias', 'A proposito', 'Blog', and 'preguntas frecuentes'. A green button with white text says 'Regístrese para una prueba gratuita de 14 días'. The main banner area has a dark background with white text that reads 'Su proveedor de telefonía IP empresarial.' and a green button with white text that says 'Prueba gratuita de 14 días'. The Voysis logo and name are repeated in the bottom right corner of the banner.

4 SOSTENIBILIDAD Y ÉTICA

Las empresas que no se adaptan a estas expectativas pueden perder terreno frente a las que sí lo hacen.

Grove Collaborative es una startup que vende productos de limpieza ecológicos y sostenibles. Los clientes pueden suscribirse para recibir entregas regulares de sus productos, lo que garantiza que nunca se queden sin sus artículos de limpieza esenciales y que estén eligiendo una opción más ecológica.

Los consumidores están cada vez más interesados en comprar de marcas éticas y sostenibles. Esto incluye productos hechos de materiales reciclados, productos producidos de manera ética, y marcas que devuelven a la comunidad o al medio ambiente de alguna manera.



The screenshot shows the Grove Collaborative website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Acerca de', 'Cómo funciona', and the 'Grove COLLABORATIVE' logo. On the right, there is a 'Hola, amigo Acceso' button and a shopping cart icon labeled 'Carro'. Below the navigation bar, there are several category filters: 'bienestar de la arboleda', 'Esenciales de limpieza', 'Hogar y despensa', 'Cuidado personal', 'Mascota', and 'La tienda de veranc'. A search bar is also present with the text 'Explore opciones sostenibles...'. The main content area features a vibrant yellow background with images of Grove Co. cleaning products, including 'Power Clean' spray, 'MEYER'S CLEAN DAY HAND SOAP', and a roll of paper towels. A prominent text overlay asks '¿Ser sostenible? Hagámoslo.' and offers a free gift (the Grove Co. rechargeable cleaning kit) with the first purchase of \$20 or more. Below this, there is a text input field for an email address and a green button labeled 'Reclamar mi juego de inicio gratuito'. A disclaimer at the bottom of the offer states: 'Válido solo para nuevos clientes en primeros pedidos de \$20 o más dentro de los Estados Unidos contiguos. Al enviar su correo electrónico, acepta la Política de privacidad y los Términos de uso de Grove.' There is also a link for '¿Ya tienes una cuenta? Acceso'. At the bottom of the page, there is a horizontal menu with icons and labels for various product categories: 'Esenciales de limpieza', 'Jabón de mano', 'jabón para platos', 'Cuidado de la ropa', 'Productos de papel', 'Almacenamiento y Organización', 'Cuerpo del baño', 'Protección de la piel', 'Vitaminas y Suplementos', 'Suministros de mascotas', 'Bebé y Niños', and 'Abono y Basura'.

5 REALIDAD AUMENTADA

De manera similar, las marcas de moda pueden permitir a los consumidores "probarse" ropa o maquillaje virtualmente. Esta tecnología está cerrando la brecha entre la compra en tienda y la compra en línea.

Warby Parker es una empresa de comercio electrónico de gafas que ofrece una función de "prueba virtual" en su aplicación. Los usuarios pueden utilizar la cámara de su teléfono para ver cómo se verían varios pares de gafas en su cara antes de comprar.

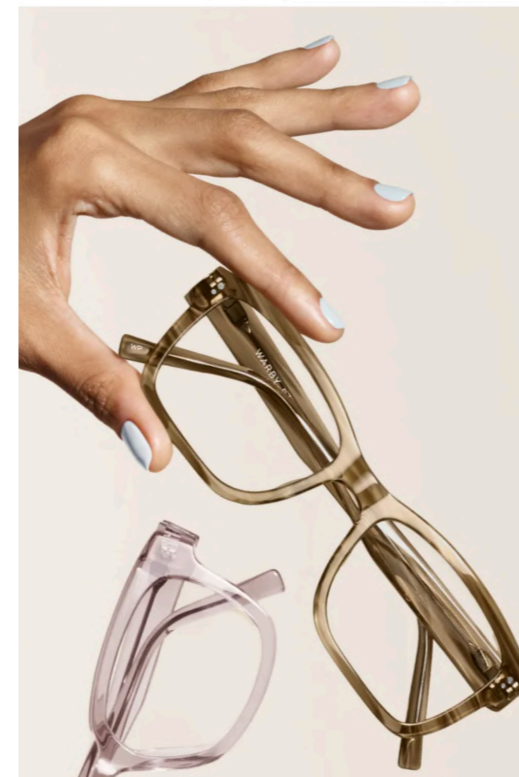
La AR está ayudando a mejorar la experiencia de compra en línea al permitir a los consumidores "probar" o "ver" productos en su propio espacio antes de comprar. Por ejemplo, los minoristas de muebles pueden ofrecer aplicaciones que permiten a los consumidores ver cómo se vería un sofá o una mesa en su sala de estar.

\$50 para anteojos >

WARBY PARKER

Ubicacione

[Prueba en casa](#) [Los anteojos](#) [Gafas de sol](#) [Contactos](#) [Accesorios](#) [obtener una receta](#)



Pruébate 5 monturas sin salir de casa

Elige tus estilos favoritos para probarlos durante 5 días. Es fácil y completamente gratis, ¡incluido el envío de devolución!

[Examinar Mujeres](#)

[Explorar Hombres](#)

[Haz una prueba para encontrar tus marcos >](#)

5 TENDENCIAS DEL E-COMMERCE

Diseñado por Rocket Innovation

Solicita información acerca de nuestro taller de Innovación Comercial a hola@necesitoinnovar.com

