

5^o ENCUENTRO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

CÓRDOBA 2017



ANDREANI





Marcelo Alberti
06 de Junio de 2017

El e-commerce se comió al mundo

Todo comienza con una pregunta



Las grandes preguntas llevan a las grandes respuestas.



Android



AdSense



AdWords



Chrome



Drive



Photos



Gmail



Google Now



Maps



YouTube



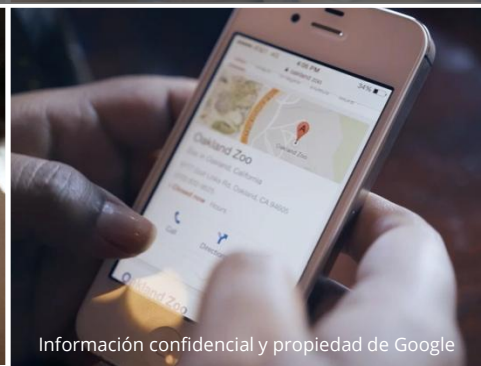
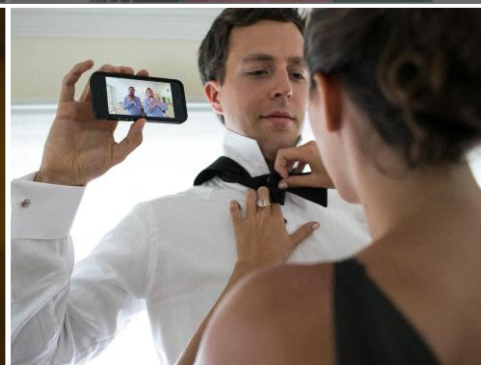
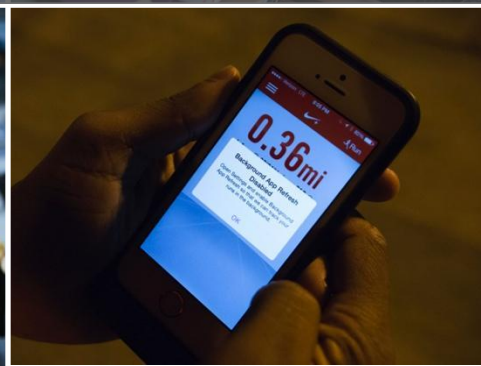
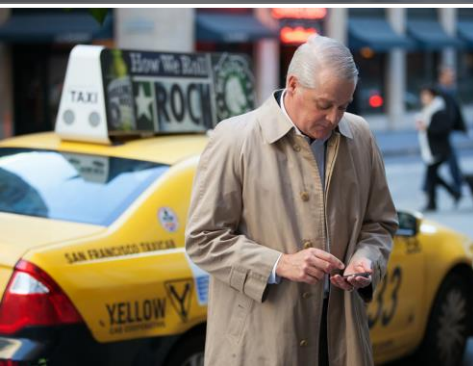
Play



Analytics



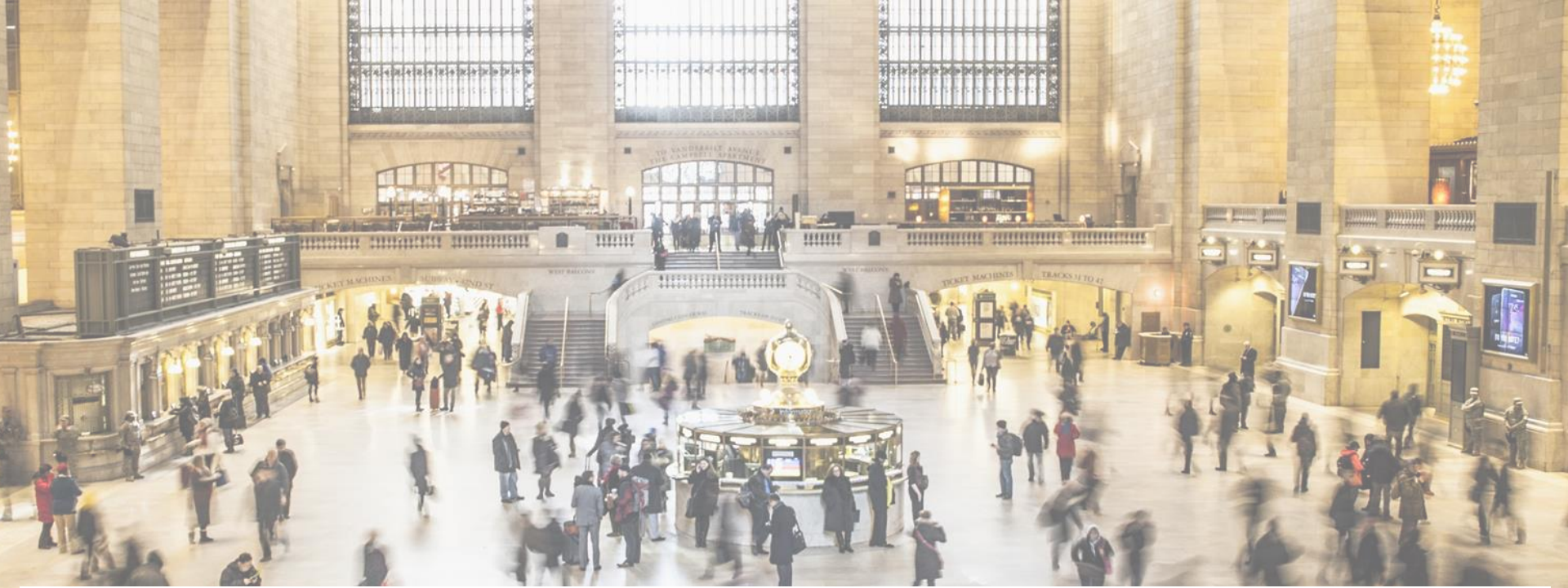
Ya no nos conectamos, sino que
vivimos conectados.



Los Consumidores son “Multi-Pantalla”



cuando el consumidor posee
más de un dispositivo,
existe un
**90% de probabilidad de
que alterne pantallas**
para completar la tarea



Los usuarios están “movilizados”
¿y las empresas?

¿Y qué hago **ahora**?





Ser relevante



Ser accionable



Ser eficiente



Ser relevante

Llegar a personas de una manera más significativa y personal

75% toman acción después de ver un mensaje de una marca *relevante a ellos*



Ser accionable

Tener impacto
con anuncios que
ayudan a las personas

9 de 10 usuarios
abandonan un sitio *mobile*
si no pueden encontrar
enseguida lo que buscan

Mejorar el tiempo de carga de un sitio *mobile* en **un segundo** puede mejorar las tasas de conversión en 27%





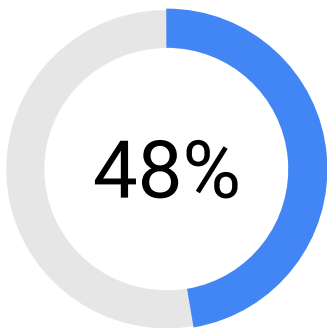
Mobile
Friendly



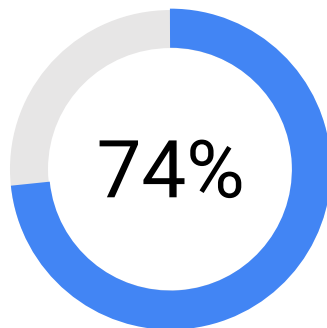
mSite
Speed



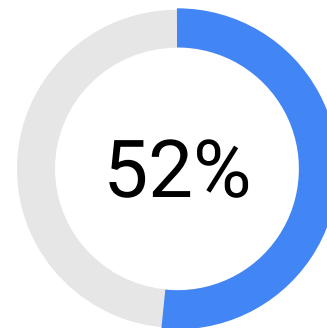
¿Por qué **MOBILE FRIENDLY**?



de los usuarios se sienten **frustrados y enojados** ante un sitio no optimizado



de los usuarios dicen que son **más propensos a regresar** a un sitio optimizado en el futuro



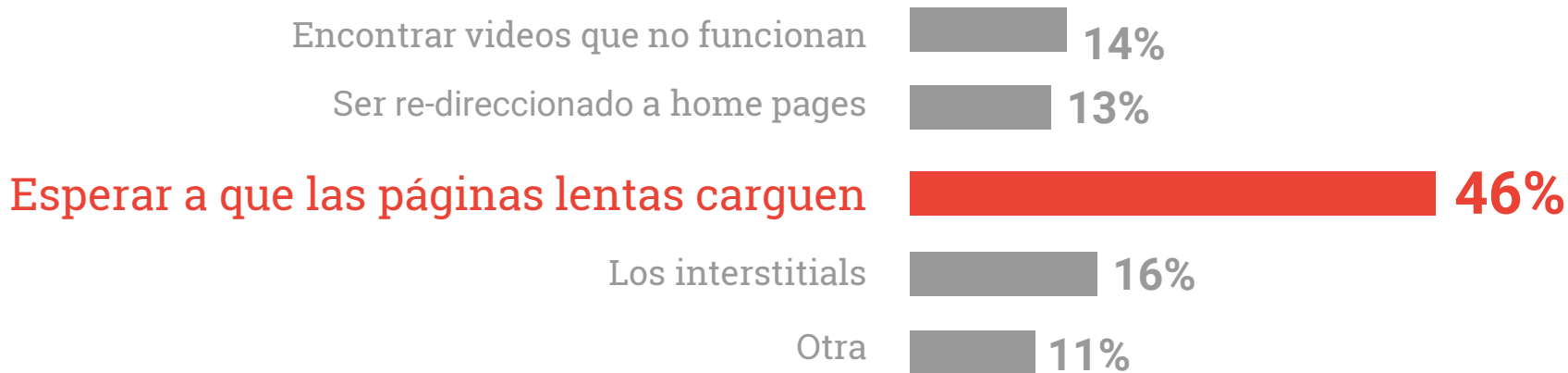
de los usuarios son **menos propensos a fidelizar** con una marca sin sitio web

¿Por qué mSite Speed?



Encuesta Google:

“¿Qué es lo que más te disgusta al navegar la web en tu móvil?”



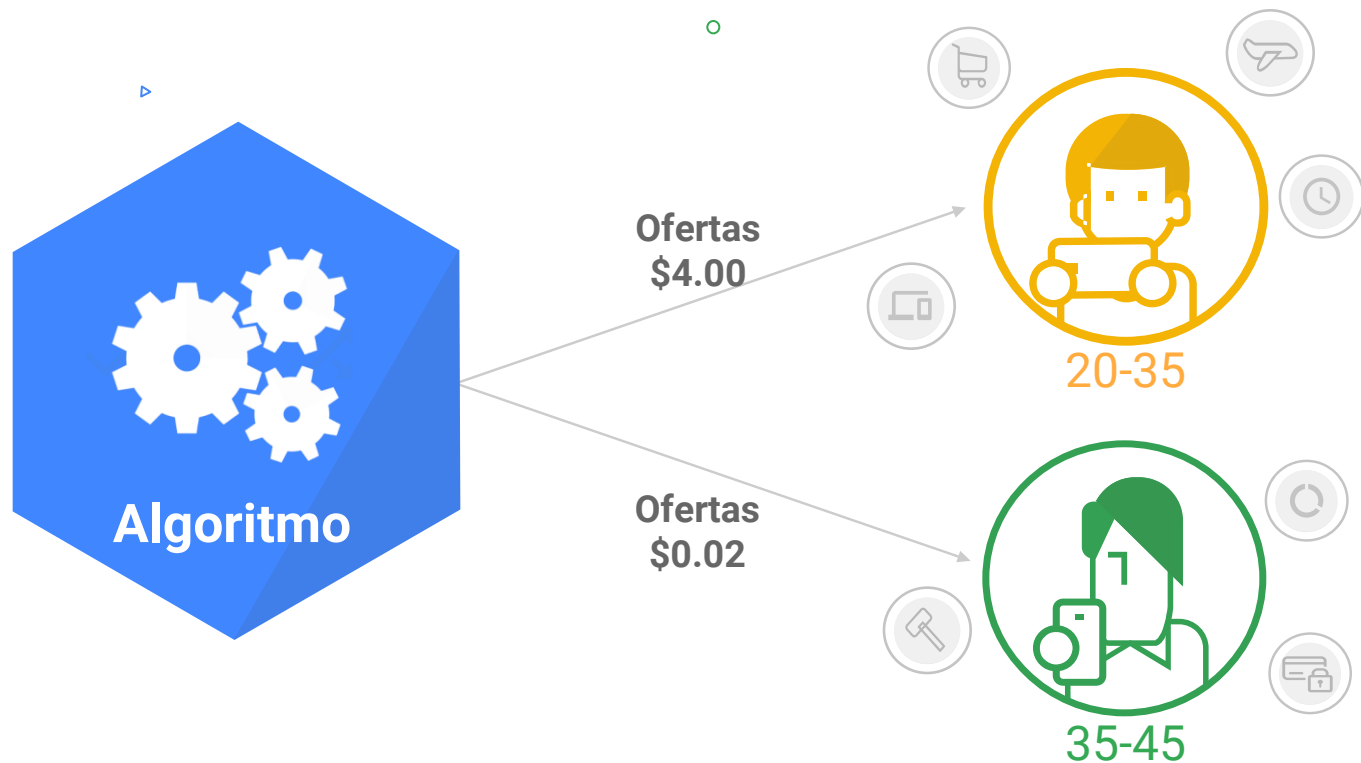
Source: Google Webmaster Central Blog: “#MobileMadness: a campaign to help you go mobile-friendly” (posted: Monday, April 27, 2015)

Ser eficiente

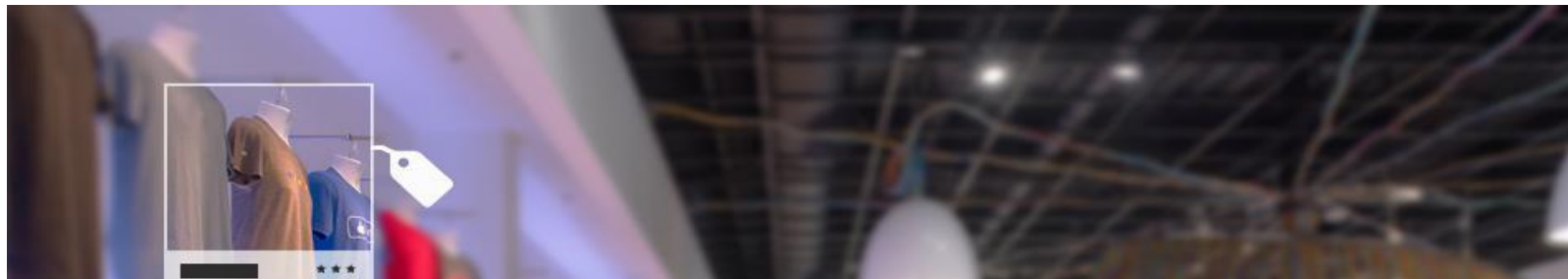
Maximizar
el retorno de inversión
eliminando ineficiencias



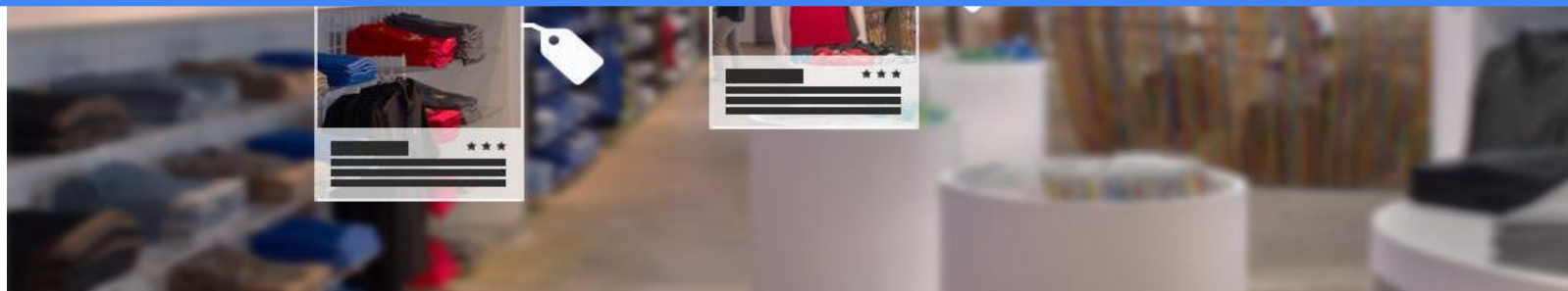
Sólo aparecer en las subastas **que te interesan**

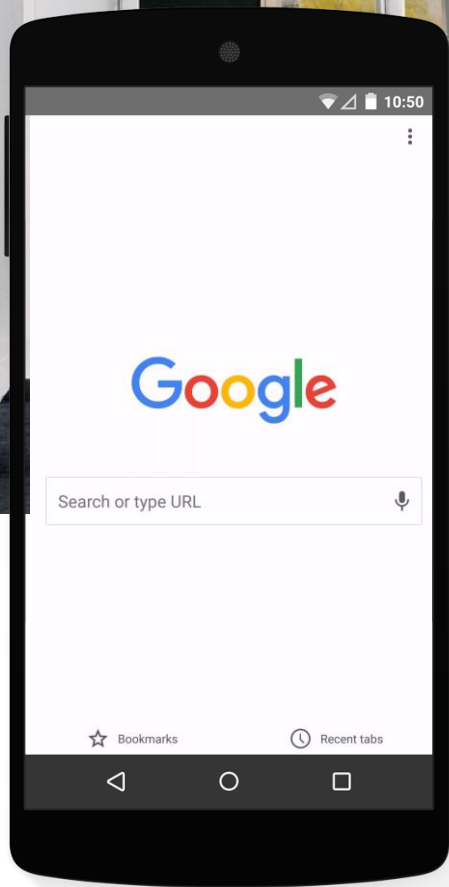
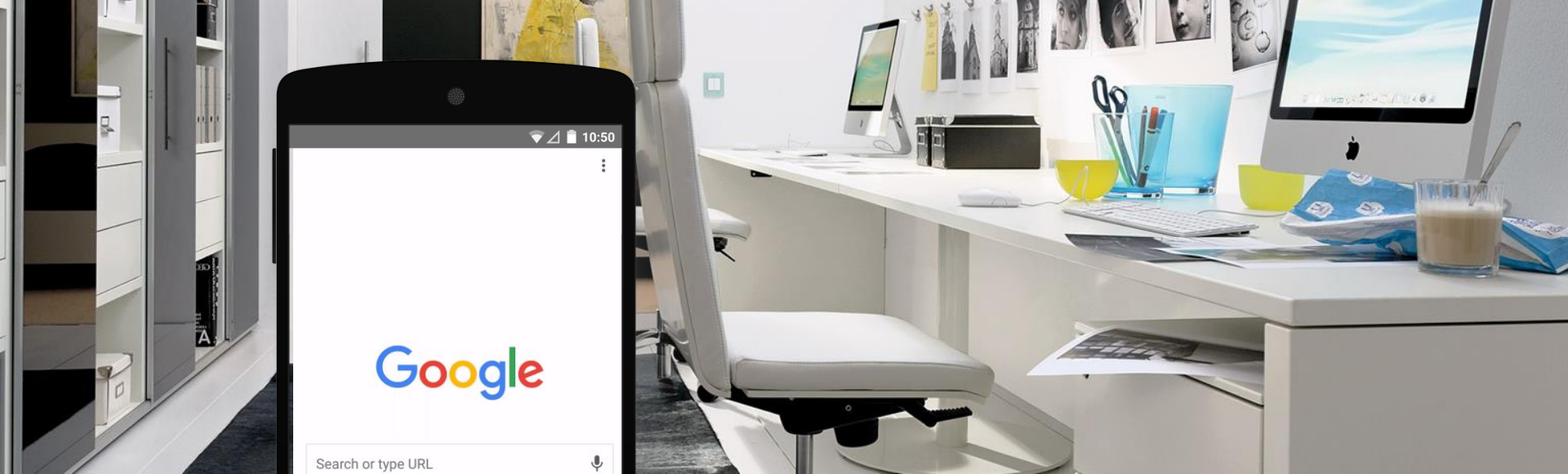


El mundo eCommerce se expande



Argentina es el tercer país con mayor crecimiento de ventas eCommerce en el mundo. Creció 50% en 2016 y se espera crezca 43% en 2017.





Google Shopping



Google Shopping

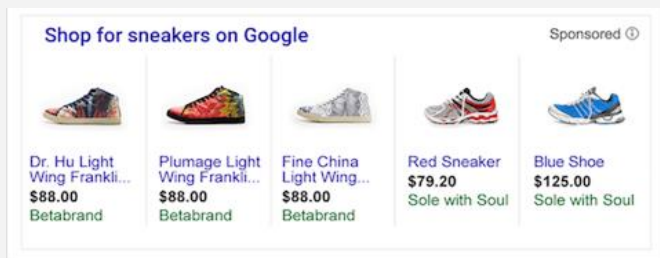


¿Cómo funciona Google Shopping?

El Retailer envía
La información del
producto en **Google Merchant Center**
(data feed GTIN)



Cuando un cliente **busca**, Google
escanée el feed para entregar la
información que es **relevante** al
usuario



Los resultados de mayor **ranking de productos** se
muestran en Google.com y Google.com/shopping

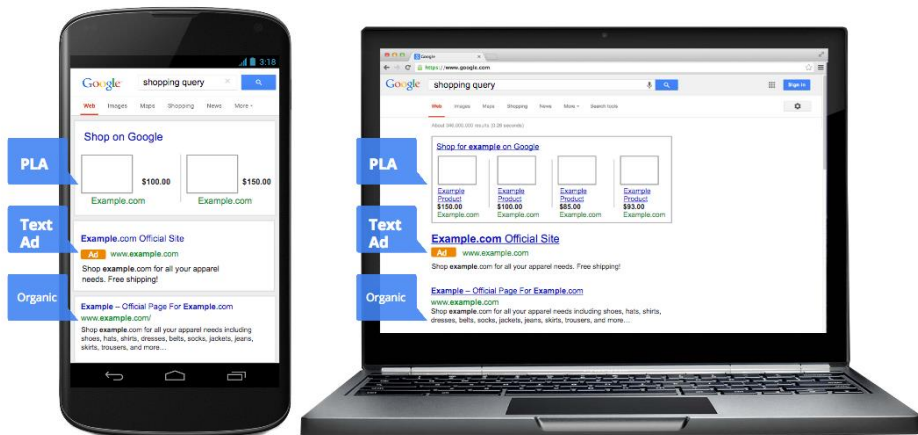
Google rankea los resultados de
productos basado en
**Disposición a Pagar y
Relevancia.**



Se cobra al Retailer al momento que un usuario
hace click en el anuncio.

Maximiza la visibilidad en los resultados de búsqueda

Al consumidor expuesto a anuncios de texto y anuncios de fichas de producto estarán más propenso a:



+ 90%	Visitar un sitio web	
+ 83%	Hacer una compra	
+ 77%	Visitar una página de producto	
+ 73%	Agregar al carrito	
+ 75%	Buscar una marca	
+ 20%	Usar localizador de tiendas	



¿Para quién es Shopping?

Asegúrese de que su sitio Ecommerce cumpla todos los requisitos

Retailers. Si o si e-commerce.

Proceso de pago. Se tiene que poder comprar el producto en el sitio web o ser derivado a un tercero.

Venta a todo el País. Debe haber posibilidad de entrega a todo el país.

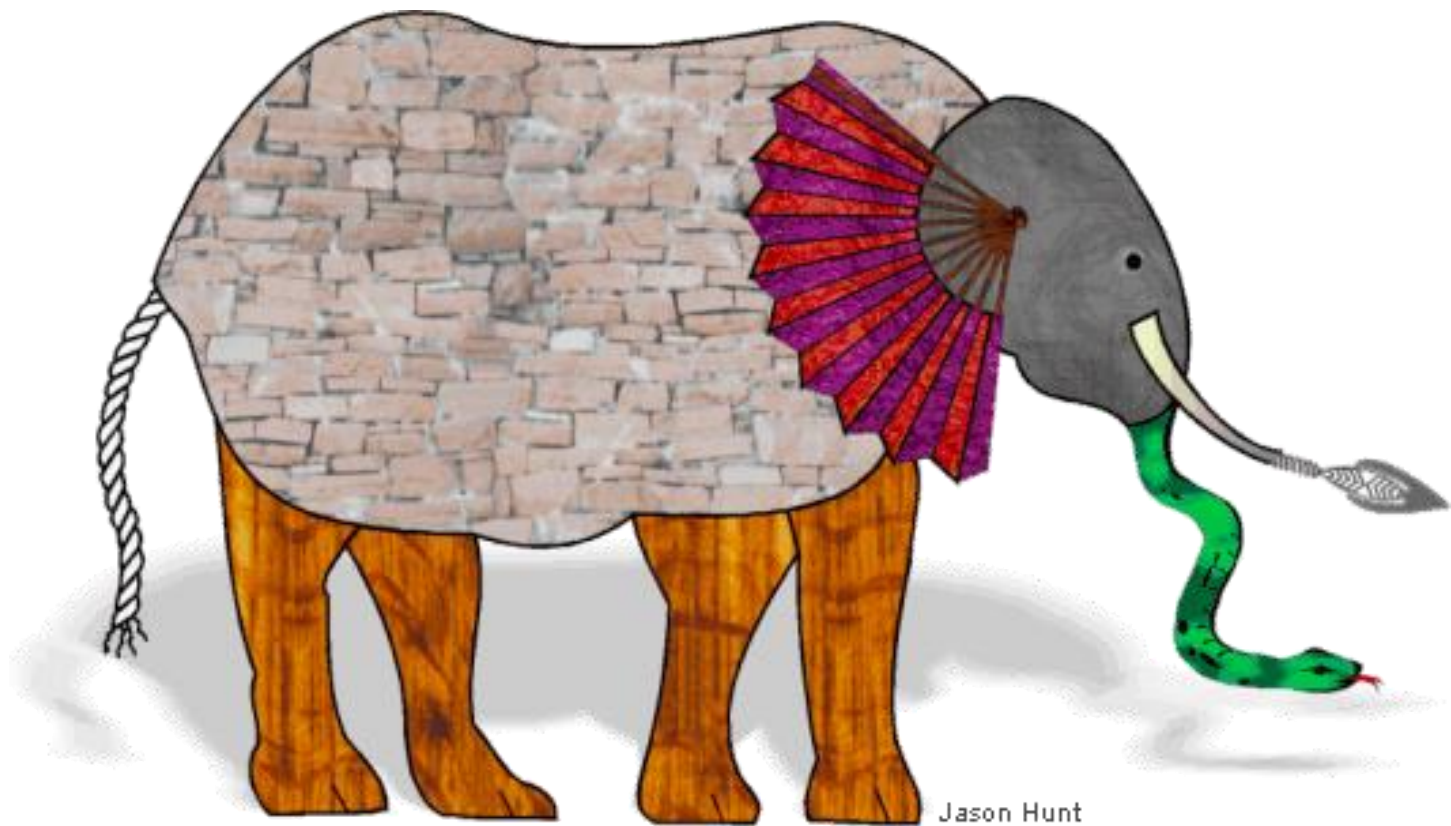
Asegúrese de que su sitio Ecommerce cumpla todos los requisitos

Información de contacto exacta. Debe estar incluido un número de teléfono o un correo electrónico.

Proceso de pago seguro. servidor de procesamiento seguro (protegido por SSL, con un certificado SSL válido, es decir, https://).

Política de devoluciones. Su sitio debe proporcionar una política de devoluciones clara y evidente para los usuarios.

Términos y condiciones de facturación.



Jason Hunt



Marcelo Alberti
06 de Junio de 2017



¡GRACIAS!

