



## Live Streaming Commerce. ¿Cómo subirte a esta tendencia y qué aplicaciones puedes usar?

22/02/2023



El Live Streaming Commerce es una tendencia de compras Online que ya lleva funcionando de maravilla en China, con cifras de facturación exorbitantes y que cada vez se incrementa más en países de habla hispana.

Desde LANUBE te queremos compartir experiencias sobre el Live Streaming Commerce para que lo puedas aplicar en tu estrategia digital y vender más en LANUBE de tu negocio.

Hoy es una tendencia cada vez más poderosa que conecta directamente con tus clientes y potenciales compradores en internet.

El ecosistema está cada vez más adecuado para esta práctica ya que de este lado del mundo vivimos hiperconectados a la red y por ellos existen muy buenas ofertas y el número de consumidores que compran, desde ropa, hasta la compra del supermercado por internet, sigue en alza.

Por eso cada vez existen más tiendas online y las marcas tienen la necesidad de sumar nuevos canales para complementar las ventas ya que dicha plataforma en el afán de parecerse a TikTok, ha dejado claro que no le interesa mostrarte más, sino todo lo contrario. Pero esto no es casualidad, ya que el live stream Commerce se está dando principalmente en la red asiática.

Las nuevas formas de comercio electrónico tratan de buscar la atención al consumidor y uno de estos imanes son de los que vamos a hablar en este artículo, el Live Streaming Commerce.

### ¿Qué es el Live Streaming Commerce?

Un Live Streaming Commerce es una fusión entre retransmisión online a través de internet y una tienda online.

Esta retransmisión online se puede llevar a cabo desde YouTube o Twitch y otras opciones que te mostramos más adelante...

Estas experiencias de Live Streaming Commerce es pura innovación en el mundo digital, a pesar de que cada vez son más las Tiendas Online que se animan a llevarlo a cabo.

Con esta nueva forma de vender a través de internet se incorpora la interacción a tiempo real entre la propia tienda y los consumidores, algo que hasta ahora no se había llevado nunca a cabo porque no era propio de la naturaleza de una tienda online.

Durante la realización del Live Streaming Commerce el cliente puede consultar en tiempo real, chatear con el comprador, hacer preguntas y sacarse cualquier duda durante la retransmisión y, por supuesto, comprar todo lo que quiera.

A pesar de que se trata de algo relativamente nuevo, el pionero en esta práctica fue el portal Alibaba quien ya tuvo una experiencia con esta forma de vender a través de internet.

El éxito fue tal que rápidamente fue clonado por parte de la competencia, durante todo este tiempo y se estima que la plataforma Taobao, una de las más importantes en China, generó en 2021

unos ingresos de 400.000 millones de yuanes.

Con estas altísimas cifras, el Live Streaming Commerce fue todo un éxito en el mercado asiático, lo cual no pasó desapercibido en el resto de mercados de todo el mundo.

¿Si te preguntas qué productos se pueden vender en el Live Streaming Commerce? te aseguramos que se puede vender cualquier tipo de producto o servicio.

Los que actualmente están resultando muy bien, por lo que venimos analizando, son los relacionados con la moda, los cosméticos y los alimentos. Pero efectivamente se puede vender cualquier tipo de producto.

### ¿Cómo funciona el Live Shopping?

El Live Shopping es una forma diferente y lúdica de llevar adelante el acto aburrido y monótono de la venta y hacerlo mucho más potente, ya que tiene un concepto de juego e incluso podría tomarse hasta como una estrategia de gamificación.

El Live Streaming Commerce tiene un formato bastante abierto y amigable, y las empresas vienen probando con mucha creatividad formas diferentes de llevarlo adelante. A continuación te mostramos las más comunes.

- Las subastas en vivo son el formato más popular del Live Streaming Commerce. Este concepto funciona como una subasta común, con la diferencia que el usuario debe estar en la transmisión en vivo para poder participar.

Mientras se va dando el vivo, se van subastando diferentes y variados artículos, que serán adquiridos por quién realice la oferta más tentadora. Como se decía antiguamente "al mejor postor".

- Influencers Live. Este forma tiene muchísima efectividad, ya que lograr colaboración con los influencers y estos contar con una gran cantidad de seguidores, sube mucho más la cantidad de interesados en los productos o servicios.

El influencia a su vez adquiere un rol como de moderador y de participante activo, brindando opiniones acerca del producto, mostrando como se usa, o haciendo recomendaciones personales desde su experiencia.

- Eventos en directo. Este concepto suele ser el más sencillo, pero también puede tratarse del más efectivo comercialmente.

Por ejemplo, al hacer la retransmisión en directo del lanzamiento de un nuevo producto o servicio, o hasta realizando ofertas limitadas, se puede conseguir un mayor incremento en las ventas.

- Entrevistas con expertos. Este formato apunta a profesionales en la materia y el objetivo es lograr un vínculo más estrecho con el producto que se busca vender.

Por ejemplo, si vendemos un aceite facial, la experta ideal es una cosmetóloga que garantice el correcto uso y todos los pasos necesarios para realzar la salud de tu piel.

A este tipo de acciones se le llama comunicación horizontal, que se traduce en poner al mismo nivel a los usuarios con el experto, generando una conversación de valor que también beneficie a la marca en cuestión y a la venta del producto.

### Ventajas de sumarle Live Streaming Commerce a tu tienda online

Es importante entender las ventajas que puede otorgarle el Live Streaming Commerce a tu Tienda Online.

En primera instancia podrás ver una rápida aceleración en la conversión de clientes y una mejora en el branding de la empresa.

En cuanto al acelere de la conversión de clientes, el Live Streaming Commerce permite una experiencia mucho más inmersiva e interactiva con el cliente. Esta interacción va mucho más allá que una simple operación tradicional de compra-venta, al tratarse de una participación directa del propio evento.

Esto genera que el usuario conecte mucho más y preste mayor atención, lo cual acelera el proceso de decisión de compra cuando el contenido resulta atractivo e informativo. Estas estrategias generan una relación directa con las compras por impulso.

El cliente siente mayor motivación cuando se trata de una oferta limitada a través del streaming y se deja llevar por sus emociones y sentimientos. En general este tipo de compras suelen tener menos razonamiento, lo que también explica el grado de éxito de estas conversiones.

Por otro lado, gracias al Live Streaming Commerce, podemos mejorar el branding de nuestra marca. Este tipo de estrategia logracierta diferenciación, ya que estamos hablando de una técnica relativamente nueva que todavía cuesta verla en otras empresas del mercado.

SIN DUDAS estamos ante uno de los mejores momentos para incrementar las ventas de tu

negocio impulsando tu marca a través de estas técnicas.

Esta novedosa técnica genera mayor interacción con tus clientes, algo que estos no suelen estar acostumbrados debido al marketing tradicional que todos hacen de la misma manera a través de Instagram y que inunda las redes con spam.

A pesar de que muchas técnicas del marketing online sean modernas, lo cierto es que no resultan tan novedosas como este Live Streaming Commerce.

Aprovechá este momento y amoldado al modelo de negocio de tu empresa. Hacerlo ahora será clave para conseguir aumentar tus ventas y lograr un mejor posicionamiento, diferenciarte del resto y adelantarte, antes de que todos lo implementen y ya no sea tan efectivo con el paso de los años.

## Te recomendamos las mejores aplicaciones hacer Live Commerce

Si quieres comenzar con Live Commerce en tu negocio, te recomendamos las aplicaciones más interesantes...

- Instagram cuenta con Instagram Live Shopping, pero no le vamos a dar importancia a esta red social ya que su servicio, actualmente, está disponible únicamente para cuentas en Estados Unidos al igual que Amazon.
- [GoLive.shop](#) es ideal. Esta aplicación cuenta con diferentes funciones que permiten disfrutar de una buena analítica de datos en tiempo real centrada en poder aumentar las conversiones por parte del negocio. Además, permite personalizar su interfaz para mejorar la experiencia de usuario.
- [onlive.site](#) también está muy interesante. Esta aplicación recientemente arribó en España y cuenta con opciones muy interesantes, como poder hacer encuestas en directo para conocer la opinión de los consumidores que se encuentran en el directo.

Todo el contenido de la transmisión en [onlive.site](#) queda guardado automáticamente para que puedas analizarlo y mejorar cualquier aspecto o para poder compartirlo en LANUBE y redes sociales de tu empresa. También cuenta con funcionalidades extra como tener acceso al catálogo de la empresa, mostrar fichas de productos, añadir al carrito y comprar.

- [TikTok Shopping](#) es otra de las alternativas más interesantes. Aprovechando el buen momento con el que cuenta la popular red social, TikTok Shopping permite a las tiendas crear contenido orgánico de sus productos mientras llevan a cabo toda clase de muestras en directo en la popular plataforma de vídeos.
- [Vtex](#) es una aplicación que cuenta con años de experiencia dentro del comercio digital y que recientemente se ha lanzado al live shopping. Destaca por contar con una gran variedad de funciones analíticas con las que podrás conocer el número de espectadores, las interacciones, los pedidos que se han llevado a cabo y, por supuesto, los comentarios entre otras opciones.
- Finalmente, [Skeepers](#), una aplicación pionera en todo lo que se refiere a live shopping. En Skeepers podrás llevar a cabo diferentes sesiones de compras individualizadas o difundir los vídeos en directo en tu propia página web y redes sociales. Gracias a Skeepers, los clientes pueden añadir en pleno directo los artículos que más les interesen al carrito de compra.

## Beneficios de usar Live Shopping para los eCommerce

Finalmente, si te decides a utilizar Live Shopping como parte de tu estrategia para tu eCommerce, podrás disfrutar de una gran cantidad de beneficios.

Estos serían algunos de los más interesantes:

- Gracias al Live Shopping podrás alcanzar muchos más usuarios. La razón es bastante simple, durante los directos se crea una mayor cercanía con el público y muchas veces estos acuden a los mismos para poder saber más acerca del producto.

En el streaming, la marca puede ejercer una mayor capacidad de influencia sobre el público y, además, acaba resultando mucho más interesante para estos que un anuncio publicitario. Básicamente porque se sienten parte del evento.

- Por otro lado, el Live Shopping es la oportunidad perfecta para mejorar el engagement de tu audiencia. Estos eventos en vivo pueden tener una gran repercusión en las redes, provocando toda clase de reacciones y comentarios.

Estos Live Shopping se pueden compartir por las redes, lo que facilita todavía más la posibilidad de que se viralicen, más aún cuando los comparte un influencer famoso en sus redes sociales.

- Destacar también que gracias al Live Shopping podrás aprovechar para ofrecer más descuentos. Puedes incentivar a tus clientes con un descuento en su compra si la llevan a cabo "en directo",

por lo que lo más probable es que crezca el número de ventas debido a la posibilidad de beneficiarse de dicho descuento.

En definitiva, todas estas ventajas están centradas en facilitar el proceso de compra. La empresa podrá vender mucho más y tendrá una oportunidad perfecta para poder mostrar sus productos, mientras que los clientes encontrarán nuevas formas de interactuar, mejorando la concepción que tienen de la empresa.

Estos Live Shopping permiten a la empresa mostrarse mucho más cercana con sus clientes, con lo que conseguirás mejorar tu imagen en el mercado.