



## ¿Qué es el Social Commerce y cómo aplicarlo en mi marca?

¿Vendes por internet? ¿Utilizas redes sociales en tus planes de marketing digital? ¿Tienes ambas opciones, pero no sabes cómo vincularlas?. En este artículo hablaremos sobre qué es el Social Commerce, cómo utilizarlo y aplicarlo en cada plataforma digital.

30/08/2021



El Social Commerce es la fusión de las redes sociales y la venta online.

Es una estrategia que se basa en estudiar las experiencias y usos de los usuarios para generar sinergia dentro de tu marca.

Esta estrategia elevará el valor de tu marca y hará crecer tus ventas a corto y largo plazo.

El Social Commerce pone la atención en generar canales de compra a partir de las relaciones que tu marca genera con los usuarios y ellos entre sí, al hacer uso de las redes sociales.

¡Veamos algunos ejemplos actuales de cómo funciona!

### **Comprar por medio de las redes sociales**

Cada vez son más los usuarios que compran a través de las redes sociales.

Si aplicamos una buena estrategia contextualizando los valores de la marca y reforzando la calidad de nuestros productos llevaremos al usuario a impulsar la compra.

Cada red social tiene recursos diferentes que nos permiten vincularlos a nuestra Store para crear un proceso de compra fácil y claro.

### **La prueba social**

Ésta acción se encuentra dentro de las estrategias del Social Commerce y se basa en fomentar a los usuarios a que participen de nuestras publicaciones, y compartan nuestros productos.

Que los usuarios nos califiquen, nos nombren, compartan o comenten nuestro contenido es una excelente influencia para nuestra marca, ya que otorga mayor credibilidad, confianza e influencia a otros usuarios, futuros clientes.

Puedes incorporar la prueba social desde el momento cero en que creas tu Store, te daremos algunos ejemplos:

1. Pon abierto los comentarios en cada producto que subas e incentiva a los usuarios a que dejen su

- opinión.
2. Fomenta el uso de las estrellitas en tu Store para que puedan valorarte.
  3. Coloca los botones bien visibles en cada producto para que los usuarios puedan compartirlos.
  4. Valoriza las reseñas sobre tu marca en Google o en otros sitios, y compártelos en tu tienda.

## Micro influenciadores

Como ya seguramente has visto, los influencers hace tiempo que vienen promocionando productos por las redes sociales, pero también es verdad que han perdido algo de credibilidad por un uso excesivo de contenido patrocinado.

Te aconsejamos que utilices micro influencers en tu estrategia. Los micro influencers son personas que cuentan con un número alto de seguidores y no siendo tan conocidos tienen una relación mucho más cercana y a fin con los usuarios que los siguen.

Por lo general son expertos en un tema específico, recomiendan ciertos estilos de productos o servicios y hablan sobre ellos. Poseen alta credibilidad y manejan un presupuesto mucho más razonable que las grandes celebridades, busca dentro de tu nicho y contáctalos.

## Las redes sociales para hacer Social Commerce

Es cierto que cada marca tiene un perfil y un posicionamiento diferente en cada red social, algunas las benefician más que otras.

Te acercamos un resumen de las redes sociales más populares para efectivizar el Social Commerce y aplicarlo a tu propia estrategia y en la red que más se adapte a tu propuesta.

### *Facebook*

Tal vez sea la red social por excelencia a la hora de vincular tu eCommerce. Ofrece diferentes posibilidades para que los usuarios encuentren los productos y los consuman.

1. **Tienda** : es una tienda online que se vincula a nuestra Store. Te permite subir productos y descripciones, comunicarte con los usuarios, seleccionar el inventario y chequear las estadísticas de visitas.
2. **Escaparate** : esta opción te permite subir algo así como un catálogo de tus productos y vincularlo directamente a tu Store para que los usuarios puedan verlo y accedan de forma directa al proceso de compra.
3. **Anuncios de Facebook**: permite segmentar a tu público objetivo para realizar anuncios, además de brindar varios formatos permitiéndote elegir de acuerdo al perfil de tu marca y audiencia.

### *Instagram*

Instagram es la red social visual por excelencia. Aquí puedes aprovechar para mostrar tus productos por medio de Instagram Shopping y vincularlo directamente a tu Store.

Etiqueta tus productos en las imágenes que subes para que el proceso de compra sea rápido y efectivo y se redirija a tu tienda.

### *YouTube*

Utiliza esta red social como forma de fomentar tus productos y añadir vídeos descriptivos de calidad. Si bien YouTube no cuenta con herramientas directas, puedes utilizarlo para redirigir a los usuarios que ven tus videos a tu Store.

## Ventajas del Social Commerce en tu Store

Por último y a modo de conclusión añadimos un resumen de las ventajas de utilizar el comercio social para hacer crecer tu marca, aplicándola a tus estrategias de marketing digital:

1. Eleva el tráfico en tu Store, tus conversiones y el valor de los pedidos. Las estadísticas muestran que los usuarios utilizan cada vez más las redes sociales para comprar productos y servicios.
2. Expande las estrategias. Es un canal más que se suma como opción a la hora de generar mayor tráfico y atraer clientes.
3. Incrementa la atención del cliente. Puedes tener canales de atención al cliente, resolviendo dudas y arrojando información por medio de los chats que cada red social proporciona.
4. Gana confianza. Como ya dijimos las redes sociales dan confianza y transparencia, más aún si cuentas con usuarios activos, comentarios en tus publicaciones y compartidos.
5. Destácate de la competencia. Aplicar el comercio social puede ser arriesgado en el caso de que

tengas algunas valoraciones negativas, pero te aseguramos que ganarás mucho más de lo que perderás.

Mostrar la identidad de tu marca, contar tus ideales para fidelizar a tus clientes está al alcance de tu mano, ya tengas una pequeña, mediana o gran empresa. La posibilidad está abierta para todos.