

8 de cada 10 expertos considera que la estrategia principal para rentabilizar un eCommerce es la fidelización del cliente

La creación o pertenencia a un marketplace y la monetización de espacios no intrusivos también serán tendencia en el sector

Webloyalty reúne a los principales expertos del sector en el primer eCommerce Experts Afterwork Session en Barcelona



Noelia Ruiz, Ecommerce Sales Channel Manager de Comercia Global Payments y Eduardo Esparza, Country Manager de Webloyalty España

Descarga los recursos gráficos [aquí](#)

[Webloyalty](#), proveedor líder internacional de programas de ahorro *online* para *eCommerce*, junto con [Comercia Global Payments](#) de Caixa Bank, han reunido en Barcelona a los más prestigiosos expertos del sector para elaborar el primer panel de retos y tendencias en *eCommerce* del 2017.

En el exclusivo encuentro de *networking eCommerce Experts Afterwork Session*, **Eduardo Esparza, Country Manager de Webloyalty en España** aseguró que **“es importante conocer cuáles son las tendencias que dirigen el sector y cuáles van a ser los retos a los que se va a enfrentar en un futuro no muy lejano para poder tomar decisiones en nuestro negocio y dirigirlo hacia el camino correcto”** por eso **“hemos querido reunir a los mejores expertos de la Ciudad Condal, epicentro de la innovación tecnológica del mundo, y con sus opiniones y know how vamos a diseñar, entre todos, el Primer Panel de Tendencias y Retos en eCommerce de 2017, un documento que pretende unificar todo este conocimiento y así, poder contribuir a la mejora de los servicios que ofrecemos”**.

Uno de los retos más importantes que preocupa al sector eCommerce es **mejorar la rentabilidad del negocio**: todos coinciden en que **la estrategia fundamental consiste en lograr la fidelización de sus clientes**. Cuando un cliente se convierte en fiel decide permanecer en una empresa, seguir

comprando en el futuro y, además, recomendarla a otros consumidores. Otra de las estrategias que también destacaron los expertos que asistieron al evento fue la creación y pertenencia a un Marketplace o la monetización de espacios no intrusivos, por delante de la captación rápida masiva y la venta de bases de datos. Por eso, otro de los temas claves que marcarán el futuro del sector es **la mejora de los servicios de atención al cliente**. En este sentido, el 52% de los expertos coinciden en que el sector debe mejorar en las soluciones reales que se aportan al cliente, el 32% considera que el factor que más debe mejorar es la calidad humana en la atención, por delante de la mejora de los canales de atención gratuitos y los horarios de atención, que sólo preocupa a un 8%.

Respecto a la **evolución del perfil del comprador online** hay diferencia de opiniones, un 20% de los expertos encuestados considera que el consumidor ha evolucionado y que son los silver surfers (personas con más de 50 años) los que se están incorporando con más fuerza. Sin embargo, el 36% se decanta por los millenials (hasta 35 años) como los nuevos compradores habituales, aunque la gran mayoría, el 44% de los expertos reunidos, opina que aunque el perfil actualmente es más heterogéneo, evoluciona despacio.

Otro de los retos a los que se enfrenta el sector eCommerce en este 2017 es la **solución para que los medios de pago sean seguros y mejorar la confianza del consumidor**. El 44% opina que la solución pasa por las comprobaciones biométricas ligadas al móvil, el 28% cree que el block chain y las monedas virtuales son el futuro y el 20% apuesta por el pago a través de plataformas 3D Secure. En este sentido, **Noelia Ruiz, Ecommerce Sales Channel Manager de Comercia Global Payments** asegura que “el comercio electrónico cada vez está creciendo más y cada vez también es más seguro”.

Los avances tecnológicos van a tener muchísima importancia en el sector. El 72% de los expertos del *eCommerce Experts Afterwork Session* coincide en que muchas compras de las actuales las harán dispositivos conectados automatizados a través de IoT (Internet of Things) y que la realidad aumentada tendrá un papel relevante en los procesos de venta online en un futuro próximo (68%), tanta que incluso un 28% opina que las tiendas online serán recreaciones virtuales similares a las físicas.

Sobre Webloyalty

Webloyalty es un proveedor líder internacional de programas de ahorro online diseñados para ayudar a las empresas a construir relaciones fuertes y más rentables con sus clientes. Fundada en 1999, la multinacional opera en 10 países, incluyendo el Reino Unido, Francia, España, Brasil, Países Bajos y Turquía. Actualmente, Webloyalty trabaja con más de 250 partners eCommerce en todo el mundo en los sectores de retail y viajes, integrando con un modelo eficaz y fácil de implementar los programas de ahorro online en la experiencia de compra. Esto permite a los partners la posibilidad de generar ingresos adicionales y fidelizar a sus clientes a través de comunidades de compradores online.

Para obtener más información acerca de Webloyalty visita www.webloyalty.es o síguenos en @Webloyalty_ES

Contacto de prensa:

- Yolanda Riber. F 91 2 772 218 – M 664 239 734. Yolanda.riber@eliteconexion.es
- Bárbara Alós. F 91 2 772 220 – M 664 245 493. Barbara.alos@eliteconexion.es