

Muchas gracias por tu interés en esta actividad, empezaremos en unos instantes

Recuerda apagar tu cámara y silenciar tu micrófono.

Durante la sesión para cualquier pregunta puedes usar el chat interno de la plataforma o bien preguntarnos activando tu micrófono.

La sesión será grabada y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto Digicom; puedes abandonarla en cualquier momento.

Correo para consultas **digicom@comercioasturias.com**

Web del proyecto **<https://comerciodigitalgijon.es>**



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

ANÁLISIS DE DATOS

Productos y servicios que más venden

CÓMO DECIDIR

El comercio electrónico consiste en comprar y vender productos exclusivamente a través de Internet

Los hábitos de los consumidores están girando cada vez más al formato online, fruto en buena medida del efecto COVID

Se espera que el incremento de ventas online en España durante este 2022 crezca entre el 30% y el 50%

Con una oferta tan amplia la dificultad, a veces, es decidir qué vender por Internet

RESOLVER PROBLEMAS

¿Cuáles son los problemas o necesidades que nos encontramos en el día a día con nuestros clientes?

¿Cómo podemos dar respuesta a ello?

Nuestro producto/servicio no tiene que ser innovador ni complejo sino que responda a estas necesidades

Puede ser sencillo pero eficaz

EL INTERÉS DEL USUARIO

Investiguemos cuales son los hobbies y aficiones de nuestro cliente objetivo

Cuando el consumidor se deja llevar por sus emociones está más dispuesto a comprar

Ganar confianza y fidelidad ofreciendo de forma profesional y garantista los productos/servicios que desarrollen y favorezcan situaciones positivas

SUMAR LA EXPERIENCIA

Valoremos nuestra experiencia a lo largo de nuestra vida profesional en los diferentes sectores en los que hemos desarrollado competencias

Canalizar esa experiencia en nuestro negocio online es una forma de entrar con ventaja en el mercado potenciando lo que nos hace diferentes y especiales

ANÁLISIS INTERNO/EXTERNO

Análisis DAFO



NICHO

Un alto % de negocios online no llegan a consolidarse

CAUSAS:

- Inexperiencia
- Falta de conocimiento

Sin embargo, en otras ocasiones, con los mismos condicionamientos previos un negocio online se consolida

¿Por qué?

Uno de los factores que influyen en el éxito o fracaso del proyecto online es la elección del producto

NICHO

Dar con el nicho adecuado es uno de los factores de éxito y puede compensar las carencias técnicas o la inexperiencia en el mercado digital

Vamos a examinar los productos más vendidos online

OBJETIVO: detectar posibilidades de negocio y posibles sinergias con nuestros proyectos

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Conocer los productos más vendidos en Internet es importante ya que nos permitirá analizar cuales son las tendencias de compra del usuario online

Si vamos a crear una tienda online debemos disponer de un producto/servicio que tenga demanda en el ámbito digital

No tiene sentido crear una tienda online de productos que nadie demanda

La venta online tiene sus códigos propios. Es muy diferente a la venta física

VENTA FÍSICA vs VENTA ONLINE

Se tiende a llevar al modelo online aquellas acciones que funcionan en la venta física y en especial el cuidado de la experiencia del cliente buscando la fidelización

Que un producto tenga una fuerte demanda en la venta física no significa necesariamente que vaya a tenerla también en la venta online y viceversa

ELEGIR EL PRODUCTO

Elegir el producto adecuado es fundamental para el éxito de la tienda online

El producto que elijamos dará forma a todo el negocio, desde los precios al mkt, la logística...

OPCIONES

CREAR NUESTRO PROPIO PRODUCTO

Si tenemos cualidades para desarrollar trabajos manuales, artesanales

El interés por los productos de calidad, artesanales y únicos es una de las tendencias actuales

DROPSHIPING

Consiste en actuar de intermediario entre el fabricante y el cliente a cambio de una comisión

Nos permite abrir la tienda online sin necesidad de disponer de stock ni gestionar los envíos

VENTA AL POR MENOR

Es la forma tradicional de compra al mayorista, almacenaje de inventario pero con el proceso de compra en Internet

PRODUCTOS ONLINE ESTRELLA

La lista de productos con éxito en venta online es larga

La elección de incorporar estos productos a nuestro proyecto permite garantizar que dispondrán de una alta demanda

Y por ello, también está garantizada una alta competencia

ARTÍCULOS DE MODA

La moda es, en sectores, el que más vende en todo el mundo

A pesar de las dificultades que implican puntos como el tallaje y que puede ser un producto sensible o delicado, la moda es la reina de las ventas online

El impulso en este sector dentro de la venta online se debe, entre otros, a la mejora de las políticas de devolución

Recordemos que las condiciones de devolución junto al resto de condiciones de venta deben indicarse de forma clara y comprensible en el “Aviso legal y políticas de uso” del sitio web

ARTÍCULOS DE MODA

No hace tanto era difícil que alguien se arriesgara a comprar una camiseta, pantalón o cualquier prenda sin saber si le quedaría bien.

La gratuidad de las devoluciones en la mayoría de las tiendas online ha permitido romper esta barrera y el usuario no tiene tantos reparos en este aspecto

Ventajas:

- ✓ comprar sin colas
- ✓ catálogo mayor que en la tienda física
- ✓ Probarlo cómodamente en casa ...

ARTÍCULOS DE MODA

Estudio de la consultora McKinsey:

Para final de 2022 el sector de la moda recuperará los niveles de facturación de 2019 previos a la COVID

ARTÍCULOS DE MODA

Estudio de la consultora McKinsey:

Para final de 2022 el sector de la moda recuperará los niveles de facturación de 2019 previos a la COVID

ARTÍCULOS DE MODA

La pregunta es:

¿Merece la pena entrar a este mercado?

ARTÍCULOS DE MODA

VENTAJAS DE UN ECOMMERCE DE MODA

Se compra mucho

- La ropa y la moda en general son los productos más vendidos
- Pérdida del temor a comprar por Internet (efecto COVID)
- Facilidades de acceso
- Garantías de postventa equivalentes al comercio físico

ARTÍCULOS DE MODA

VENTAJAS DE UN ECOMMERCE DE MODA

La ayuda de la tecnología

- La tecnología lo pone muy fácil
- Herramientas de edición web, vídeos, fotos
- Acercamiento del producto al cliente y creación de ambientes confortables

ARTÍCULOS DE MODA

VENTAJAS DE UN ECOMMERCE DE MODA

La agilidad del mercado

- El sector de la moda es un sector de un gran dinamismo tanto en el mundo físico y especialmente en el formato online
- Creación constante de nuevas tendencias y productos
- Toman una importancia decisiva las estrategias de mkt de contenidos

ARTÍCULOS DE MODA

DESVENTAJAS DE UN ECOMMERCE DE MODA

Muy generalista

- El término “moda” es muy genérico
- Dentro de este término queda englobado un ámbito de productos excesivo
- Si tratamos de ir a por todos incrementamos el riesgo de fracaso
- La especialización se impone como elemento de valor

ARTÍCULOS DE MODA

DESVENTAJAS DE UN ECOMMERCE DE MODA

Mercado saturado

- En moda es difícil encontrar el ansiado “océano azul” (mercado sin competencia)
- La alta competencia está garantizada
- Requerirá la diferenciación mediante otros elementos de valor (especialización, experiencia cliente...)

ARTÍCULOS DE MODA

DESVENTAJAS DE UN ECOMMERCE DE MODA

Dificultad técnica

- Como en cualquier otro sector se requerirá de determinados conocimientos básicos para la puesta en marcha del catálogo (patronaje, materiales, proveedores...)
- Así como unos conocimientos básicos en el desarrollo y la operativa de los canales de venta (sitio web, App, RRSS...)

ARTÍCULOS DE MODA

DESVENTAJAS DE UN ECOMMERCE DE MODA

Riesgo de devolución

- El incremento de las ventas viene en gran medida por la garantía de la devolución sin coste para el usuario, fruto del modelo impuesto por las grandes marcas
- Para un e-commerce que empieza es todo un reto

ARTÍCULOS DE MODA

TENDENCIAS

Especialización

- Especialicémonos al máximo
- No montemos una tienda de moda más.
- Busquemos nuestro estilo, un producto, una marca y busquemos los clientes potenciales que buscan un estilo como el nuestro
- Objetivo: destacar en ese nicho específico
- Empecemos con dropshipping o afiliación, es decir, vendiendo sin invertir en stock

ARTÍCULOS DE MODA

TENDENCIAS

Conciencia ambiental

- Dependiendo del cliente objetivo al que vayamos a dirigirnos
- La conciencia ambiental se está convirtiendo en una de las grandes tendencias actuales
- El cliente busca marcas sostenibles
- Estudio McKinsey: una de los nichos actuales y oportunidades dentro del sector de la moda online

ARTÍCULOS DE MODA

TENDENCIAS

Diseños exclusivos

- Colaboración con ilustradores
- Creación de colecciones propias y limitadas
- Diseño de ropa virtual (Metaverso)
- Mascarillas

CALZADO

Es uno de los productos más vendidos en Internet y uno de los que más búsquedas genera

Como en la ropa podremos elegir vender solo un tipo de calzado o diversificar la estructura

Existe la opción de vender zapatos a medida, lo que permite personalizar el producto y diferenciarnos de la gran competencia

A diferencia de la moda, el tallaje del calzado no varía tanto y esto siempre es una ventaja

VIAJES Y EXPERIENCIAS

El turismo es uno de los sectores que más fácilmente se ha adaptado al formato online

¿Cuándo fue la última vez que compramos un billete de avión, alojamiento o servicio del sector de forma presencial?

La oportunidad del sector es que es un mercado en el que el usuario está muy habituado al formato online

VIAJES Y EXPERIENCIAS

La barrera de entrada es la presencia de gigantes del sector

La especialización es la clave para iniciarse en el sector del turismo online

Empresas como Booking o Triadvisor cubren todos los micronichos del sector, pero son demasiado horizontales, tocan demasiados palos

Un negocio que apueste por la verticalidad, por la especialización ofrecerá una información mucho más completa y específica (ej: experiencias en la naturaleza en una zona geográfica concreta, hoteles con mascota...)

Ventaja competitiva frente a los grandes del sector hacia el cliente y mejora el posicionamiento SEO

PRODUCTOS TECNOLÓGICOS

El principal motivo de no estar posicionados en el Top ventas online es, fundamentalmente por las dudas del usuario sobre las garantías

La tienda física sigue presentando mayor tranquilidad al cliente ante cualquier fallo o problema con el dispositivo.

Nos ofrece mayor garantía saber que ante cualquier incidencia podremos ir a la tienda y hablar con una persona real

Esta resistencia, sin embargo, se reduce en los usuarios de menor edad.

Diariamente hay 1 millón de internautas realizando búsquedas para cubrir sus necesidades de productos TIC.

También mediante estrategias específicas de incremento de la confianza en la respuesta postventa

Ej: BQ garantiza la reparación/sustitución en 2 días

PRODUCTOS TECNOLÓGICOS

Una ventaja del sector es que hay mucha oferta de productos y la tecnología avanza muy rápidamente por lo que la rotación es alta

Haciendo un buen estudio de mercado podrían encontrarse los nichos y tendencias de mercado
Ej: gafas de realidad virtual (Metaverso)

Sería interesante una estrategia de curación de contenidos analizando la evolución y tendencias del mercado para generar tráfico y mejorar el SEO

El inconveniente es la existencia de un gran número de blogs y webs muy consolidadas

PRODUCTOS TECNOLÓGICOS

Como muy pocos pueden crear tecnología la forma más habitual de monetizar la web es con publicidad o afiliación

La afiliación consiste en analizar productos de otros para luego redirigir a una web de venta externa a cambio de una comisión

Nuevamente la especialización es la clave

Si nos especializamos en un determinado producto y/o marca podremos reducir la competencia y convertirnos en referencia para ese sector de público

VENTA DE SEGUNDA MANO

La venta de segunda mano sigue siendo tendencia en el ámbito online

La facilidad de encontrar un producto rebajado al 50% y en buen estado es mucho más complicado en el formato presencial.

Aunque esto está cambiando fruto del efecto COVID

El mundo de segunda mano abre oportunidades en prácticamente cualquier sector y tipos de producto

- Electrónica
- Ropa
- Entradas
- Libros
- Vehículos...

VENTA DE SEGUNDA MANO

A todo ello se suma el incremento de la compra de este tipo de artículos en sectores que antes estaban fuera de este ámbito: segmentos de población de ingresos medio-alto

Comprar artículos usados ya no se asocia a una situación de escaso poder adquisitivo sino a un estilo de vida y de entender el mundo, apostando por la reutilización y dar una nueva vida a las cosas atendiendo a la tendencia medioambiental y la preferencia de la calidad frente a la corriente “made in China” de precio bajo y baja calidad

VENTA DE SEGUNDA MANO

El desarrollo de la tecnología favorece este proceso

A los ya existentes como MilAnuncios o SegundaMano (Vibbo) se une Wallapop con más de 20 millones de usuarios solo en España

Estas plataformas se centran en la compraventa entre particulares que ha suscitado recientemente el debate de la exigencia o no de que deban estar sujetas a impuestos

Debates fiscales a un lado, lo que se puede constatar es la tendencia al alza de este modelo de negocio

VENTA DE SEGUNDA MANO

Los productos más buscados en el mundo de la segunda mano es la ropa

Según estimaciones de la marca ThredUp este mercado de la ropa de segunda mano podría crecer entre 2022 y 2026 en torno al 126%

A la ropa le siguen los productos tecnológicos, especialmente los móviles

Llama la atención que la principal plataforma para la compra de productos de segunda mano es Amazon

¿Un Marketplace de productos de segunda mano?

MÚSICA Y LIBROS

Este es otro de los sectores que deberían estar mejor posicionados pero que se ve afectado por la gran cantidad de descargas ilegales tanto en música como en libros

El formato online elimina los costes de distribución y permite la adquisición de libros digitales por 1 euro y elegir aquellas canciones del disco que realmente nos interesan

Desde el inicio de los formatos digitales de estos sectores, ambos y en especial el sector de la música ha sufrido una auténtica revolución

Este desarrollo de consumo online de libros y música se debe a plataformas como iTunes, Spotify o Amazon con el Kindle

Este año se venderán a través de Internet más de 600 millones de libros

MÚSICA Y LIBROS

La venta de música, libros y películas tiene el gran hándicap de la existencia de plataformas que ofrecen ya estos productos y a precios muy bajos e incluso gratis.

A todo ello no debemos olvidar el efecto negativo de la piratería

Para poder incorporarnos al mercado de cultura online un método es el desarrollo de estrategias de venta cruzada

La ampliación de la oferta con productos complementarios relacionados con los productos principales de venta (altavoces, auriculares, libros electrónicos...)

Especialización en categorías específicas y especializarnos en este nicho

CURSOS DE FORMACIÓN

La formación elearning está desarrollando un espectacular impulso desde 2020 fruto del efecto provocado por el confinamiento por la COVID

La necesidad y apuesta por los procesos de formación continua, para la mejora y la búsqueda de empleo y el desarrollo de planes estatales para el desarrollo de competencias formativas y especialmente el desarrollo de competencias digitales está provocando un importante estímulo del sector

Como en los casos anteriores, la especialización está ganando puestos también en el sector de la formación

La aparición de plataformas de cursos como Video2Brain (adquirida por LinkedIn) o Udemy así lo atestiguan

CURSOS DE FORMACIÓN

La formación reglada y con título sigue estando y también está girando hacia el formato online y/o híbrido

Las oportunidades en este sector radican fundamentalmente en que el usuario está cada vez más dispuesto a la inversión de tiempo en formaciones aunque estas no dispongan de titulación oficial

Disminuye la búsqueda del título y se apuesta por una formación más práctica, adaptada a lo que las empresas demandan y con las ventajas inherentes de la formación online (estudiar a nuestro propio ritmo, sin horarios ni desplazamientos)

La formación elearning reduce costes de tiempo/desplazamientos y mejora la conciliación laboral y familiar

La experiencia COVID (teletrabajo, educación online) ha favorecido sin duda este impulso

CURSOS DE FORMACIÓN

Se habla de la democratización del conocimiento

Es un proceso que acaba de empezar

Uno de los principales riesgos es la escasa barrera de entrada.
Con una web y unos vídeos cualquiera puede empezar a dar formación

La dificultad es garantizar la calidad

CURSOS DE FORMACIÓN

Doblar esfuerzos en:

- ✓ Establecer una buena estrategia de mkt
- ✓ Disponer de una línea editorial potente
- ✓ Implementar mecanismos para ganar suscriptores
- ✓ Desarrollar contenido para mejorar el SEO

CURSOS DE FORMACIÓN

Las formaciones online más demandadas son:

- ✓ Marketing digital
- ✓ Programación (blockchain, criptomonedas)
- ✓ Inteligencia Artificial y machine learning
- ✓ Analítica y big data
- ✓ Fotografía, edición de imagen y vídeo

JUGUETES Y VIDEOJUEGOS

Hay un aumento significativo de compradores de juguetes y videojuegos en los dos últimos años

Se espera un crecimiento de la venta de juguetes online que generen 500 millones de dólares frente a los 430 millones del año pasado

OTROS SECTORES EN ALZA

BELLEZA Y SALUD

El interés por la salud y la belleza en el ámbito online es una tendencia al alza
En especial los productos naturales

PRODUCTOS PARA EL HOGAR

Dentro de esta categoría se incluyen todos los artículos y accesorios para el hogar especialmente los decorativos
Es tendencia tanto para artículos de elaboración propia como de fabricante a través de mayoristas

OTROS SECTORES EN ALZA

ACCESORIOS

Es tendencia tanto por las grandes marcas como por pequeños sitios web
Productos muy variados: pendientes, collares, pulseras, relojes, gafas...

PRODUCTOS FITNESS

Incluye productos muy variados (ropa, calzado, máquinas, accesorios...)

El usuario pondrá en su búsqueda “fitness” o “deporte” de ahí la importancia de ajustar bien las palabras clave

El cliente de este tipo de productos suele ser un público muy involucrado

Las personas que buscan este tipo de productos ya tienen una idea de lo que quieren. Las campañas podrán ser más certeras

OTROS SECTORES EN ALZA

COSMÉTICA Y PERFUMERÍA

Es destacable el cuidado del cabello incrementándose el interés de los hombres en este aspecto

Especialización: cabello rizado, productos para el cuidado de la barba....

ELECTRODOMÉSTICOS

A pesar de ser productos de precios medio/alto su búsqueda y compra por Internet está en aumento

Es un sector de productos donde la venta de segunda mano está creciendo también

Entre los más vendidos:

OTROS SECTORES EN ALZA

ARTÍCULOS PERSONALIZADOS

Es tendencia las tiendas online de scraps para fiestas

Los scraps son objetos de papel recortados y montados creativamente para decorar

Así como cualquier artículo que podamos personalizar

CLUB DE SUSCRIPCIONES

Están cada vez más diversificados y cada vez están más buscados por el usuario

Hay clubs de vinos, libros, restaurantes...

Es preciso disponer de conocimientos sobre un tema concreto que pueda interesar a otros usuarios

Club cerveceros (envío de las mejores cervezas), floristería (club para envío de flor cada semana)...

OTROS SECTORES EN ALZA

ALIMENTACIÓN

¿Te gusta cocinar y te halagan por ello?

Dentro de esta área podemos invertir en diferentes ámbitos:

- ✓ Dulces y pasteles
- ✓ Platos preparados
- ✓ Cocina casera
- ✓ Tentempiés (croquetas...)
- ✓ Cocina saludable
- ✓ Cocina ecológica
- ✓ Cocina vegetariana, vegana
- ✓ Envío a la oficina...

OTROS SECTORES EN ALZA

JOYAS

VIDEOS DVD

MATERIAL DE OFICINA

FLORES

HERRAMIENTAS Y JARDÍN

REGALOS

Descubre qué está buscando el mundo

Escribe un término de búsqueda o un tema



<https://trends.google.es/>

Google Trends

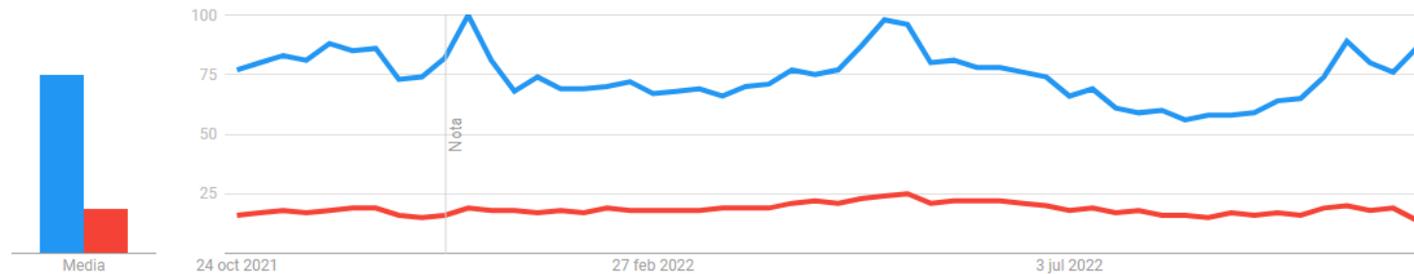
● **pantalones**
Término de búsqueda

● **pantalón**
Término de búsqueda

+ Añadir comparación

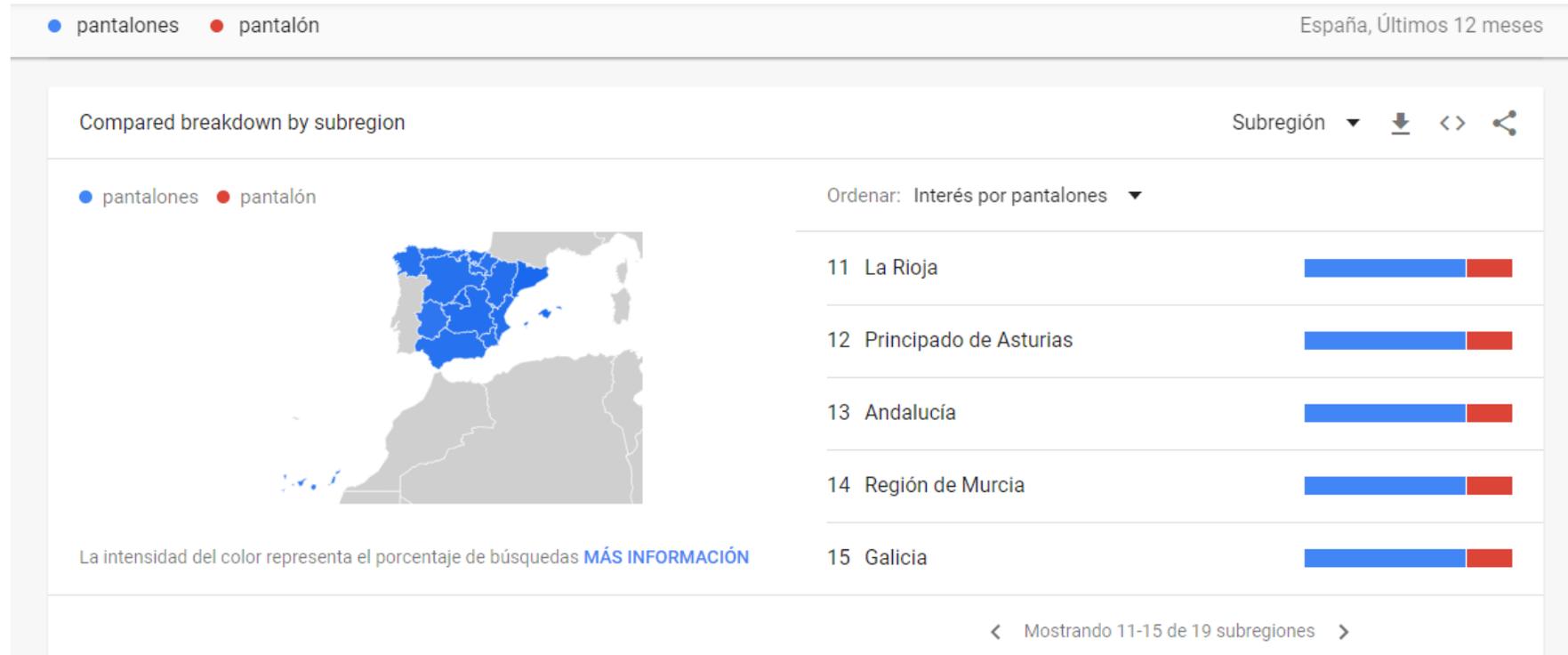
España ▼ Últimos 12 meses ▼ Todas las categorías ▼ Búsqueda web ▼

Interés a lo largo del tiempo ?



<https://trends.google.es/>

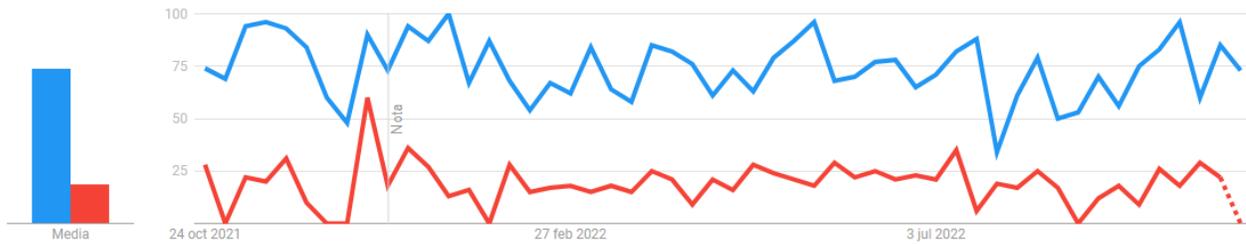
Google Trends



<https://trends.google.es/>

Principado de Asturias ▾ Últimos 12 meses ▾ Todas las categorías ▾ Búsqueda web ▾

Interés a lo largo del tiempo ?



Desglose comparativo por ciudad Ciudad ▾ 

● pantalones ● pantalón



La intensidad del color representa el porcentaje de búsquedas [MÁS INFORMACIÓN](#)

Ordenar: Interés por pantalones ▾

1	Navia	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: blue;"></div>
2	San Martín del Rey Aurelio	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: blue;"></div>
3	Salinas	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: blue;"></div>
4	Fresno	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: blue;"></div>
5	Noreña	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: blue;"></div>

<https://trends.google.es/>

ÉXITO

Si queremos entrar en estos mercados y tener opciones de éxito algunas claves pueden ser:

- ✓ Diferenciación
- ✓ Especializarse, potenciar los detalles
- ✓ Siempre hay alguien más barato. Apuesta por la calidad. Nuestra marca debe ser 100% única
- ✓ Adaptarnos a lo que el usuario busca
- ✓ Trabajar la confianza del usuario ofreciendo entornos seguros y confiables
- ✓ Experiencia cliente

Organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España

Constituido en 1995 como asociación sin ánimo de lucro

Integrado por anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales

Trabajar por una publicidad responsable: veraz, legal, honesta y leal



<https://www.autocontrol.es/>

La mayor asociación mundial de comunicación, publicidad y mkt digital

Se inició en España en 2001 y actualmente está presente en 47 países

Dentro de su misión está constituirse en punto de encuentro, foro y representación de la industria publicitaria española



<https://iabspain.es/>



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

¡Gracias!



unión de
comerciantes
Principado de Asturias



gijón
Transforma
2021-2023



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



Ayuntamiento de
Gijón/Xixón

