



Reconfiguración de la experiencia de compra y la nueva ecuación del comercio

 @fpaisdigital
@nuneztissinetti

**Juan Luis Nuñez,
Gerente General, Fundación País Digital
Presidente de la Comisión de Comercio Electrónico CNC**

27 de Marzo de 2018

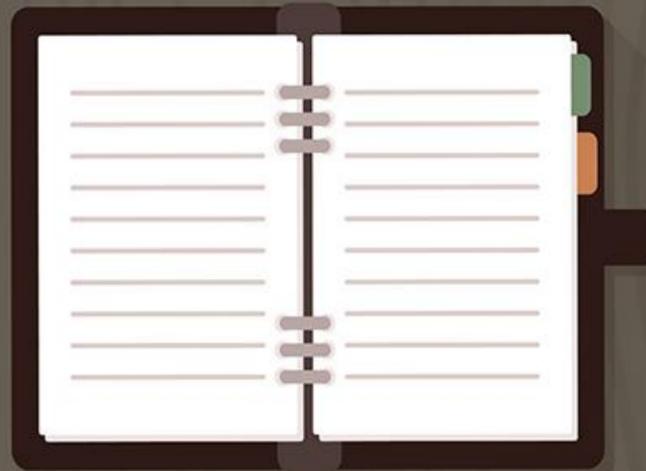
En menos de 20 años, una nueva **revolución...**

**Revolución
Digital**



- **Cambia la vida de todas y cada una de las personas**
- **No se puede detener, es irreversible**
- **Redefine el Status Quo**

Todo cambia a tasa exponencial...



Conexiones Exponenciales

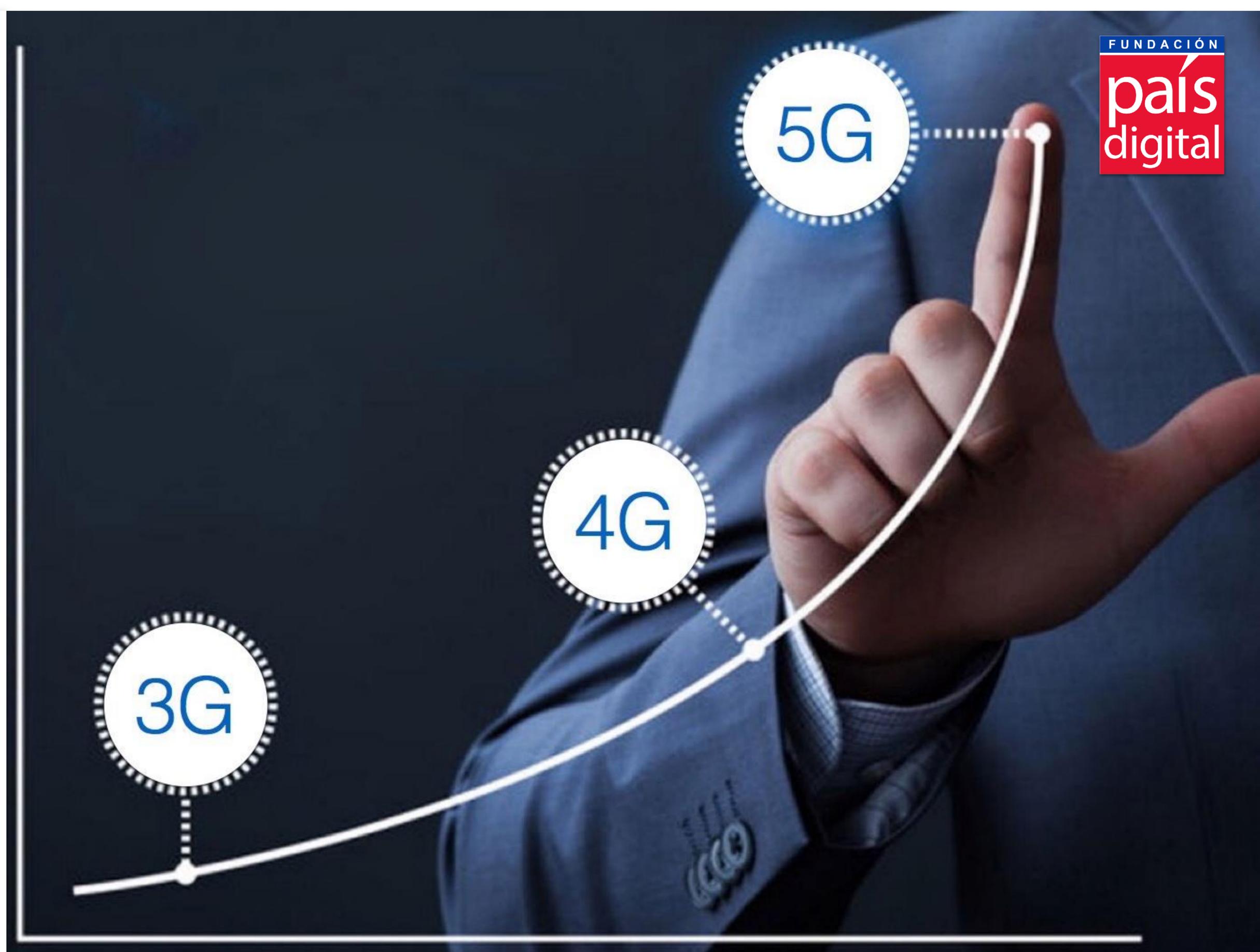


Año 2000
400 millones



Año 2017
4.000 millones

Velocidad
Exponencial



Masificación de servicios exponencial

Tiempo en alcanzar 100 millones de usuarios en el mundo



**100 millones de usuarios
en 1 mes**

2018

Hoy pasamos de la
evangelización a la adopción

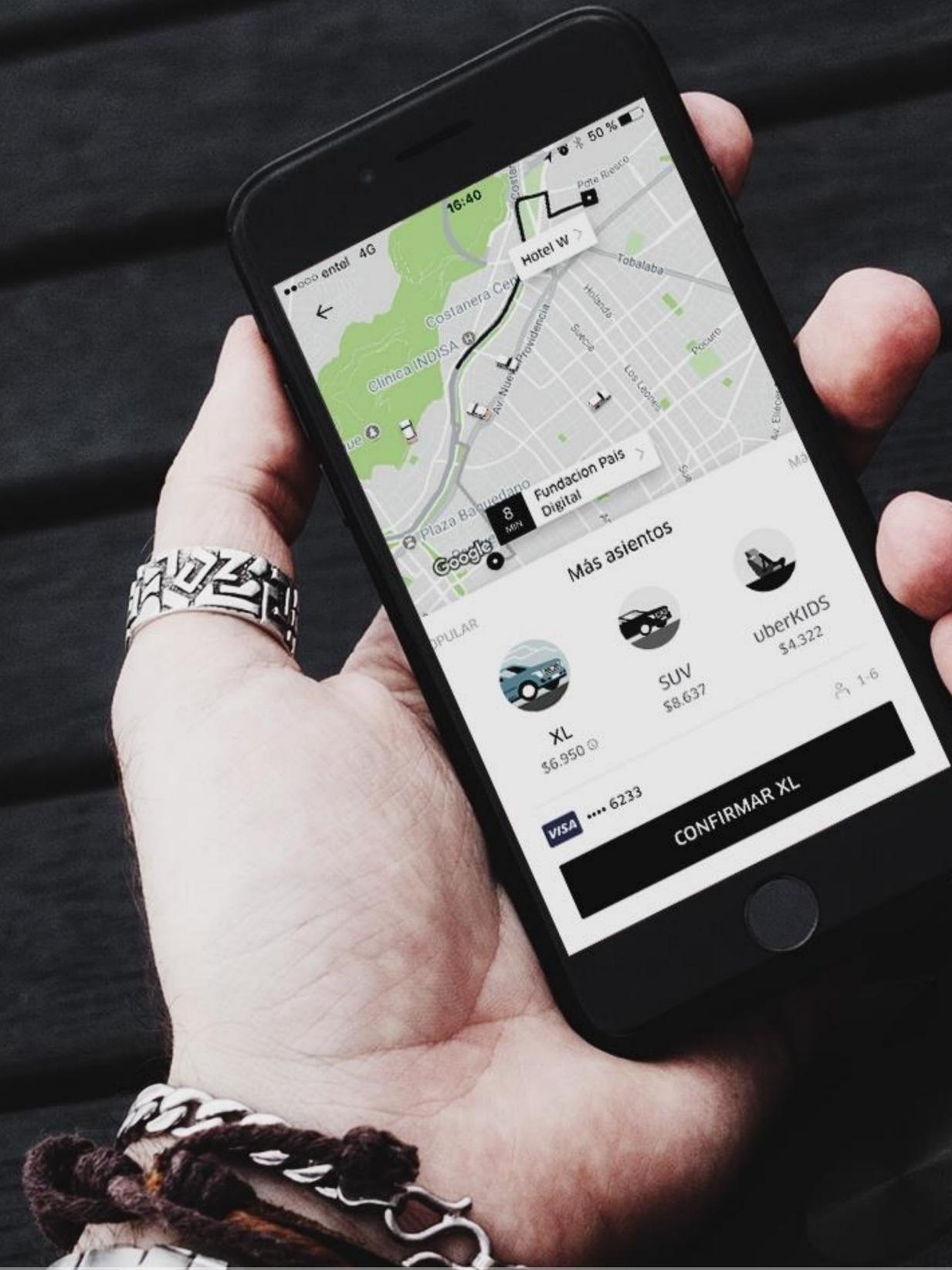


Ya no estamos
hablando del futuro
¿Cómo nos hacemos
cargo?



Cambiaron los estándares de comparación

Cambió la forma de transportarse



UBER

**Cambió la forma
de entretenerse**

NETFLIX



Cambió la forma
de comprar

amazon

La revolución es AHORA ¿Chile se está preparando?



Penetración de Internet en Chile

98% (fijo + móvil)

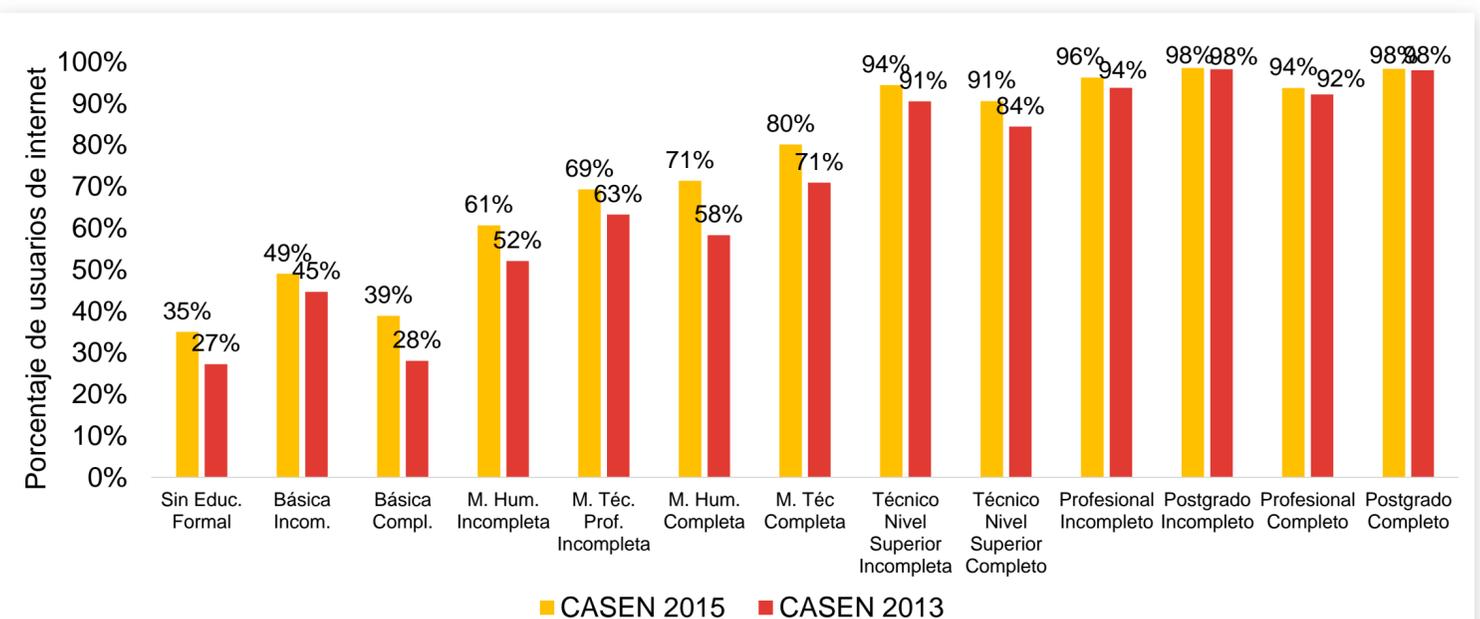
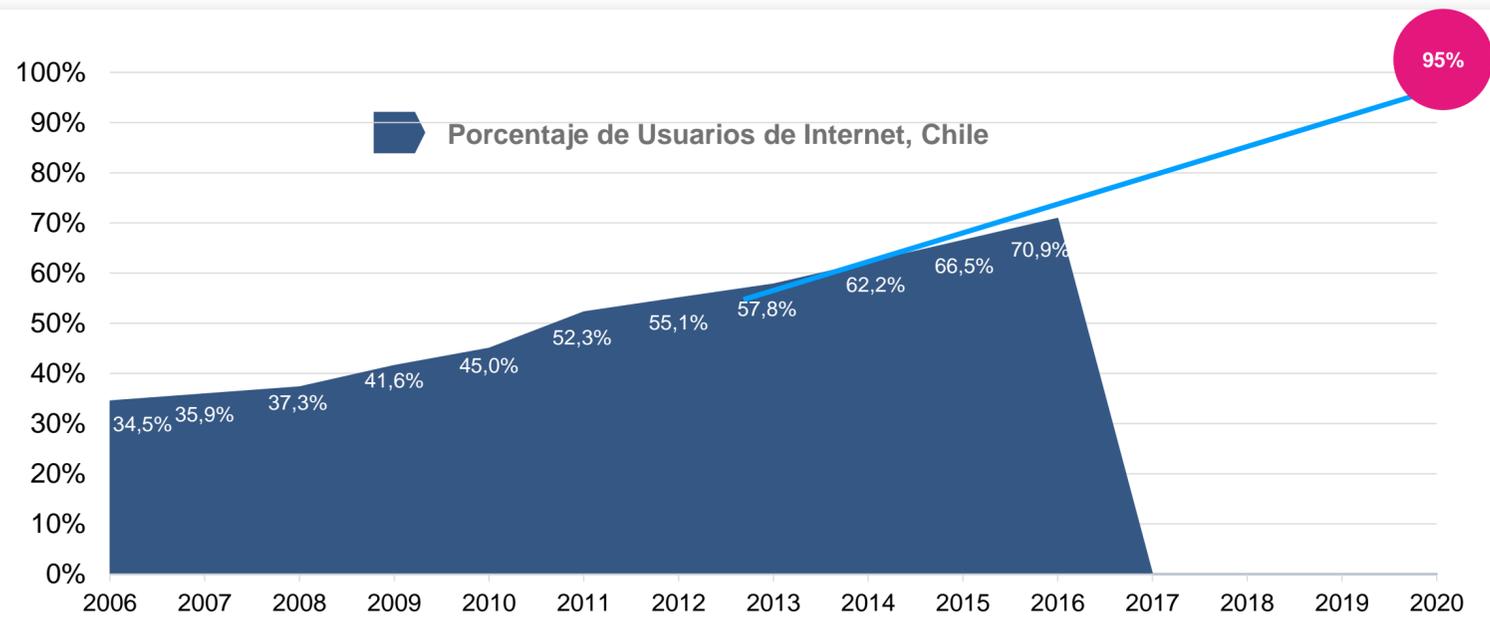
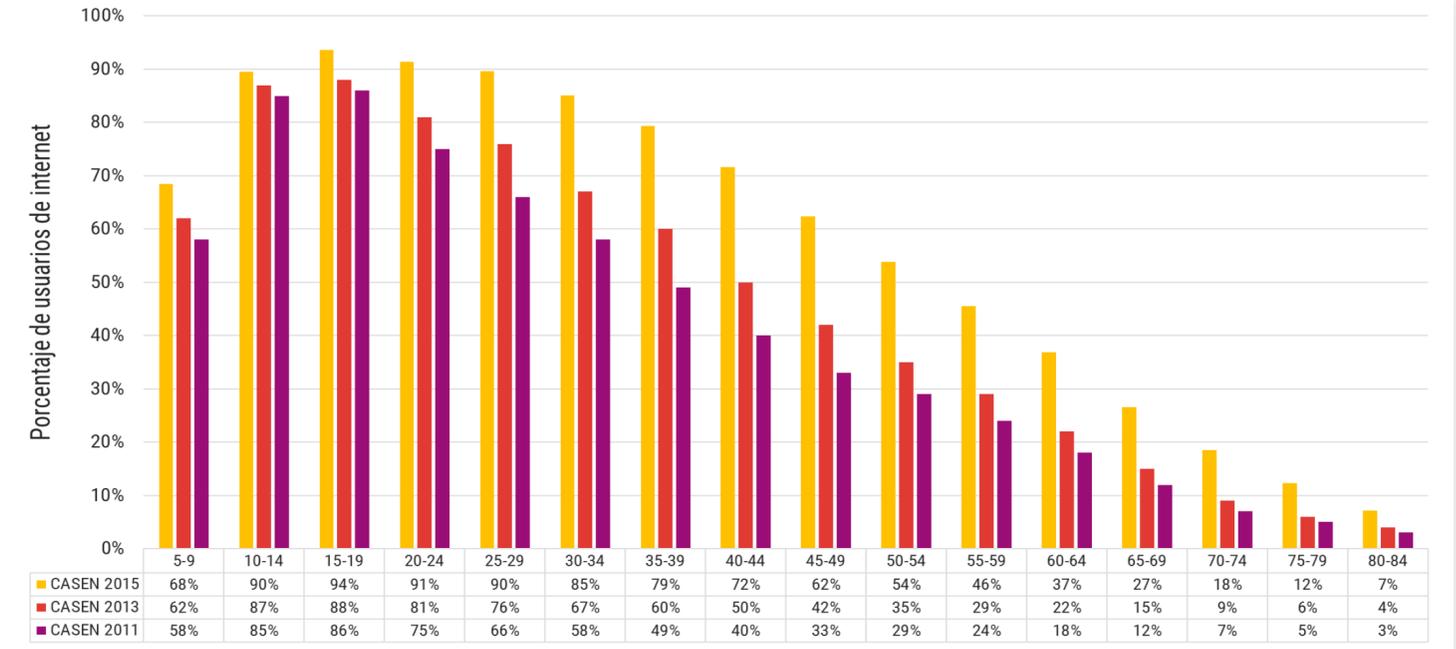
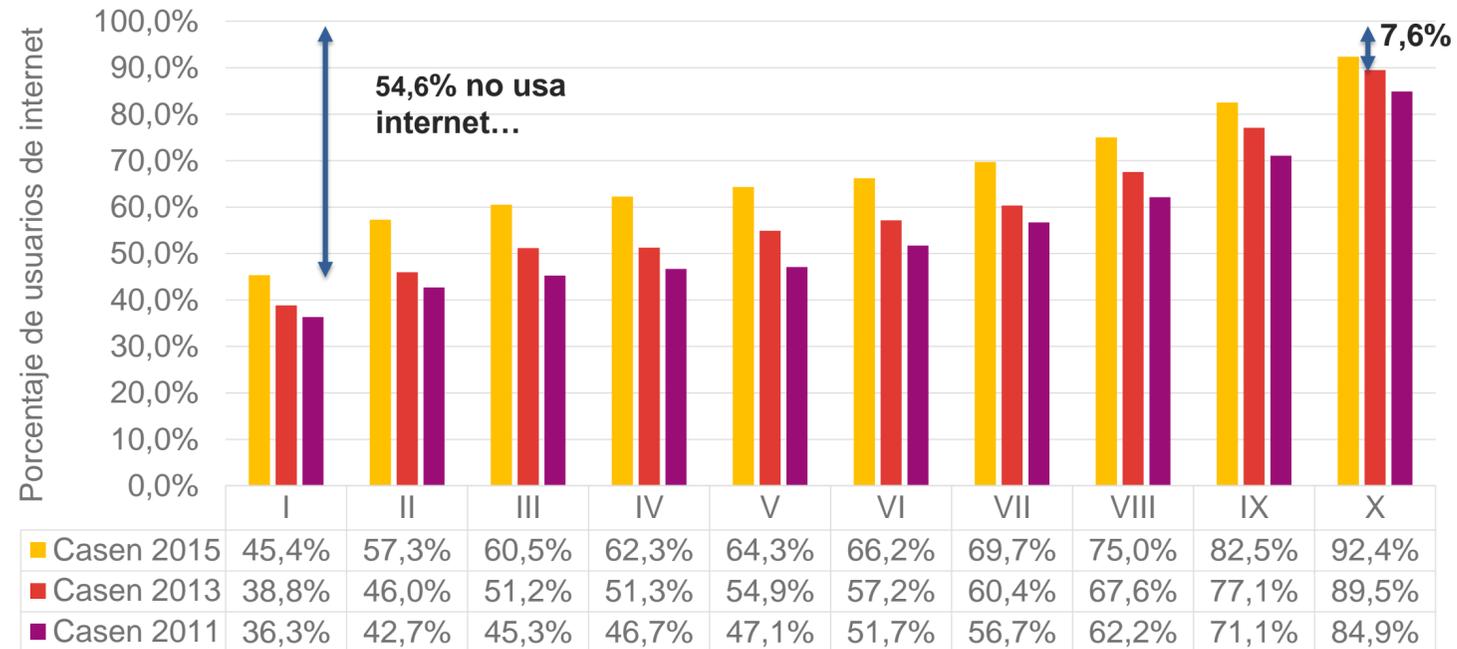
Subtel - Septiembre 2017

De los accesos móviles, un 92% se hace a través de smartphones

Subtel - Septiembre 2017

Brechas de uso de internet

Socioeconómica, educativa, geográfica y etaria



El consumidor y su digitalización

Hábitos y costumbres del comercio tradicional

Cambio de productos
presencial y con boleta

Publicidad asociada
al canal físico

Ayuda sólo en tienda o teléfono

Documentos varios para
trámites sólo en tienda

Ofertas sólo en canal físico

Ofertas en pago al contado

Temporadas de compras
Marzo - Escolar – Navidad –
Día del Padre, Madre, Niño@

Reclamos sólo en tienda

El consumidor y su digitalización

Transformación acelerada de la sociedad y determinantes para el e-commerce



Mayor Conectividad

Vida urbana
acelerada

Estándar y Plataformas
Globales

Difusión de medios de pago
electrónicos

Mejora en logística y entrega

Más usuarios de Internet

Alta disponibilidad de
dispositivos tecnológicos

Banca electrónica

Más competencia de oferta de
Internet

Mayor alfabetismo tecnológico

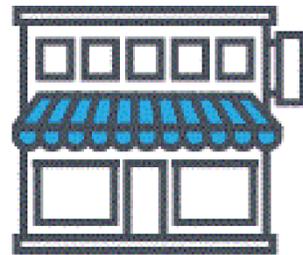
Alta digitalización de las
grandes empresas

Seguridad de las transacciones

Eventos masivo de compra online:
Cyberday, Black Friday

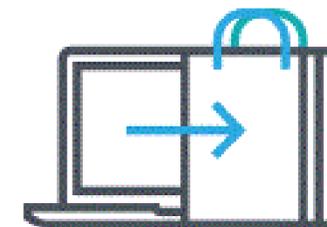
El negocio se transformó

El canal online se suma al canal físico tradicional



Tradicional

De la buena y conocida
tienda

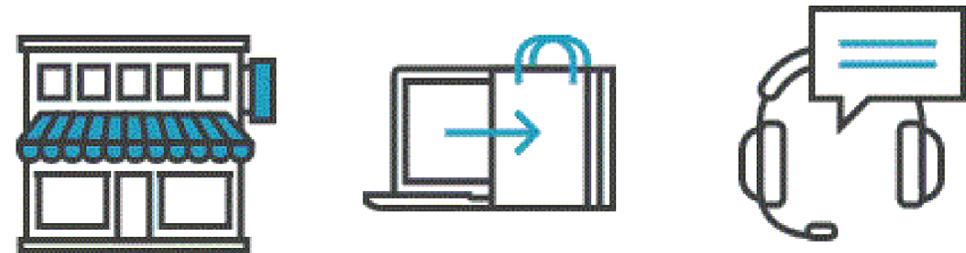


E-Commerce

A la compra online a través de
tu dispositivo tecnológico

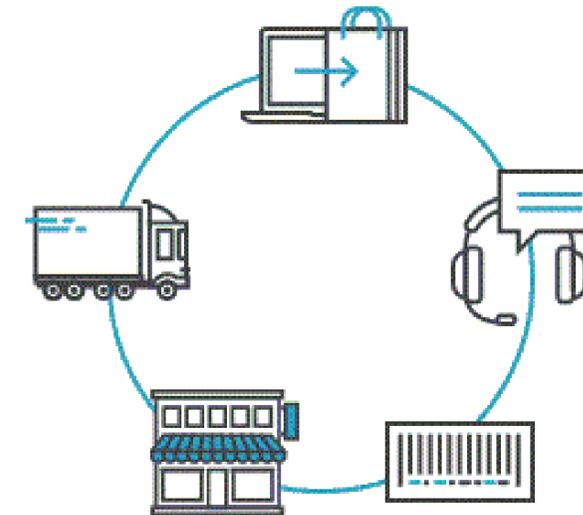
No sólo es la plataforma web...

Migración de un canal único a multicanalidad. Omnicanalidad es el objetivo.



Multicanalidad

Varios canales desconectados para el uso de los consumidores de forma independiente



Omnicanalidad

Una experiencia ubicua e integrada a través de múltiples dispositivos y puntos de contacto

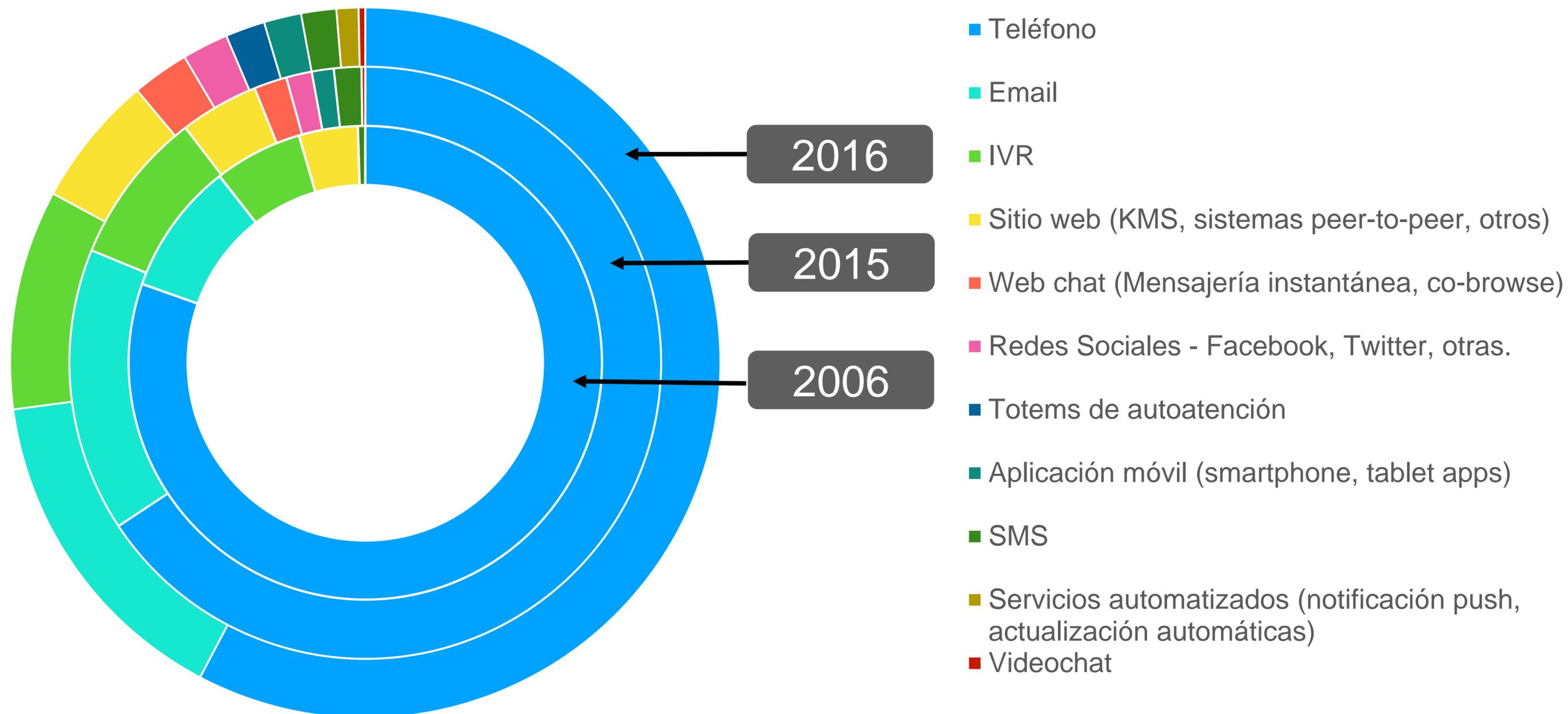
¡El *customer journey* ya no es lineal!

Múltiples factores interactúan para definir el viaje de compra del consumidor



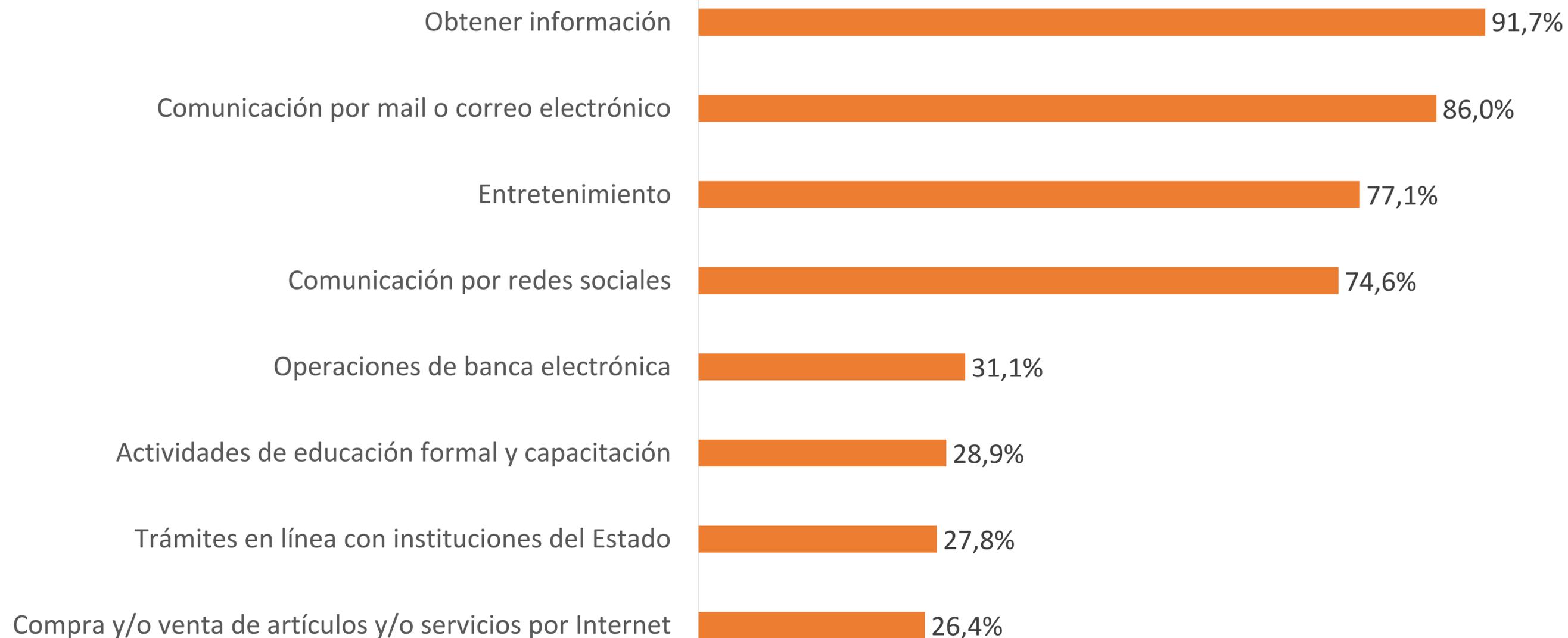
Más canales para interactuar

Como promedio, existen 9 canales de elección para interactuar con organizaciones. Sin embargo, 7 de cada 10 organizaciones tienen pocos o ningún canal interconectado



Usos de Internet y brecha digital

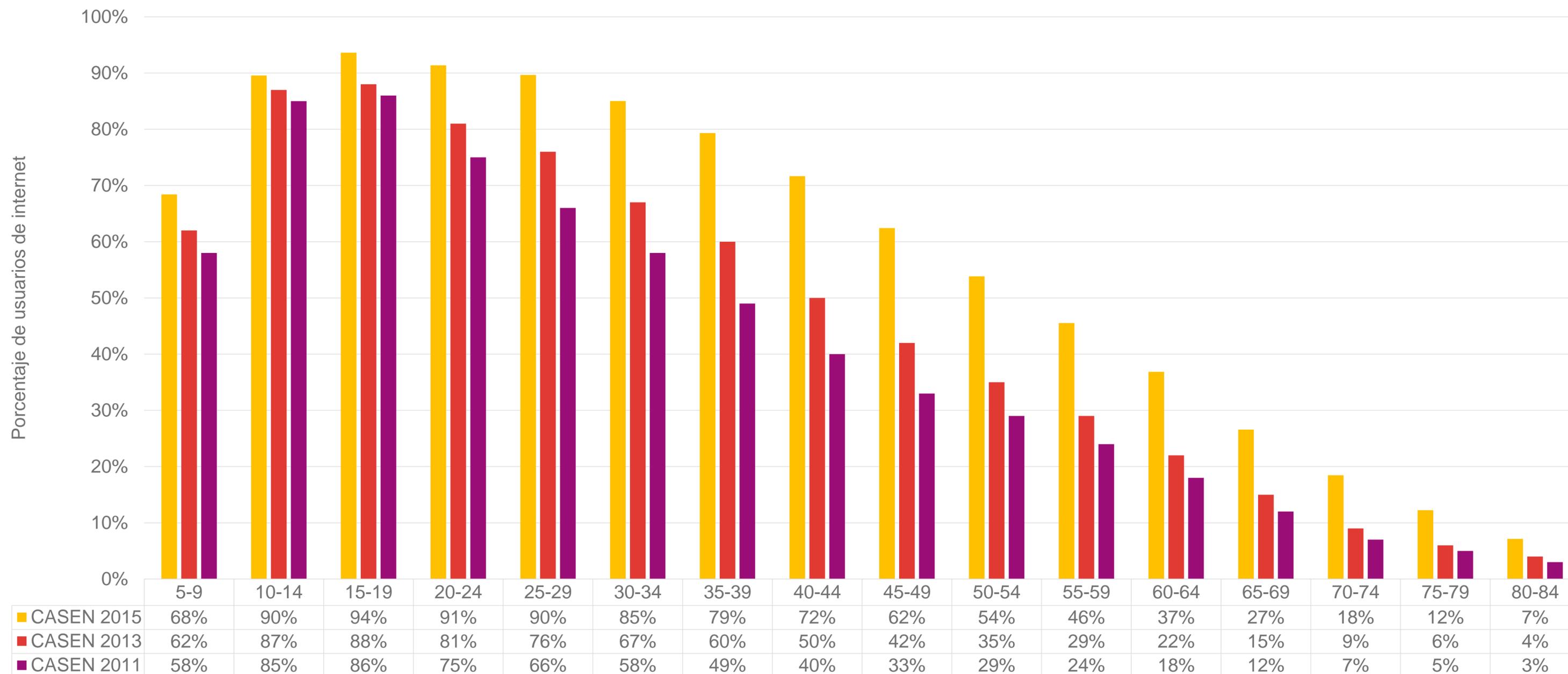
Es necesario adoptar los usos productivos de Internet en la población chilena



Fuente: Fundación País Digital, Uso de Internet en Chile, CASEN 2015

Usos de Internet y brecha digital

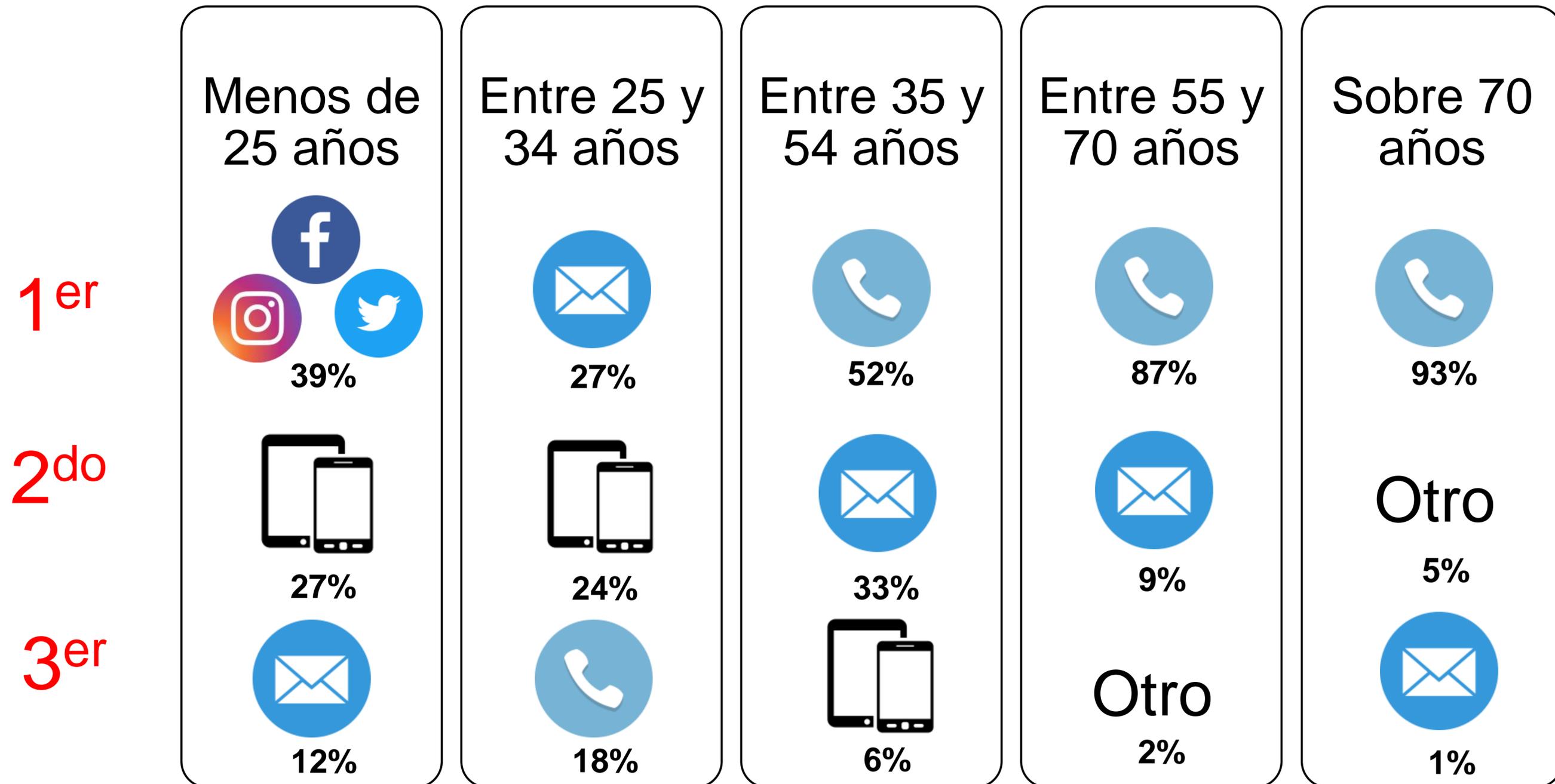
La edad es un determinante clave en los usos de Internet de la población



Fuente: Fundación País Digital, Uso de Internet en Chile, CASEN 2015

Popularidad del tipo de canal de contacto

Primeros 3 canales según grupo de edad



Multiplicidad de medios de pago electrónicos

¿Cuáles medios de pago serán aceptados como la norma?



Pago vía SMS



Monedero Electrónico



Pago con código QR



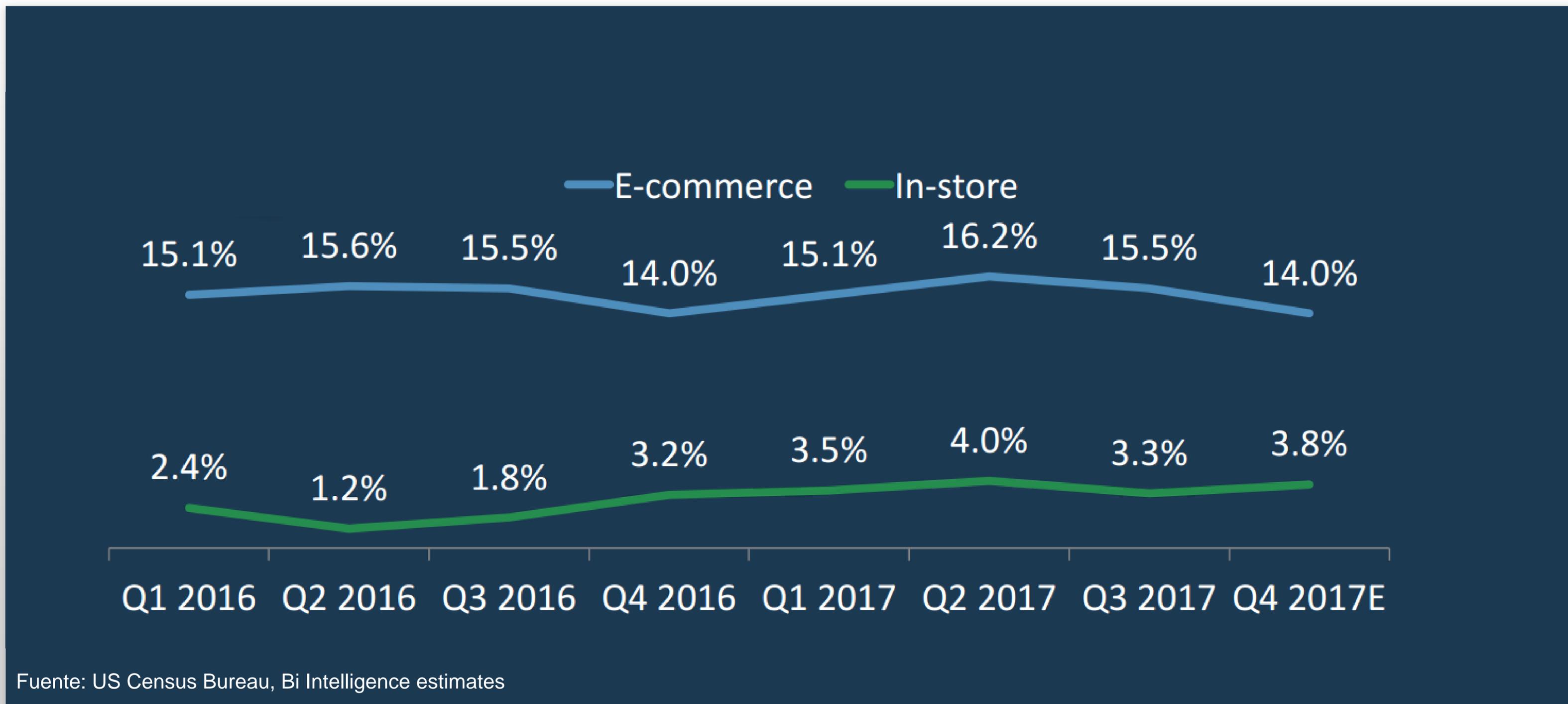
**Pagos presenciales
sin contacto**



MPOS

E-Commerce crece casi 4 veces más rápido

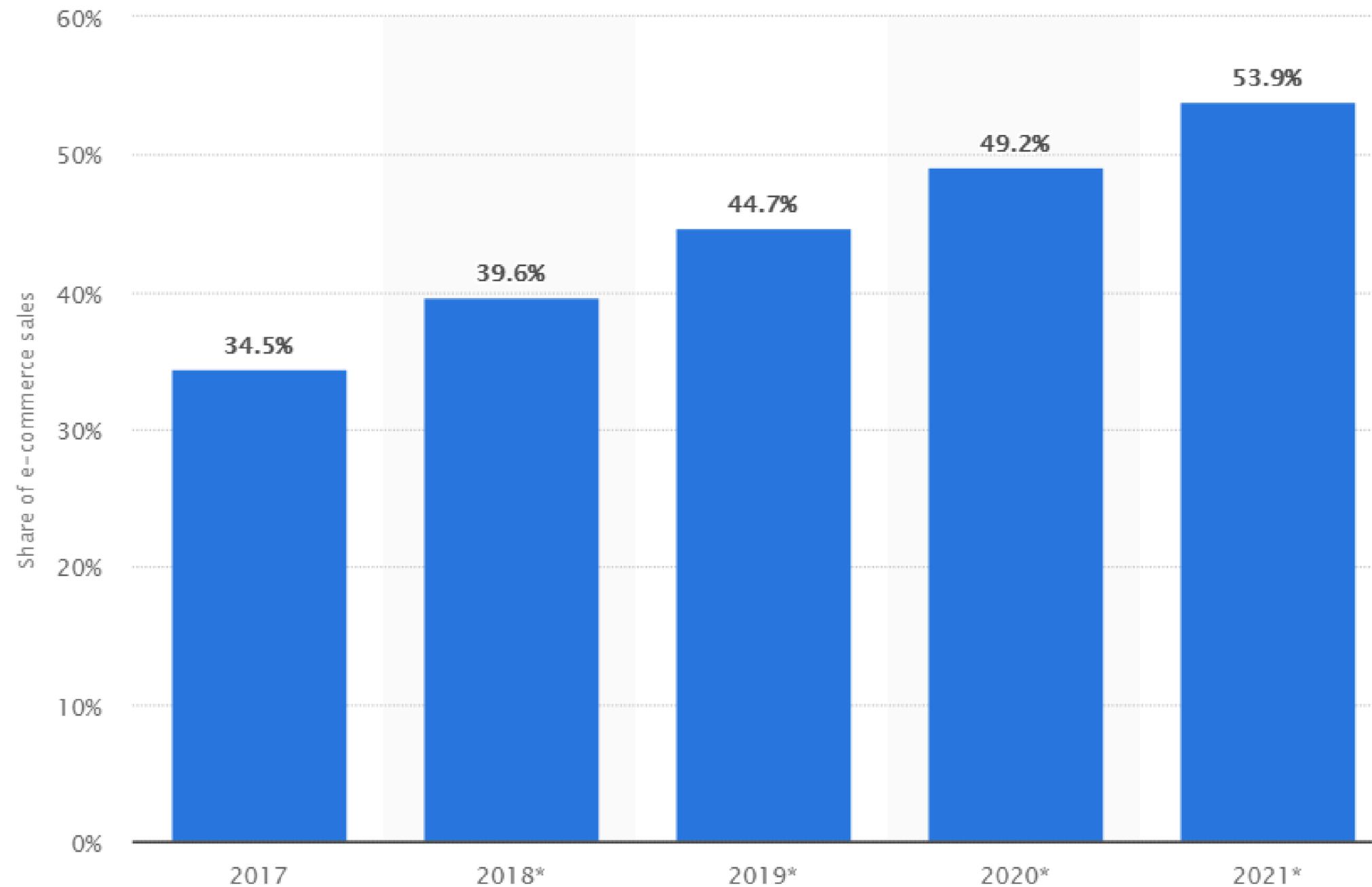
Estados Unidos, comparado al crecimiento de las tiendas de retail



Fuente: US Census Bureau, Bi Intelligence estimates

Mobile commerce será la mitad del E-commerce

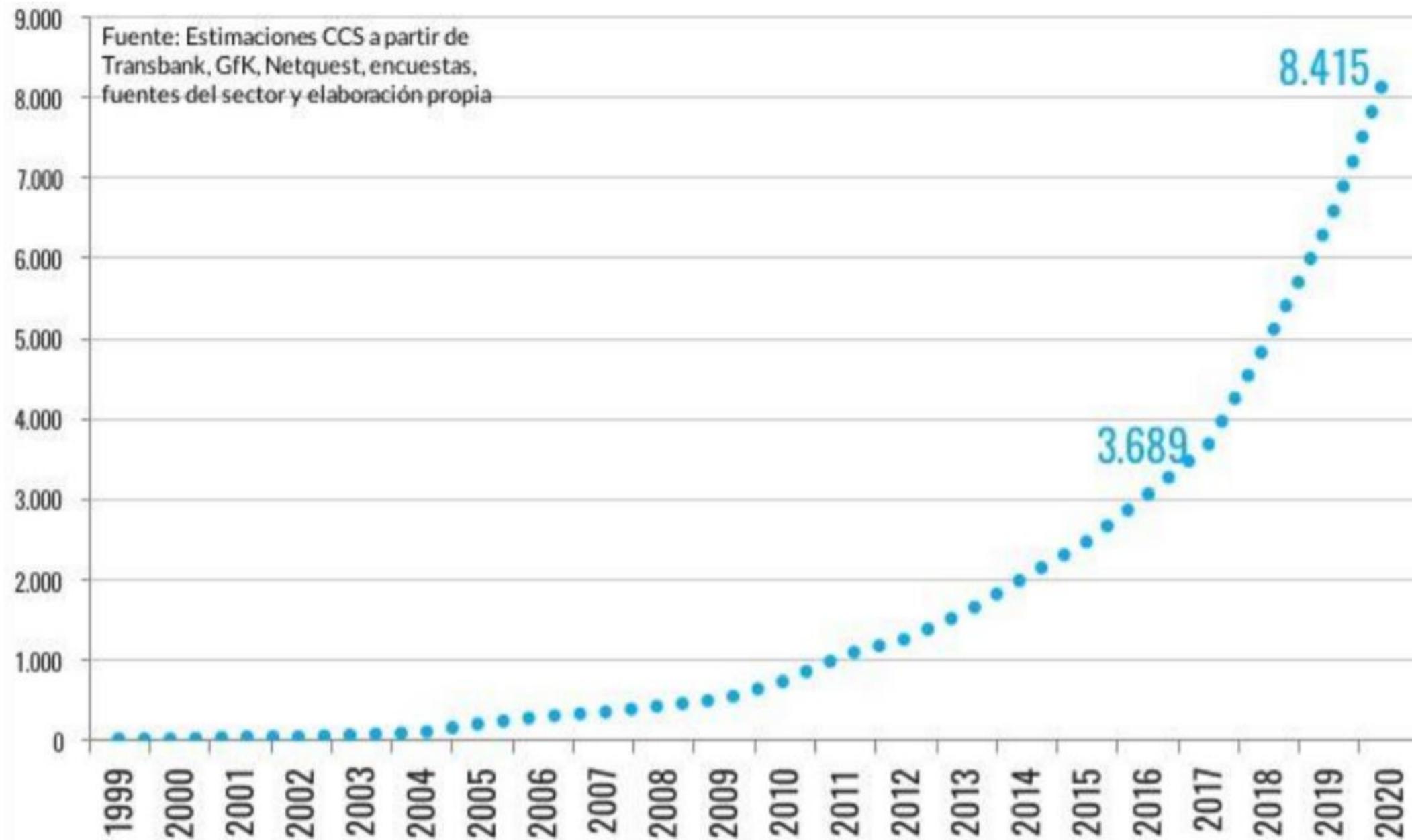
Estados Unidos, ventas retail m-commerce sobre ventas retail e-commerce



Fuente: Statista, 2018

Chile posee un alto crecimiento del e-commerce

Tasa anual del 25%, la cual se pronostica que aumente en los próximos años



El mobile commerce es una realidad

El efecto en el comportamiento de compra del usuario es enorme

43%

Ha revisado un producto en tienda física antes de comprarlo en el Smartphone

50%

Ha comprado en una tienda física después de revisarlo en el móvil

46%

Ha buscado un mejor precio y **un 45%** ha buscado más información en el celular estando en la tienda física

El futuro del viaje de compra

La experiencia de compra como una realidad integrada al estilo de vida

Ahora...2018

Dame lo que yo quiero,
cuando yo quiera



Compra básica + Experiencia del
producto + Conveniencia = Valor

- Lista de compras
- Puedo aprovechar la asistencia personalizada, cuando se necesita
- Shopping = Tarea, rutina

Todo al mejor precio

Mañana...2020

Dame lo que yo quiero,
cuando yo lo necesite



Compras Inteligentes Mejoradas

- Mi lista de compras en mi dispositivo inteligente
- Obtengo asistencia experta en el camino
- Shopping = Aventura entretenida

Experiencia de compra integral
adaptada a mi necesidad

Futuro cercano...

Dame lo que yo quiero,
antes que lo quiera



Estilo de vida Inteligente:
Integración centrada en el usuario

- ¿Lista de compras?
- Elijo lo que está automatizado
- Toma productos desde mi lista de deseos, pensamientos
- Shopping = Tarea automatizada

Shopping totalmente integrado en
los momentos de la vida

Nueva visión del
E-Commerce

Una ecuación
creciente en
complejidad

Datos consumidor

Relaciones familiares
Relacionales laborales
Otros datos personales

Demografía

Género y edad de la persona
¿Dónde vive?
Profesión y nivel de ingreso
¿Cuáles son sus preferencias
e intereses?

Ubicación

¿Dónde está?
¿Qué tan frecuente visita?
¿Cuándo visita? Hora del día, día
de la semana, temporada
¿Cuándo llegó y se fue?
¿Cuánto duró la visita?

Estacionalidad y temporadas

Estaciones del año
Temporadas de ventas
Días y eventos especiales
Contingencia
Tiempo y clima

Comportamiento

¿Qué busca cuando navega?
¿Qué compra y cuán seguido?
¿Cómo pagó? ¿Usó cupones y/o
descuentos?
¿Usó beneficios de terceros?
¿Usó recomendaciones o
información de terceros?

Dispositivos y conexión

¿Qué dispositivo está usando?
¿Qué tipo de conexión está
usando (3G, 4G, WiFi, fija)?
¿Qué sistema operativo está
usando?



Algunos desafíos para el e-commerce

En los próximos años se observan grandes soluciones a generar

Privacidad de Datos

Mayor conectividad y
usos de Internet

Ciberseguridad

Capital Humano Avanzado

Derechos del consumidor

¿Saltando la brecha digital?



Ahora o nunca



Los próximos 4 años

Los próximos cuatro años traerán una transformación sin precedentes y serán mucho más decisivos para la evolución de la economía que los 50 años anteriores.



Reconfiguración de la experiencia de compra y la nueva ecuación del comercio

 @fpaisdigital
@nuneztissinetti

**Juan Luis Nuñez,
Gerente General, Fundación País Digital
Presidente de la Comisión de Comercio Electrónico CNC**

27 de Marzo de 2018