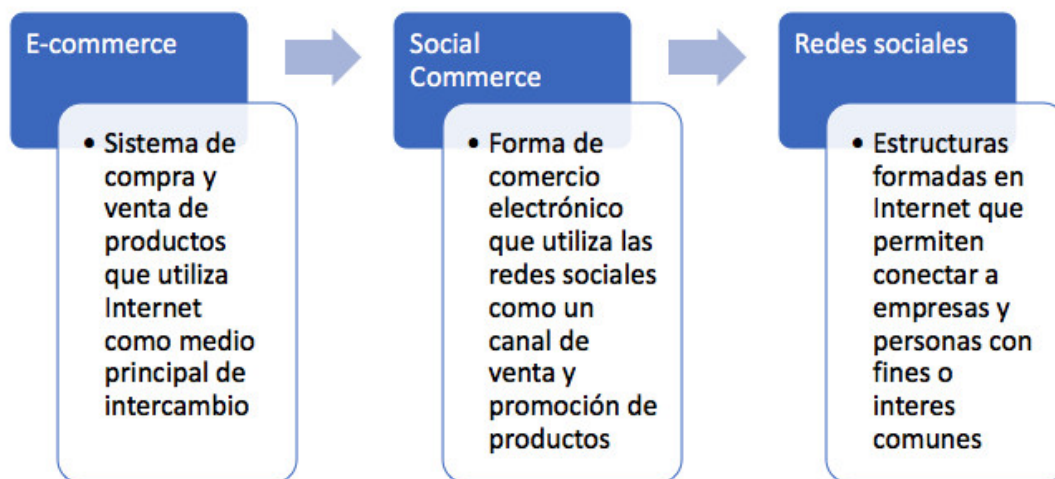


# ¿Qué es el social commerce y qué beneficios aporta?

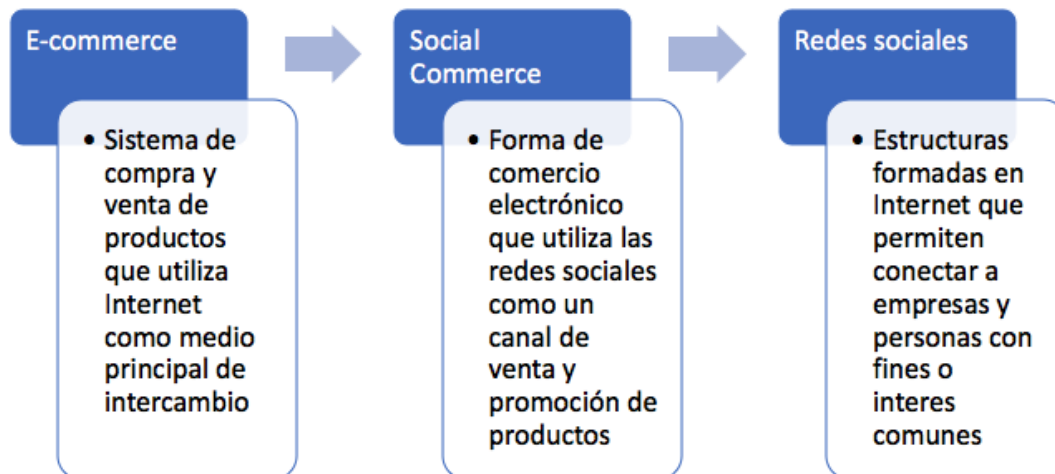


Los **medios sociales** han ido adquiriendo una mayor importancia en estos últimos años, llegándose a convertir en tendencia, tanto en el ámbito de la información como actualmente en el de la venta y la promoción de servicios y productos.

Esta tendencia ha generado que las empresas y organizaciones empiecen a vender sus productos directamente por medio de las redes sociales, e incluso valorar qué redes sociales les permiten llegar a más clientes reales o potenciales según el tipo de servicio o producto. Como hemos comentado, ya no es solo realizamos la promoción o publicidad de aquello que ofrecemos a través de estos canales, sino que ya se permite realizar directamente la compra o adquisición a través de ellas.

Por lo tanto, el comercio social o social commerce, podemos entenderlo como el tipo de comercio que se apoya en las redes sociales para la consecución de sus objetivos, basados en la promoción y la compra-venta de productos y servicios a través del canal online.

Esta idea de tipo de transacción fue desarrollada en primera instancia por **David Biesel**, para referenciar los contenidos publicados en plataformas de comercio electrónico, y posteriormente fue **Steve Ruben** el que incluyó la importancia de las redes sociales en estas acciones, definiéndolas como aquellos mecanismos que permiten a los compradores acceder a valoraciones y opiniones de personas que habían consumido productos o servicios relacionados con su búsqueda o intereses.



### **Beneficios del social commerce.**

Todas las compras han sido y aún más en la actualidad, acciones sociales que permiten una interacción entre los usuarios y la marca para respaldar la calidad de los productos que ofrecen. Por ello, uno de los objetivos principales de los diferentes comercios es el acercamiento con los clientes de manera más personal gracias a estas continuas interacciones presentes en las redes sociales.

Las redes sociales se han convertido por tanto, en uno de los mejores canales de promoción y venta gracias al contenido que se comparte, tanto informativo como de opinión, y que perciben e interactúan nuestros clientes actuales o potenciales sobre nuestra marca.

De esta forma, las redes sociales se convierten en un potente altavoz para las marcas y empresas en todos los ámbitos, y tienen diferentes ventajas:

- Mejora y facilita la experiencia de compra del cliente, ya que las redes sociales les facilitan toda la información necesaria actualizada sobre los productos y servicios, e incluso pueden finalizar su adquisición de forma rápida y eficiente.
- Aumenta y genera un mayor tráfico a la web y a su tienda, consiguiendo aumentar las tasas de conversión gracias a una mayor información y opinión sobre los productos.

- Permiten crecer el “efecto social proof”, ya que a través de las redes sociales los consumidores se pueden fijar en otras experiencias de clientes que ya consumieron el producto en el que estaban interesados, generando más confianza y notoriedad de marca.
- Permite adaptar los productos y la publicidad de manera mucho más eficiente que en el e-commerce convencional, gracias al conocimiento del perfil de los usuarios, de sus gustos e intereses, pudiendo ofrecer contenido específico a través de las publicaciones y las campañas de publicidad.

## **Redes sociales y social commerce**

Las redes sociales se han convertido en uno de los mejores canales de comunicación y venta, ya que no solo funcionan de manera indirecta gracias a recomendaciones de clientes, de influencers o a través de que se puedan compartir los contenidos, sino que ya es posible obtener ventas directas gracias a enlaces directos de los productos por medio de publicaciones, por ejemplo, en Instagram, o a través de la tienda propia de Facebook.

Facebook, además, también aporta otras muchas funcionalidades como botones y enlaces de llamadas a la acción, seguimiento de la marca o el producto, elaboración de contenido acerca de ella, y, sobre todo, la combinación con Instagram en el aporte visual, esta unión está proporcionando un canal infalible en la venta de productos o servicios.

Por otro lado, LinkedIn facilita otros modelos de venta más relacionados con el B2B (hacia las empresas), como son el Social Selling y el Employer Branding, que permiten a las empresas proyectar un negocio en calidad de entidad empleadora.

Como hemos podido comprobar, el aporte de las redes sociales en el social commerce nos permite generar más notoriedad e imagen de marca, además de una interacción más personalizada y segmentada con nuestros clientes potenciales, aprovechemos estas oportunidades.

**Artículo de Manel Valcarce para la edición nº96 de la revista Gym Factory.**

**[Descarga el artículo >>>](#)**

**Link to Original article:** <https://www.manelvalcarce.com/blog/que-es-el-social-commerce-y-que-beneficios-aporta?elem=277523>