

Tienda Nube cree que el futuro del comercio móvil pasa por la omnicanalidad

La compañía bonaerense **Tienda Nube**, que ofrece a micro, pequeñas y medianas empresas la posibilidad de crear tiendas en internet, ha dado a conocer algunos **detalles sobre lo que ha dado de sí el año** que va a finalizar muy pronto.

Uno de los puntos más destacados fue el **estreno de Tienda Nube Mobile**, la versión móvil de su plataforma, un lanzamiento que surgió tras comprobar que **la mitad del tráfico que visita sus tiendas online proviene de dispositivos móviles**.

Lo cierto es que el porcentaje de ventas online que se concretan en Mobile todavía es pequeño, ya que solo llega al 20%, pero va en aumento, y **en octubre de 2015 se registró un crecimiento del 180% en las compras vía mobile** frente al mismo mes en 2014.

A través de la nueva herramienta Mobile los usuarios pueden cargar productos con su fotografía y descripción, compartirlos en redes sociales, concretar ventas desde un celular, y gestionar ventas marcando como pago recibido o envío realizado.

En lo referente a los **datos del Cyber Monday** celebrado en Argentina el 2 y 3 de noviembre, Tienda Nube **augmentó su facturación un 140%**, y sus ventas un 107% en comparación al 2014.

José Abuchaem, co-fundador y CMO de Tienda Nube, que **inauguró recientemente oficinas en el barrio porteño de Núñez**, ha destacado que comenzaron el año “recibiendo una **inversión importante por parte de Kaszek Ventures**, lo cual nos permitió crecer mucho en equipo, facturación y clientes”.

Además, expone que “al aumentar la cantidad de profesionales trabajando en Tienda Nube **pudimos hacer muchas mejoras al producto** que impactaron directamente en el éxito de nuestros clientes actuales y en la adquisición de nuevos clientes”.

Por otra parte, el directivo cree que **la tendencia del ecommerce en 2016** pasará por “manejar **una estrategia omnichannel**: ofrecer un servicio, producto o experiencia en cualquier momento y canal para ganar y mantener a los clientes”.

Por último, la empresa argentina tiene el **próximo objetivo de tener plataforma, producto y atención en Colombia** (pero sin oficinas), y confía en seguir su camino de crecimiento, orientado fuertemente al Mobile y a la atención al cliente.