

Venta Livestream: una nueva experiencia al comparar

Poco se habla de Live streaming eCommerce, una nueva tendencia que viene posicionándose y que revoluciona la forma de comprar online. Comenzó en China en el 2019 y ya lleva registradas ventas por más de 54.000 millones de dólares.

Esta nueva tendencia que da pasos firmes, también se está posicionando en América Latina a raíz de la pandemia por Covid-19, que nos obligó a confiarnos durante el 2020 y muchos comerciantes tuvieron que cerrar poniendo en peligro su fuente de ingresos. Pero algo nos dejó la pandemia y fue la aceleración de la tecnología y del ecommerce. Y en la actualidad estamos viendo la fuerza que toma el live streaming ecommerce.

Se trata de promocionar o vender productos y/o servicios en las transmisiones en vivo por internet. Funciona similar a un telecompras pero con el potencial de la comunicación interactiva y bidireccional donde participa el futuro comprador, lo haces parte de todo el proceso. El vendedor puede hacer demostraciones de productos, traer testimonios y responder preguntas de los usuarios en tiempo real.

El primer objetivo no es una venta de forma directa, sino hacerlo mediante contenido de valor de lo que se ofrece, mostrando su utilidad, atributos y diferenciales, haciendo a las marcas más humanas y acercandolos a su público objetivo, incluso llegan a realizar acuerdos con influencers para aumentar la exposición del producto o servicio. Además, es inmediato, los compradores no necesitan llamar para obtener más información o comprar, todo está al toque de clic. Los espectadores pueden comprar el producto en un enlace que aparece durante la transmisión online.

Es el nuevo formato de las marcas, quienes la vienen implementando con gran éxito y es súper accesible. Todas, o la gran mayoría, de las personas se encuentran en las redes sociales como ser Instagram, Facebook o YouTube, volviéndose indispensable para que las marcas puedan comunicarse con sus audiencias.

Uno de los factores que permiten la realización de venta livestream es el avance de la conexión a internet, aunque en América Latina sigue siendo deficiente y es un punto a mejorar. Y ya no es solo un tema de conectividad del vendedor, sino también del comprador. Otro de los factores es la integración de las plataformas ecommerce a las redes sociales, ya sea como método de venta o como forma para que los usuarios consigan información sobre lo que quieren adquirir.

Ventajas de la venta livestream:

- Su accesibilidad: lo pueden practicar todas las empresas, sin importar el tamaño o la facturación. No es necesario grandes volúmenes de dinero como en el caso de la publicidad en televisión, que sólo es accesible para empresas de gran tamaño
- Las personas estamos cada vez más en las redes sociales y es mucho más fácil, si se sabe cómo, segmentar y dar con el público objetivo que realmente esté interesado en lo que ofreces.
- El live streaming ecommerce facilita las compras. Es fácil encontrar un producto que te interese

y a su vendedor. Son transacciones simples y rápidas sin salir de tu casa.

□ No solo se trata de una venta personalizada, se generan conversaciones alrededor de la marca, donde el vendedor escucha activamente lo que tiene que decir el consumidor.