GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

CaixaBank implementa Social Commerce a Lleida per facilitar les vendes de comerços a través de les xarxes socials

Lleida | 21/08/2020 | 12:06



La nova eina Social Commerce permet vendre a qualsevol comerç a través de les seves xarxes socials, tot i que aquest no disposi de botiga virtual o web pròpia

CaixaBank ha creat una nova solució e-commerce pensada per facilitar als petits comerços l'obertura de nous canals online de forma ràpida i segura.

L'entitat, presidida per Jordi Gual i el conseller delegat de la qual n'és Gonzalo Gortázar, ha posat al servei dels comerços durant la crisi del coronavirus la solució tecnològica Social Commerce per gestionar compres online directament a través de xarxes socials i aplicacions de missatgeria del propi comerç. D'aquesta manera, es facilita al comerç que pugui vendre a partir d'ofertes llançades des dels seus perfils de Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, Telegram o qualsevol altra via de comunicació amb el client final, sense necessitat de tenir una botiga virtual o una pàgina web pròpia.

A Lleida, l'Ana Cristina Almeida de l'Obrador Mis Dulces Tesoros, ha tret partit de l'eina Social Commerce per la seva pastisseria. Segons ella mateixa explica, l'opció de Social Commerce és "una alternativa excel·lent per poder tramitar les comandes dels clients, i oferir-li un sistema de pagament directe de les seves comandes, amb la seguretat afegida que fem l'entrega sense

contacte directe amb el client".

Instal·lar Social Commerce ha estat, en paraules d'Almeida "molt fàcil i molt pràctic". Des del primer ús, els clients de l'obrador han pogut adquirir els dolços i pagar-los des de Whatsapp, SMS o correu electrònic, una opció que la pastissera argumenta que facilita molt les vendes. L'empresària assevera que "ha tingut molt bon resultat".

L'Obrador Dulces Tesoros de l'Ana Cristina Almeida funcionava fins abans de la COVID-19 gràcies sobretot al boca orella, tot i que feien servir les xarxes socials per donar-se a conèixer i generar notorietat. Des de l'inici de la pandèmia, i amb el confinament, el flux de clients i d'ingressos va caure per complet. Les xarxes socials, i en concret, l'eina Social Commerce han permès a Almeida mitigar una mica la caiguda de les vendes i oferir als clients una seguretat afegida a nivell sanitari: el fet de pagar en remot augmenta la seguretat.

Social Commerce analitza quantes interaccions ha tingut la publicació del comerç per donar-li la informació que l'ajudarà a aplicar les mesures necessàries per tenir una major difusió. D'aquesta manera, podrà incrementar l'abast de la seva publicació i arribar a un número major de consumidors potencials, cosa que farà créixer el seu negoci. Pel que fa als clients, aquests reben les ofertes a través dels perfils i aplicacions de missatgeria del comerç, i si els hi agrada el producte, el poden comprar a través d'un enllaç que els porta directament a les instruccions de pagament. El comerciant rep la informació de la venda que acaba de fer i així ja pot començar a gestionar l'enviament de la comanda.

Segons l'Estudi Anual sobre Xarxes Socials 2018 de l'Associació de Publicitat, Màrqueting i Comunicació Digital (IAB Spain), un 81% dels usuaris segueixen a les marques en alguna xarxa social i per a un 27% genera confiança el que una marca tingui perfil en les xarxes socials. Un 53% dels usuaris cerca informació en alguna xarxa social abans de fer les seves compres per Internet.

El llançament de Social Commerce es complementa amb PayGold, una solució pensada per rebre pagaments online, per correu electrònic o per SMS, sense necessitat que el comerç tingui

un web mateix.

El producte està disponible tant per a comerços clients de CaixaBank com per a uns altres negocis sense relació prèvia amb l'entitat. Es pot contractar a la xarxa de CaixaBank, que compta amb 2.500 gestors especialistes en comerços.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/noticia/139487-caixabank-implementa-social-commerce-a-lleida-per-facilitar-les-vendes-de-comercos-a-traves-de-les-xarxes-socials.htm