

El "shoppable content" se pega a las marcas como una lapa en las redes sociales

Publicado en: [Marketing](#), [Perfil del Consumidor](#), [Publicidad](#)

Según un reciente estudio de Gartner, el 66% de las marcas ha apostado por el "shoppable content" en las redes sociales en el último año.



Del social commerce (el comercio electrónico que echa raíces en las redes sociales) se viene hablando (de manera extraordinariamente efusiva) desde hace ya unos cuantos años. Y parece que después de mucho tiempo siendo una eterna promesa, el social commerce es por fin una realidad de la que las marcas no pueden evitar apartar sus ojos.

Según un reciente estudio de la empresa de investigación de mercados Gartner, el 66% de las marcas (en el informe se analizaron 424 empresas) se colgó del brazo del social commerce (en

sus múltiples variantes) durante el último año.

Particularmente receptivas se muestran las marcas hacia el social commerce en Instagram. En esta red social el 41% de las compañías dice haber adoptado ya funcionalidades de “shoppable content”.

El 17% de las marcas hace uso asimismo de las denominadas “shoppable brand pages” de Facebook. Y más de la mitad ha hincado asimismo el diente el botón “Shop Now” de la red social más grande del mundo, un botón que lleva al usuario a páginas donde éste puede formalizar sus compras.

En un principio las marcas que venden directamente a sus clientes a través de sus páginas web (sin necesidad de intermediarios) son las que más tienen que ganar con el “shoppable content”, si bien la venta indirecta (a través de retailers online) halla también cabida en el universo del social commerce.

Pese a ser una suerte de entelequia durante años, el social commerce parece que cobra por fin forma. De acuerdo con un estudio publicado por eMarketer a finales del año pasado, el 34% de los consumidores no había comprado jamás ningún artículo a través de las redes sociales.

Aun así, en los últimos meses el social commerce parece haber salido por fin del cascarón. No en vano, Nike copó hace unos meses muchísimos flashes tras realizar una exitosa venta de zapatillas a través de Facebook Messenger.

Fuente: <https://www.marketingdirecto.com/>