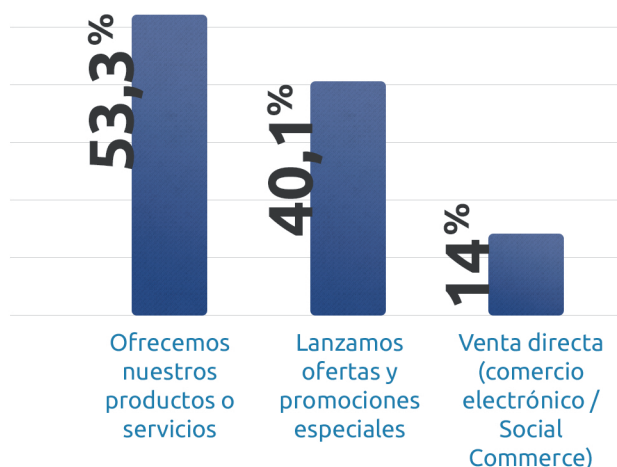


Se trata de la segunda edición del Barómetro del Social Commerce, realizado en España, que estudia el grado de utilización del e-commerce basado en redes sociales por parte de las empresas españolas. El estudio explora la aportación de valor por parte de las redes sociales como nuevo canal de venta online, y estima la proyección futura del comercio online de nueva generación. Esperamos que, como en la edición anterior, el estudio constituya un punto de referencia para el seguimiento de la evolución del Social Commerce, una actividad actualmente en auge tal y como se deduce de los resultados de la investigación.

## 8 claves del Social Commerce en España

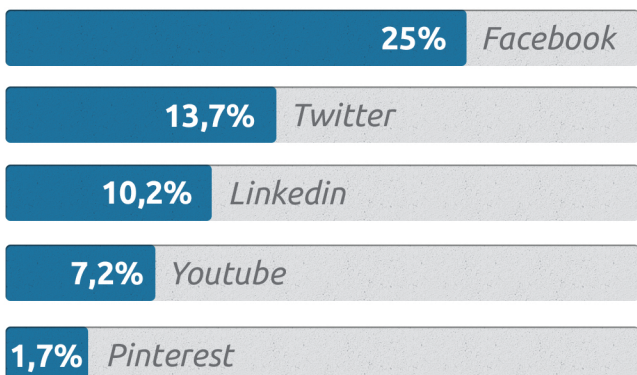
### 1 Cómo venden las empresas en las redes sociales

El Social Commerce continúa en proceso de expansión y se registra un aumento sustancial en el número de empresas que utilizan las redes sociales para mejorar sus ventas online



### 2 Redes más utilizadas para el Social Commerce

Facebook y Twitter continúan siendo las redes preferidas para la práctica del Social Commerce. Pinterest se incorpora como nuevo canal para impulsar el Social Commerce.



### 3 Valoración del Social Commerce como ventaja competitiva

La mitad de las empresas españolas consideran que las redes sociales aportan una ventaja competitiva a su estrategia comercial



### 4 Utilización y satisfacción del Facebook Commerce

El Facebook Commerce sigue en proceso de expansión, consolidándose como un canal de venta online que permite ofrecer una experiencia social y personalizada

Aumenta el grado de satisfacción del Facebook Commerce

Empresas con negocio online que venden en Facebook



20%

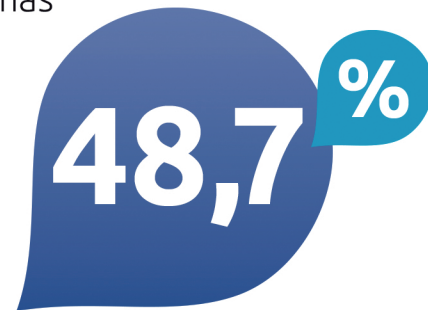
10

7,8

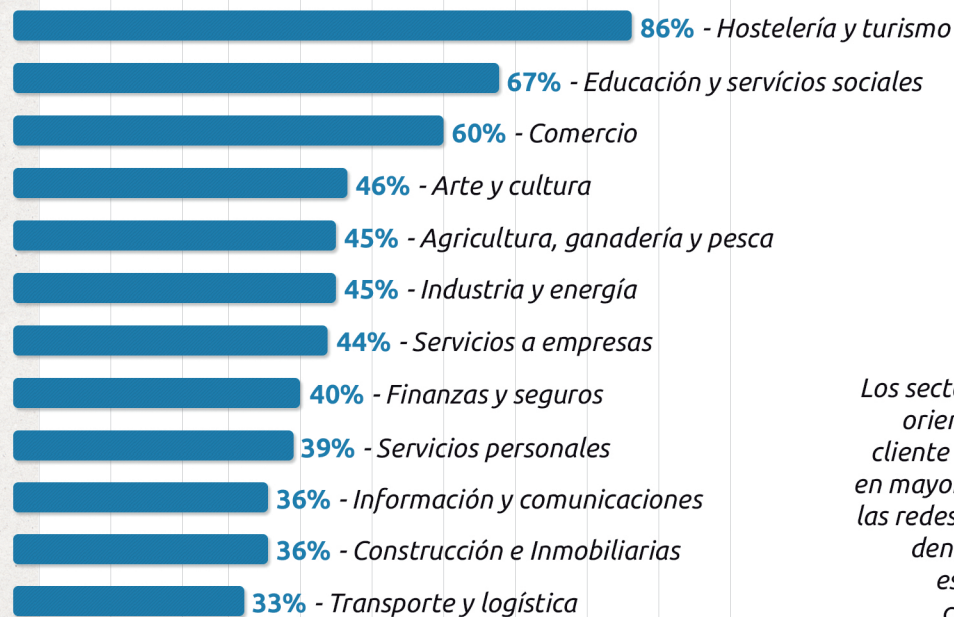
0

### 5 Integración de funcionalidades sociales en las plataformas de venta online

Casi la mitad de las empresas que venden online ya incorporan alguna funcionalidad social en ese canal para mejorar la experiencia de compra online y facilitar el proceso de toma de decisiones



### 6 Algunos ejemplos de venta a través de las redes sociales



Los sectores más orientados al cliente integran en mayor medida las redes sociales dentro de su estrategia comercial

### 7 Facebook Commerce como oportunidad de futuro

Social Commerce se consolida como una oportunidad de futuro para aquellas empresas que quieren empezar a vender online y aquellas que desean sacar partido de sus canales sociales



integrarán las redes sociales dentro de su estrategia de venta online 14%

### 8 El valor añadido del Social Commerce

La gran mayoría de empresas que aún no usan las redes sociales consideran que estas les ayudarán a aportar valor añadido a su estrategia de venta online



## Conclusiones

El segundo Barómetro del Social Commerce en España, desarrollado por Social-Buy.com, destaca la **emergencia del comercio electrónico de nueva generación**. Cada vez son más las empresas que aprovechan el potencial de las redes sociales para mejorar la experiencia de compra online, aumentando así el ratio de conversión, el tiempo de navegación y el ticket medio por cliente. El Social Commerce ha emergido como un nuevo modelo de negocio, altamente valorado por las empresas, por su valor añadido inherente así como por la oportunidad que brinda.

Estudio realizado por: **Social-Buy.com**



Social-Buy.com, es la primera empresa española en el desarrollo de soluciones inteligentes que conectan las redes sociales al comercio electrónico para aumentar la conversión online y mejorar la experiencia de compra. Sus soluciones permiten integrar funcionalidades sociales y sistemas de recomendación al proceso de compra online, generando una nueva manera de comprar más emocionante y personal.

<http://www.social-buy.com>