[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en CDMX el 13/05/2024

# [Shopify presenta las principales tendencias del ecommerce en 2024](http://www.notasdeprensa.es)

## Las tendencias del ecommerce cambian año tras año, Shopify comparte cuáles son las tendencias de este 2024 para crear o hacer crecer un negocio online exitoso

Los hábitos de consumo son claros, más del 90% de las personas compraron en una tienda online en 2023. En un entorno tan competitivo y saturado de ofertas como es el internet, mantenerse a la vanguardia es clave para el éxito y crecimiento de un negocio online. A su vez, la tecnología avanza a pasos agigantados y las tendencias mutan año tras año. Conscientes de ello y con el fin de apoyar a los pequeños y grandes comercios a identificar las oportunidades más interesantes para crear o hacer crecer un negocio online, Shopify presenta las tendencias del ecommerce más importantes de este 2024: 1. Experiencias personalizadasEntrar a una tienda que parezca hecha a la propia medida, cada vez es más posible. De esto van las tendencias ecommerce que apuntan a personalizar las experiencias de los clientes, tanto en el proceso de compra como en la atención posventa. Lo primero es disponer de la información de cada uno de sus clientes. En las plataformas de ecommerce como Shopify, la recolección de datos de clientes sucede en automático, durante la interfaz de pago o en formularios de suscripción (a newsletters, por ejemplo). Es así, como utilizando estas bases en el proceso de compra, se puede comenzar a personalizar la experiencia de los compradores. 2. Ecommerce ecológicoUna de las principales tendencias del ecommerce que se originan por fuera del entorno tecnológico es la importancia que se le adjudica al nivel de sostenibilidad de las tiendas online; en especial, en las audiencias más jóvenes. Los consumidores (en su creciente mayoría) se preocupan por el impacto ambiental originado en sus hábitos de consumo. Este factor influye mucho en la decisión de compra de un cliente nuevo, tanto como en la fidelidad de los clientes existentes. En el contexto del ecommerce, compensar emisiones de carbono es el conjunto de acciones que se emprenden para remediar el daño ecológico asociado a los productos y servicios vendidos. 3. Comercio de suscripciónLas suscripciones son un modelo de monetización que ofrece a empresas y negocios la posibilidad de fidelizar a sus clientes, a la vez que perciben un ingreso estable y va de un mediano a largo plazo. Las suscripciones fueron durante mucho tiempo el principal terreno de los servicios, incluso en la era de internet se pueden encontrar como: servicios de streaming, de alojamiento web o de software. Sin embargo, el comercio de suscripción es cada vez más común en las tiendas online. Las posibilidades abundan tanto como los beneficios. A cambio de una suscripción en una tienda online, se puede ofrecer a sus clientes envíos gratuitos, descuentos, acceso temprano a lanzamientos de productos, atención personalizada, y más. 4. Realidad aumentadaPara vender, una tienda online depende en gran medida de la calidad de sus recursos audiovisuales, en especial de sus fotografías de producto y sus videos explicativos y promocionales. En este sentido, la Realidad Aumentada (RA) tiene un potencial enorme, pues combina en simultáneo imágenes del mundo real con información digital superpuesta, por lo general imágenes, animaciones o texto. Con la llegada de herramientas web de RA, su adopción en el ecommerce era inevitable. 5. Live shoppingEl live shopping es un formato de venta que consiste en una emisión en directo, alojada en una plataforma social o de streaming como Twitch, Instagram, TikTok o YouTube, en la que un presentador muestra una serie de productos. Hasta aquí, es prácticamente lo mismo que las antiguas televentas. Sin embargo, hay dos elementos que son clave para comprender el verdadero potencial del live shopping: la interacción con la audiencia y los llamados a la acción. A través de paneles de chat, los presentadores pueden interactuar en tiempo real con su audiencia, contestando preguntas, resolviendo dudas, mostrando detalles puntuales de los productos o volviendo sobre puntos que no han quedado claros. Las cinco anteriores tendencias son algunas de las principales que estarán presentes este año; sin embargo, no se puede dejar de mencionar otras que también suenan fuerte en el crecimiento constante del comercio electrónico: Auge del comercio de reventa. Revalorización del toque humano. Social Commerce o Social Selling. Enfoque en el uso del celular. Privacidad, transparencia y fidelización. Ecommerce de diseño web. Comercio por voz. Experiencia Omnicanal. Comercio DTC: Directo al consumidor. Shopify brinda algunos importantes consejos para escoger de forma adecuada las tendencias del ecommerce que brindan valor a un negocio. Pues es importante comprender que no es necesario, ni recomendable, que se sigan todas ellas, ya que al modificar constantemente un negocio, los clientes pueden acabar por cansarse, y no se sabrá a ciencia cierta qué funciona y qué no al momento de tomar decisiones en la actualización de una tienda. Los cambios, en especial los grandes, deben ser escalonados, con pruebas constantes y un profundo monitoreo de resultados. ¿Qué cambios se deben implementar? Solo los que guarden relevancia para su ecommerce, que sirvan para potenciar su negocio, aporten valor a sus clientes, mejoren su branding, etc. Existen varias maneras en las que se puede conocer de forma constante las últimas tendencias del ecommerce: seguir blogs de autoridad, uno de ellos es el blog de Shopify, visitar a sus competidores, suscribirse a newsletters, seguir cuentas especializadas y el más importante, el feedback de sus clientes. "Hazlo real, hazlo con Shopify". Acerca de Shopify:Shopify es la plataforma de eCommerce preferida por millones de negocios en todo el mundo, la cual cuenta con todas las funciones de comercio electrónico y punto de venta que se necesitan para comenzar, administrar y hacer crecer un negocio. Se puede disfrutar de una prueba gratis y disfrutar de Shopify durante 3 meses por un 1 $ al mes en planes seleccionados. Página web. https://www.shopify.com.mx/ Programas y costos: Shopify Starter: una gran opción para vender productos a través de aplicaciones de mensajería y redes sociales por tan solo $5 USD al mes. Basic: ideal para negocios que se inician en el ecommerce y que, de vez en cuando, venden en tienda física. Tiene un costo de $14 USD al mes. Shopify: ideal para negocios en crecimiento que venden online o en tienda física. Tiene un costo de $39 USD al mes. Advanced: ideal para negocios en expansión que necesitan informes avanzados. Tiene un costo de $299 USD al mes. Shopify Plus: la mejor plataforma de comercio para llegar a más clientes, convertir más pagos y escalar rápidamente. RR.SS. FB ShopifyES "LinkedIn Shopify " IG shopify "Twitter: Shopify

**Datos de contacto:**

Alejandra Armenta

Project Manager

75754820

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/shopify-presenta-las-principales-tendencias](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Marketing E-Commerce Digital

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)