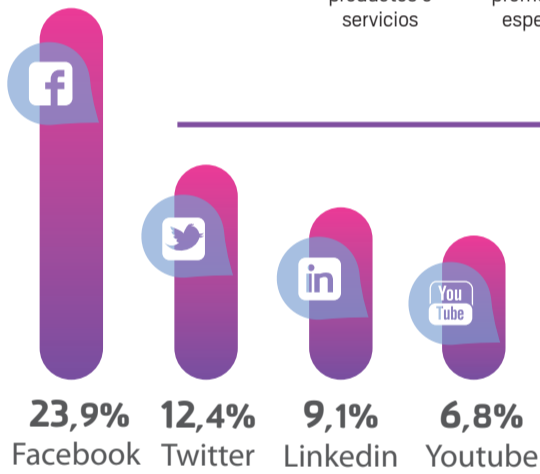
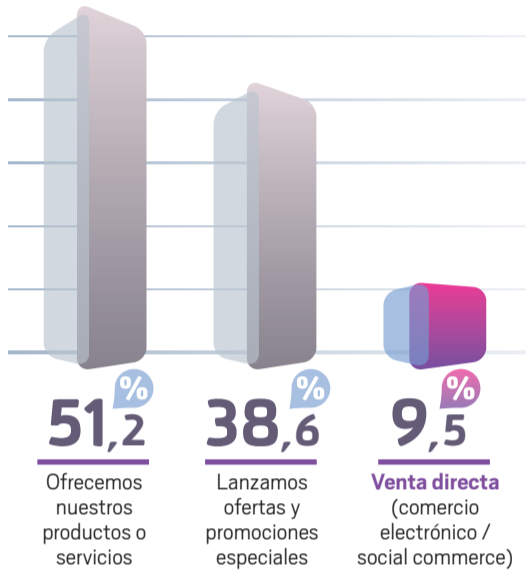


Este es el primer estudio realizado en España que investiga el grado de utilización del e-commerce basado en redes sociales por parte de las empresas españolas, que explora la aportación competitiva de las redes sociales como nuevo canal de venta electrónica y estima su tendencia de crecimiento a corto plazo. Esperamos que constituya un punto de referencia para el seguimiento de la evolución del social commerce, una actividad de negocio con gran futuro según se desprende de los resultados.

Las 8 claves del Social Commerce en España

1. Cómo venden las empresas en las redes sociales

El social commerce es ya una actividad con entidad propia y penetración en 1 de cada 10 empresas españolas.

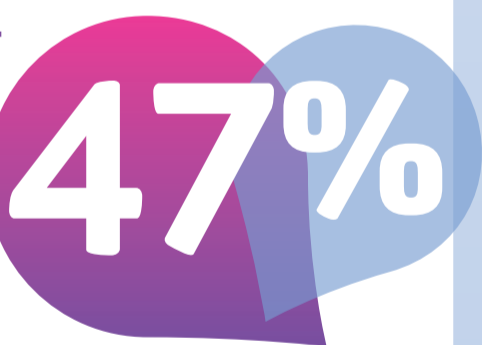


Redes más utilizadas para el social commerce

Facebook y Twitter son las redes preferidas para la distribución del social commerce.

3. Valoración del social commerce como ventaja competitiva

Casi la mitad de las empresas consideran que las redes sociales aportan una ventaja competitiva en la ampliación de los canales de venta.



4. Utilización y satisfacción del Facebook Commerce



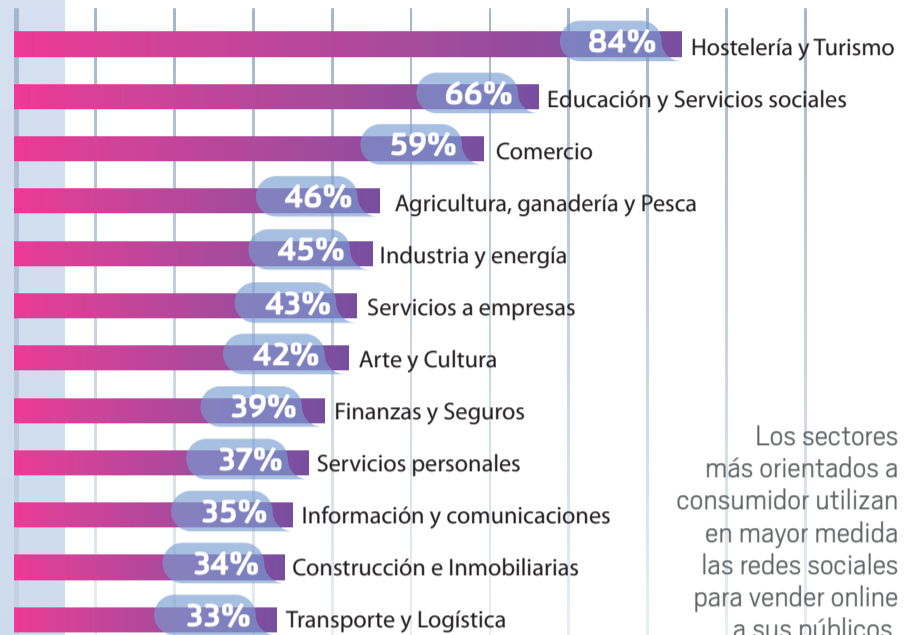
El Facebook Commerce se va consolidando como canal de venta online por su elevada aportación de valor a la experiencia de compra.



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

4 de cada 10 empresas que venden online ya incorporan alguna funcionalidad social en ese canal, para mejorar los procesos de decisión y experiencia de compra online.

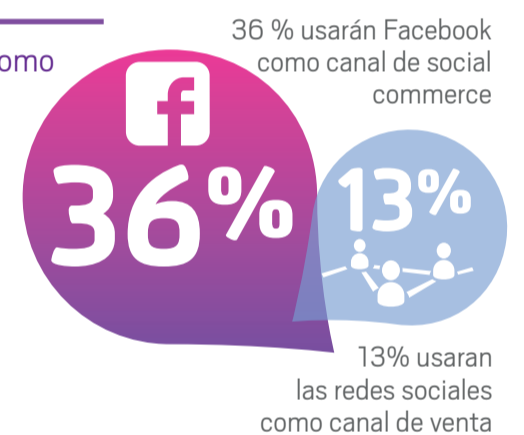
6. Alguna experiencia de venta a través de redes sociales



Los sectores más orientados a consumidor utilizan en mayor medida las redes sociales para vender online a sus públicos.

7. Facebook Commerce como oportunidad de futuro

El social commerce es una apuesta significativa de futuro entre las empresas que planifican entrar en el negocio online y entre las que se plantean la utilización profesional de las redes sociales.



8. Valoración del social commerce como ventaja competitiva

La gran mayoría de las empresas que aun no utilizan las redes sociales consideran que estas les aportarán una ventaja competitiva en la ampliación de los canales de venta.

Fuentes: Este estudio ha sido realizado entre mayo y junio de este año. La metodología integra el análisis cuantitativo y cualitativo sobre una muestra de 1.450 empresas distribuidas en el territorio español.

Conclusiones

El primer barómetro sobre el Social Commerce en España desarrollado por social-buy.com manifiesta que el social commerce es una disciplina de alto potencial y en muchos casos una realidad incuestionable. El aprovechamiento de los negocios online para vender con las redes sociales y su integración, es ya un modelo de negocio de muchas compañías, altamente valorado por las ventajas competitivas que aporta y que genera expectativas muy positivas en las empresas que aun no lo han probado.