

MUNDO
COMMERCE

Tecnología iguala experiencias de compra en línea y en tiendas físicas

El reciente estudio “¿Puede GenAI cerrar la brecha entre las experiencias en línea y en la tienda?”, de Coveo Commerce, en alianza con Arlington Research, consigna que un 77% de los consumidores investiga en línea antes de comprar, incluso en los artículos que adquieren en una tienda física. Esta tendencia, creciente en el mercado actual, refleja la importancia de tener presencia en redes sociales e internet, incluso

para transacciones que solo ocurren de manera presencial. El descubrimiento digital crea intención: una fuerte presencia en línea no solo impulsa las ventas digitales, sino que también los ingresos fuera de los dispositivos electrónicos.

Esta información, reunida a partir de 4 mil consumidores de Estados Unidos y Reino Unido, refleja el papel decisivo que está teniendo la inteligencia artificial generativa en la configuración del comercio minorista y en la toma de decisiones de los compradores, ya que las estrategias de marketing digital obtienen mejores resultados al ser impulsadas por esta tecnología.

También revela que el 72% de los consumidores abandona los sitios de comercio electrónico cuando no encuentra rápidamente lo que necesita; el 53% recurre a otros navegadores, y el 36% busca directamente a la competencia. Las redes sociales generan ideas de compra, pero la mayoría de las transacciones ocurren en otros lugares.

El 17% de los encuestados investiga artículos en redes sociales y compra en la tienda.

