Tendencias de Ecommerce

Ricardo Rubio 4-759-908

**1. Animación.**

El diseñador de productos senior de Etsy Catt Small , también creador de juegos, predice que el movimiento va a ser enorme en 2018 y que el comercio electrónico puede aprender del diseño de juegos.

"En el comercio electrónico, el movimiento puede ser una señal de deleite, personalidad o urgencia".

"En los juegos, el movimiento atrae a los jugadores y les brinda comentarios útiles", explica. "Les dice a qué prestar atención, cuándo lo están haciendo bien y cómo podrían mejorar. En el comercio electrónico, el movimiento puede ser una señal de deleite, personalidad o urgencia. Por ejemplo, Etsy usa imágenes con movimiento en correos electrónicos para expresar la marca y compartir el placer. También usan una iconografía animada para notificar a las personas cuando un artículo está casi agotado. Estoy emocionado de ver a más personas usarlo en 2018 ".

Paul Randall , arquitecto senior de UX en la agencia de comercio electrónico Evosite , está de acuerdo.

"La animación sutil será un requisito previo. Use alguna forma de movimiento para mejorar la experiencia del cliente, pero no exagere: podría molestar en lugar de mejorar".

2. Mejor fotografía y videos.

"La fotografía original sigue siendo un verdadero desafío, pero manténgase alejado de las malas fotos de archivo que abaratarán de inmediato su marca ", advierte Paul Randall.

Una forma de agregar más contenido de alta calidad a su sitio de comercio electrónico sería agregar una imagen de 360 ​​grados de un modelo que lleva puesto un producto, sugiere Cynthia Savard Saucier , directora de diseño de Shopify. O podría agregar un GIF animado, que muestra las características de su producto, como lo hace Bellroy , una empresa que diseña billeteras delgadas.

**3. AR y VR.**

Los dispositivos de realidad aumentada y virtual son cada vez más baratos, liderados por Google Cardboard , que es prácticamente gratis.

Ross Beyeler , fundador de la consultora de comercio electrónico Growth Spark , reconoce que esto significa que los minoristas comenzarán a experimentar con estrategias de mercadeo AR / VR 'desechables'.

"Veremos que AR y VR no solo forman parte de la experiencia de los clientes en la tienda, sino que forman parte de la experiencia de empaquetado con códigos QR que desencadenan 'experiencias mejoradas' de productos, e incluso el empaquetado se reutiliza como un AR descartable. 'dispositivo' ", argumenta. "Este tipo de experiencias podría ampliarse particularmente en la visualización 'probar antes de comprar' de productos en el hogar".

**4. Machine Learning.**

Relacionado con la automatización está el Machine Learning, otra gran tendencia que continúa madurando. No solo puede ahorrar tiempo al automatizar tareas, también puede utilizar el aprendizaje automático para tomar mejores decisiones y convertir a más clientes.

"Esto es algo que hemos notado en los últimos meses", dice el consultor de Shopify Expert y UX, Mark Kelso. "Cambiamos la redacción de nuestros correos electrónicos de carritos abandonados y hemos visto un aumento en la conversión, para algunas tiendas hasta en un 12 por ciento. Hemos hecho el correo electrónico más personal y probamos diferentes frases. Pronto, los carritos de compra utilizarán el Machine Learning para hacer que la conversión sea aún mayor. Si compra regularmente un artículo cada tres meses, el sistema lo recordará, y recibirá un correo electrónico preguntándole si desea reordenar el artículo en función de cuándo lo ordenó previamente ".

**5. Rendimiento web**

El rendimiento, y por lo tanto la experiencia del usuario, de su sitio de comercio electrónico será aún más importante este año.

"Más allá de los marcos, más allá de las bibliotecas, más allá de las últimas tendencias de diseño, su rendimiento es lo que más importa en última instancia", dice Jem Young , ingeniero sénior de software en Netflix. "Para las empresas de comercio electrónico especialmente, donde la diferencia de 200 milisegundos puede significar la diferencia entre ganar un cliente o perderlo ante un competidor, mantener el rendimiento de su sitio es crucial para mantenerse competitivo en 2018".