

La economía digital: protagonista de la post pandemia

11/09/2022



La crisis sanitaria provocada por la pandemia condujo a que las personas tuvieran que trasladar su vida, ya sea trabajo, educación o entretenimiento, al mundo virtual impulsando así la economía digital. Ante este inesperado panorama, el e-commerce creció en dos años lo que había sido proyectado para cinco.

Para tomar una mejor dimensión de lo sucedido, en Estados Unidos, por ejemplo, los consumidores gastaron 1.7 billones de dólares en compras en línea entre 2020 y 2021; para este año se espera que el monto sea mayor. En tanto, en Argentina durante 2021 y de acuerdo a los datos aportados por la CACE (Cámara Argentina de Comercio Electrónico) las compras online alcanzaron la cifra récord de \$1,5 billón. Más de 20 millones de argentinos eligieron comprar online y la facturación del sector aumentó un 68%.

La economía digital tomó más dinamismo y está transformando negocios, conectando comunidades y teniendo un impacto en todas las industrias. Para acompañar e impulsar este crecimiento se requiere que las empresas ofrezcan experiencias más personalizadas y en tiempo real para responder a los nuevos hábitos y exigencias de los clientes B2B y B2C.

Es imperativo que inviertan en nuevos productos e innovaciones tecnológicas para ofrecer experiencias personalizadas a escala, reemplazar soluciones de múltiples puntos con un enfoque de plataforma integrada y cumplir con las expectativas de privacidad del consumidor para crear confianza, además de ser sencillas de administrar. Este tipo de aplicaciones están centradas en la gestión del recorrido del cliente, información y audiencias de datos, contenido y personalización, comercio y flujos de trabajo de marketing.

Otro punto clave es la inteligencia artificial que permite individualizar el contenido, predecir los ingresos y el comportamiento de los clientes y transformar los datos en información procesable.

En un futuro no muy lejano, las marcas ya no hablarán simplemente de brindar experiencias proactivas y relevantes a millones de clientes en tiempo real: tendrán que hacerlo realidad. ¿Cómo? Mediante la creación de vistas unificadas y procesables de los clientes que se actualicen en tiempo real, lo que llevará a una mayor lealtad y confianza de los usuarios. Otra forma es a través del metaverso y otras experiencias inmersivas con contenido interactivo y creativo.

De forma clara, se está utilizando el mundo digital para llevar a cabo cosas que antes sólo se hacían en el mundo físico, y ahora las conversaciones sobre el metaverso muestran que la barrera entre ambos mundos se está difuminando. Hacia allí va el e-commerce y la economía digital.

Account Executive de Adobe Experience Cloud para Cono Sur

Fuente: La Prensa