

e-Commerce

Una puerta abierta al mundo



Juan Triviño

juantri@produccioneditorial.com

@juantrivi

¿Dónde estamos hoy? Una primera reflexión

Los dispositivos móviles han sido el motor del crecimiento del eCommerce en 2012 y en 2013.

- 2009.** Se vendieron más laptops que computadoras de sobremesa
- 2012.** Las ventas de smartphones superaron a los laptops.
- 2015.** Se venderán más tabletas que laptops.

En 2012 las operaciones de ecommerce:

- 44,4%:** Computadora de sobremesa, laptop y notebook.
- 43,4%:** Smartphone y celulares.

2012: **200** millones de SmartTV
2014: **400** millones de SmartTV



El SmartPhone es la estrella.

Europa: 54,6 %

LatAm: 13%

LatAm: 43% en 2016

Penetración móvil mundial en
2012: 90%

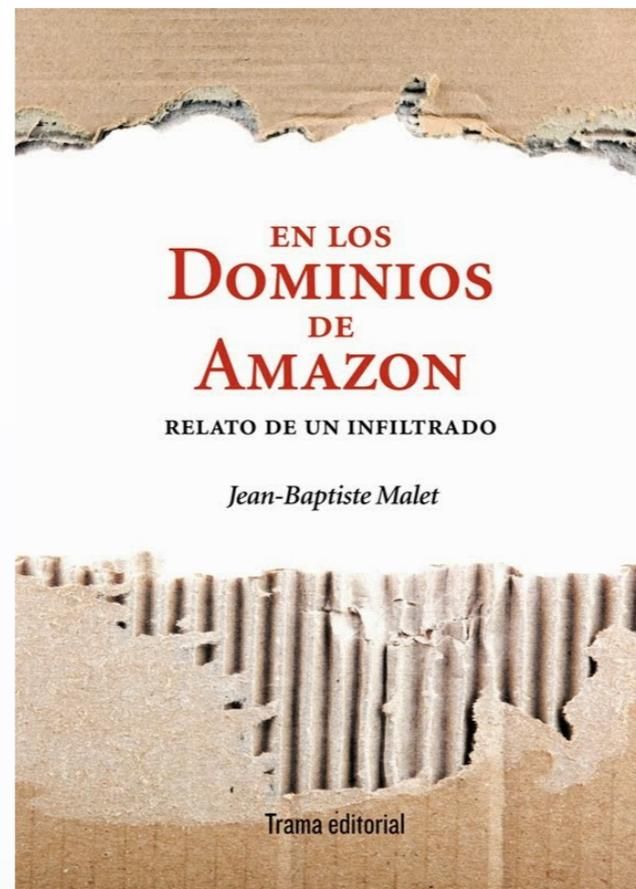


El Showrooming origina ya el **50%** de las compras online, incluidos los libros.



¿Dónde estamos hoy en la industria del libro?
12 meses de cambios

Amazon



¿Dónde estamos hoy en la industria del libro? 12 meses de cambios

Crecimiento imparable de la autoedición

2012. 391.000 libros autoeditados en USA (**59%** más que en 2011, y un **422%** más que en 2007)

2012. El **40%** de los libros autoeditados fueron en digital

¿Quién se autoedita?

Aficionados

Escritores profesionales

Expertos



¿Dónde estamos hoy en la industria del libro?

12 meses de cambios

Piratería

Ya nadie habla de piratería, excepto España. Ni en Frankfurt, México, Londres, NY, Argentina... se comenta nada acerca de la piratería. El problema está pero se trabaja en otra dirección:



El verdadero tema de preocupación es el índice de lectura que baja año tras año.

- LatAm: **2-5 libros** de media al año por habitante y país.
- España: **10 libros**. (hace cinco años 14 libros al año)

Los grandes enemigos: la propia industria y la escuela (obligación a leer ciertos libros).

GRAN ERROR: VENDER LIBROS PERO NO CREAR LECTORES.

Los seis modelos de eCommerce
más exitosos del momento.



Comunidad

Comerciante

Composición



Mercado

Facturación por uso

Publicidad

Comerciante
FNAC
Walmart

Composición
Amazon

Comunidad
The Copia



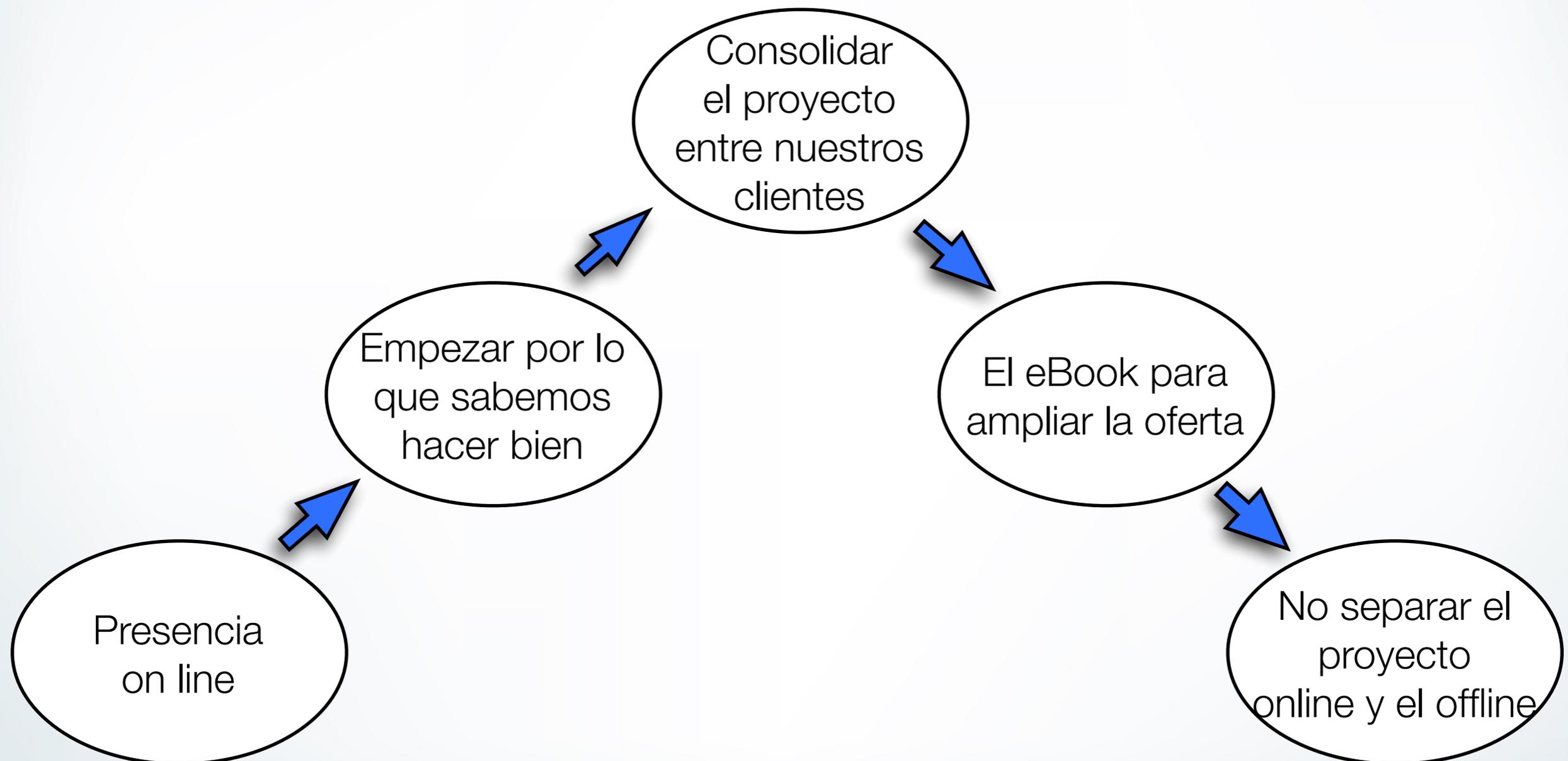
Facturación
por uso
Bibliotecas
eLibro
Nubico, 24S

Mercado
eBay

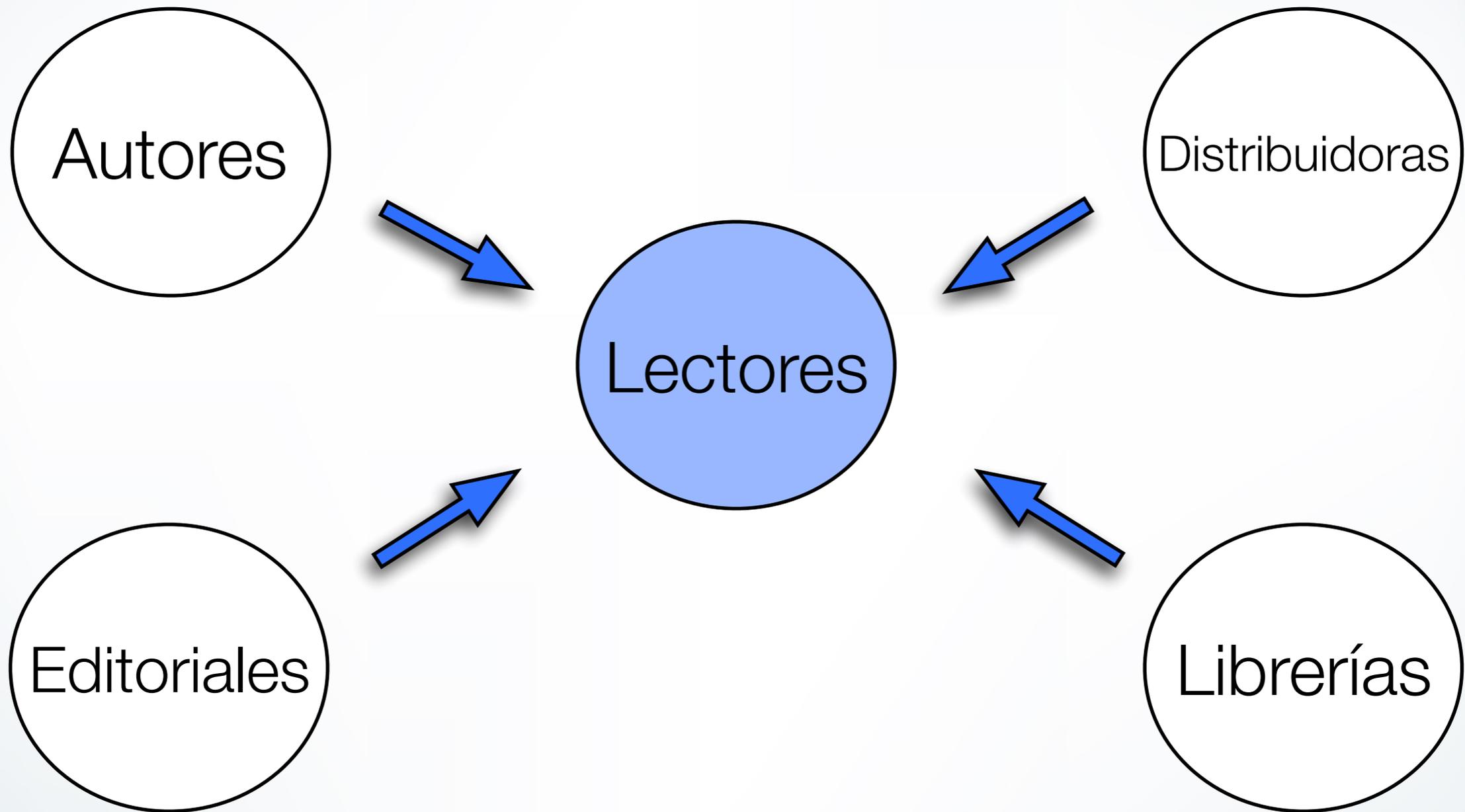
Publicidad
Sitios de Noticias
Blogs

¿Y ahora, hacia donde tenemos que ir?

Esencial: tener una hoja de ruta clara



Pero no no podemos olvidar que lo más importante es el contenido



Nuestra industria no es, ni será sostenible sin nuestra razón de ser: ¡Que nos lean!



El eCommerce no se refiere solo al eBook, sino a todo el negocio generado en internet.



La presencia on line es fundamental, pero no lo es todo.



Ya no podemos diferenciar entre ventas on y off line,



Unificación de proyectos.



Hemos de llevar a los clientes de internet a la librería y a los clientes de la librería a internet.



Juguemos con las reglas del eCommerce para potenciar todos los canales de ventas.

CONOZCAMOS A NUESTROS CLIENTES

¿Por qué compramos en internet?

1. PRECIO
2. COMODIDAD
3. IMPOSIBILIDAD DE ENCONTRAR EL PRODUCTO DE OTRA MANERA





CONOZCAMOS A NUESTROS CLIENTES

El **62 %** de los compradores confía más en lo que dicen los demás de los productos y de las marcas, que en lo que dicen las marcas de sus productos y de ellas mismas.

- 2.100** Millones de personas conectadas (1/3 de la población mundial)
- 84%** Registradas en alguna red social
- 33%** Siguen alguna marca
- 47%** Ha escrito un comentario sobre alguna marca
- 78%** Ha leído un comentario sobre una marca
- 80%** Utiliza las redes para informarse antes de la compra



Las tiendas son las tiendas

 @juantrivi

% de ventas online sobre total ventas retail

9% USA

10% UK

11% Alemania

3% Zona Asia/Pacífico

2% América Latina



El comercio en 2020

20%

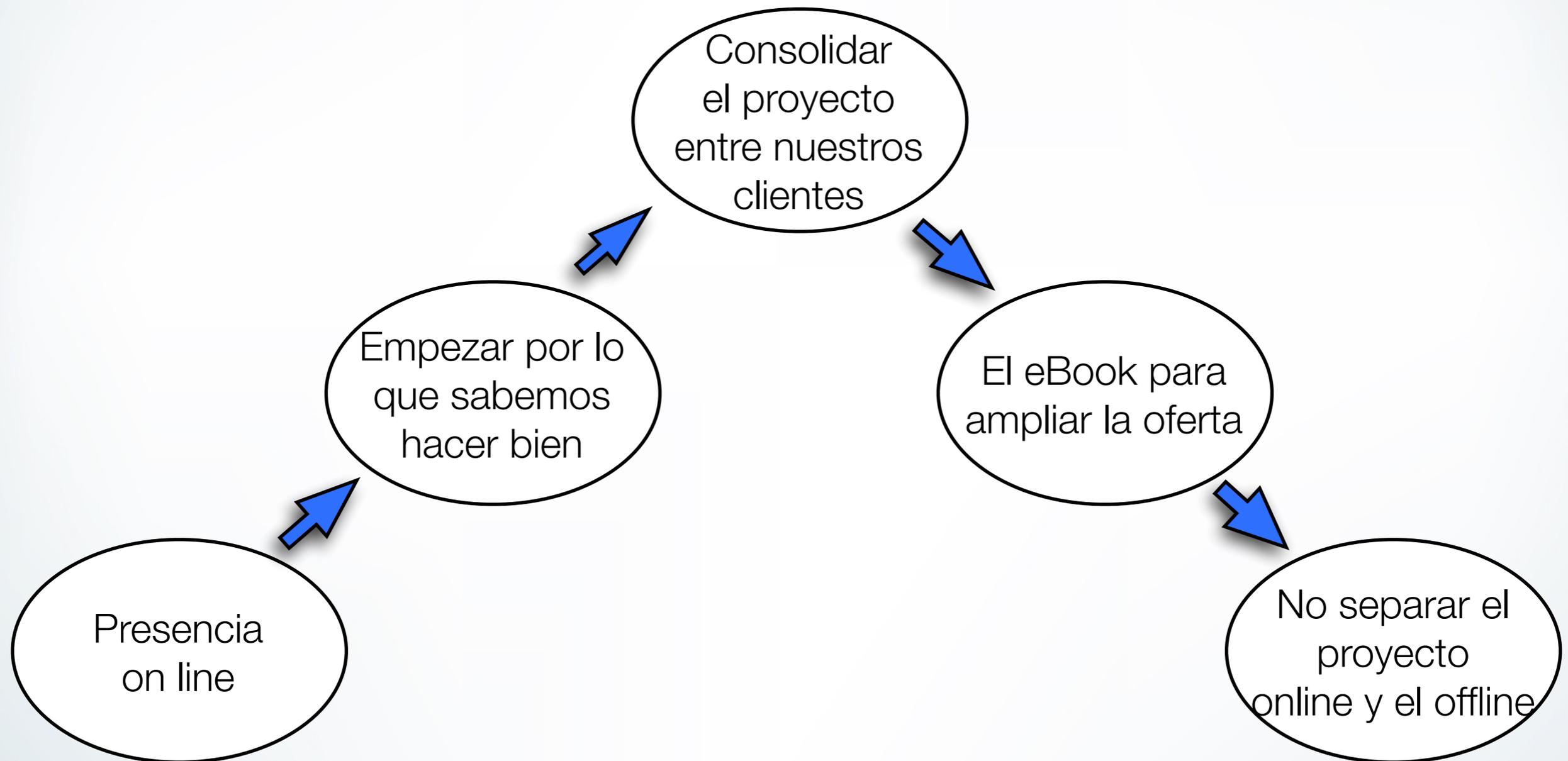
On line

80%

Off line

¿y ahora qué?

¿Recuerdas la hoja de ruta?



Presencia
on line



Imagén, posicionamiento, visibilidad

Empezar por lo
que sabemos
hacer bien



¡Vender libros!

Consolidar
el proyecto
entre nuestros
clientes



Es más fácil empezar por los que ya están de nuestro lado

El eBook para
ampliar la oferta



Mercado emergente que no podemos olvidar

No separar el
proyecto
online y el offline



Todos somos cliente, todos utilizamos diferentes canales

¡¡Muchas gracias!!

Juan Triviño

juantri@produccioneditorial.com

@juantrivi