

**MUNDO  
E-COMMERCE**

## Este 2025, un *storytelling* exitoso tendrá como foco al consumidor

Uno de los desafíos del comercio electrónico radica en encontrar las formas de persuadir a los consumidores para que adquieran los productos por internet. Las historias bien contadas generan y fortalecen el vínculo entre marcas y clientes. Este año, las estrategias efectivas de *storytelling* estarán centradas en las microhistorias y la gamificación, mientras el formato video seguirá siendo protagonista y los gatilladores emo-

cionales construirán relatos más efectivos. "El *storytelling* en *e-commerce* es clave, porque permite humanizar la marca y crear una identidad reconocible en la mente y emociones de su audiencia. No se trata solo de mostrar un producto y sus características, ya que eso convierte a la oferta en un simple *commodity*", explica Camila Reyes, cofundadora de Kleek Social, agencia especializada en *marketing* para *e-commerce*. Agrega que "las historias bien contadas deben resonar en el público de manera auténtica, evitando descripciones planas o mensajes centrados únicamente en la marca. La clave está en la emoción y la conexión genuina, poniendo al consumidor al centro de la historia en todo momento".

Construir un *storytelling* efectivo para *e-commerce* es un trabajo estratégico, en el que se debe definir con claridad a quién se dirige la marca, cuál es el propósito y tono de comunicación. La conexión emocional, tendencia en 2025, se construye con constancia y dedicación.



## NUEVO FICHAJE

### SUPPLY CHAIN COUNCIL DE CHILE

**Tomás Cox** es el nuevo presidente de esta asociación de profesionales del rubro, donde anteriormente ejerció cinco años como director de Finanzas y de la cual es socio hace 14 años.

Ingeniero civil industrial eléctrico y MBA de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), se ha especializado en *supply chain* y logística, con cargos en empresas como Kimberly Clark, Multitiendas Corona, Casaideas, Emasa, Gildemeister y hoy como gerente general de EIT Logística.

En su nuevo rol, comenta, buscará consolidar los avances que alcanzó la directiva anterior en los distintos pilares de la asociación y profundizar su alcance para seguir influyendo y aportando en la industria logística nacional.

