

Habilidades digitales y especialistas en E-commerce

De acuerdo a datos de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), en la última edición del Cyber Monday, evento realizado entre el 30 de septiembre y el 02 de octubre de este año, las ventas de productos y servicios vía comercio electrónico superaron con creces las expectativas existentes del orden de los USD 400 millones, alcanzando un monto récord de USD 447 millones.

Esta realidad es una clara señal de que el comercio electrónico seguirá al alza en los próximos años, cubriendo cada vez más sectores e industrias, por un lado, y atrayendo a nuevos consumidores que utilizarán dicha modalidad de compra remota.

De hecho, la misma CCS proyecta para 2029 que el e-commerce en el país podría superar la marca de los USD 20 mil millones, lo que supone un salto importante a partir de los USD 11.500 millones con que se espera que cierre este 2024.

En este contexto, los especialistas que se desempeñan en esta área están siendo muy demandados por las organizaciones, dado el avance de la transformación digital y los beneficios que genera tanto para las empresas como para los usuarios las transacciones online: llegar a más consumidores, acceder a mejores precios y ahorro de tiempo, entre otros.

Los profesionales que se desenvuelven en este sector cumplen un rol esencial en materia de, por ejemplo, mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas en línea. Es por lo anterior que resulta clave que posean ciertas habilidades digitales para hacer frente a los desafíos de hoy y sacar provecho a las oportunidades que se visualizan en el mercado.

En este sentido, hay cinco habilidades digitales que, en el ámbito del comercio electrónico, más demandan las organizaciones en estos perfiles:

1. SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing). El primero abarca un conjunto de técnicas que permiten elevar el posicionamiento de un sitio web en los motores de búsqueda. El segundo comprende aquella publicidad pagada que se visibiliza en los motores de búsqueda. Ambas modalidades son esenciales para incrementar la visibilidad de un sitio web y atraer tráfico. En este sentido, los especialistas en e-commerce tienen que manejar una serie de herramientas tales como Google Analytics y Google Ads, por mencionar algunas.



Benjamín Toselli, presidente ejecutivo de IT Hunters

2. Big Data y analítica de datos. La capacidad de analizar datos permite a las organizaciones disponer de información valiosa para la toma de decisiones, ya sea respecto del comportamiento de compra de los clientes como para potenciar la estrategia de ventas. Es por ello que este tipo de competencia es muy valorada en el mercado. Asimismo, dominar softwares para el análisis e inteligencia de negocios como, por ejemplo, Tableau representa un plus a la hora de postular a un cargo en esta área.

3. Publicidad y marketing en las redes sociales. Los talentos en comercio electrónico deben ser capaces de planear, realizar y evaluar las campañas orgánicas y pagadas, desarrolladas en plataformas como Instagram y Tiktok, que apunten a su público objetivo (audiencia).

4. Ciberseguridad. Dado el alto número de amenazas informáticas existentes sobre las operaciones en línea, los profesionales que se desenvuelven en el área de e-commerce deben contar con la capacidad y los conocimientos necesarios para administrar y proteger adecuadamente los datos personales y financieros de los usuarios. Lo anterior pasa por aplicar las mejores prácticas en ciberseguridad hasta conocer en profundidad la normativa existente en torno al tema.

5. Experiencia del Usuario (UX) e Interfaz del Usuario (UI). Comprender la forma en que los clientes se relacionan con una tienda en línea y ver de qué manera se potencia esa experiencia es fundamental para elevar el nivel de las compras. Contar con interfaces intuitivas y atractivas que faciliten la navegación y compra es un reto para cualquier profesional que trabaje en comercio electrónico.