TikTok lanza tienda online en EEUU para luchar contra Amazon

TikTok está ampliando el funcionamiento de su tienda digital y espera poder luchar en el mercado contra otras plataformas de comercio electrónico como Amazon.

Ahora, con su lanzamiento general en Estados Unidos, está ampliando su meta a 20 mil millones de dólares en ventas para este año.

A diferencia de su ahora obsoleta función Storefront, TikTok Shop es una experiencia completa de navegación y compra dentro de la aplicación.

Los clientes completan pedidos en la aplicación sin redirigir a un sitio externo. Los consumidores pueden interactuar con la tienda digital de tres maneras: Videos de compras en vivo, publicaciones en el feed de TikTok y la exhibición de productos en perfiles completos. Los productos aparecen mediante pines en el contenido o tocando el ícono de la cesta de compras.

TikTok afirma que esta experiencia en la aplicación aumenta las tasas de conversión de los comerciantes, que pagan una comisión por cada pedido del Shop. Las tarifas varían según la región, pero tienden a rondar el 5 % después de las ofertas de lanzamiento, lo que hace que la plataforma sea más barata que Amazon.

Según el Financial Times, la experiencia en la aplicación ha resultado lucrativa para Douyin, la marca hermana de TikTok en China, triplicando sus ventas año tras año.

¿Qué se vende?

Las categorías populares incluyen ropa, belleza y cuidado de la piel, decoración del hogar, artes y manualidades y accesorios tecnológicos.

Los productos prohibidos incluyen artículos con restricción de edad, productos para adultos, herramientas eléctricas, fuegos artificiales y suministros para perforaciones y tatuajes, entre otras categorías. También hay categorías restringidas que requieren aprobación, categorías no admitidas y categorías solo por invitación, que incluyen alimentos y suplementos, joyas y relojes, y productos usados.

Con información de RPP