



Kanlli invita a los e-commerce a participar en la VI edición de su estudio anual

La agencia de marketing de resultados Kanlli y la revista especializada D/A Retail trabajan ya en la edición de estudio “Evolución y perspectivas de e-commerce para 2019”. El informe, que cumplirá seis ediciones este próximo año, aborda presente y futuro de los comercios electrónicos españoles, mediante una encuesta realizada a una amplia base de datos de tiendas online. Kanlli llama a la colaboración a todos aquellos e-commerce españoles, a quienes invita a [responder al cuestionario](#) que será base del estudio.

En “Evolución y perspectivas de e-commerce para 2019” se abordarán temas como el porcentaje de ventas móviles, cuáles son las fuentes de tráfico a la tienda online, qué presencia tienen los e-commerce en marketplaces y en qué estado se encuentra su integración omnicanal. En lo que respecta a las previsiones para el ejercicio próximo, el estudio aportará datos acerca de las perspectivas sobre la evolución de las ventas o desvelará las principales tendencias en marketing digital, a partir de las intenciones de inversión por campos de los encuestados.

Gracias a que a lo largo de sus cinco ediciones ha ido ganando reputación, cada vez es mayor la muestra a partir de la que se extrae la información. Durante este lustro de vida, importantes medios del sector, o económicos (como Expansión y El Economista), se han hecho eco del informe. Incluso el afamado portal estadounidense [eMarketer](#) dedicó un espacio a “Evolución y perspectivas de e-commerce”.

Jonathan Liege, General Director de Kanlli, pone en valor colaboración de los e-commerce que, cada año, responden a la encuesta: “sin su inestimable colaboración este estudio no sería realidad. Estamos muy agradecidos a todos aquellos responsables de e-commerce que, año tras año, nos ayudan a conocer hacia dónde camina el sector”.

Desde la agencia de marketing también quieren destacar el apoyo de sus colaboradores, que ayudan con la difusión de la encuesta. Estos son la Asociación Española de la Economía Digital (adigital), Club E-commerce, el Instituto de la Economía Digital de ESIC (ICEMD) y el Club de Dirigentes de Comercio Electrónico (CDCe).



Los e-commerce que tengan a bien [responder a la encuesta](#) recibirán el estudio en primicia, antes de su lanzamiento y publicación. Así, las empresas colaboradoras tendrán acceso a la información antes que otros e-commerce de la competencia, anticipándose a las tendencias de cara a una mejor planificación de la estrategia del próximo ejercicio.