

MINERVA 2014

CÓMO HA INTENSIFICADO INTERNET LA EXPERIENCIA DE COMPRA EN ESPAÑA

1

INTERNET TIENE UNA PRESENCIA FUNDAMENTAL EN TODAS LAS CATEGORÍAS

PRESENCIA DE INTERNET EN EL PROCESO DE COMPRA



SE LLEGA A MILLONES DE PERSONAS



2

NO OBSTANTE, LOS CONSUMIDORES VEN CADA CATEGORÍA DE MANERA DIFERENTE



Se venden productos **MENOS TANGIBLES**

CATEGORÍAS EXPERIMENTALES: A la gente le gusta ver, tocar y sentir el producto

3

EN EL CASO DE LOS PRODUCTOS MENOS TANGIBLES, LOS ESPAÑOLES PREFIEREN COMPARAR PRECIOS ONLINE

CANAL DE BÚSQUEDA MÁS INFLUYENTE

MOTOR DE BÚSQUEDA DE INTERNET



DENTRO DE LA TIENDA



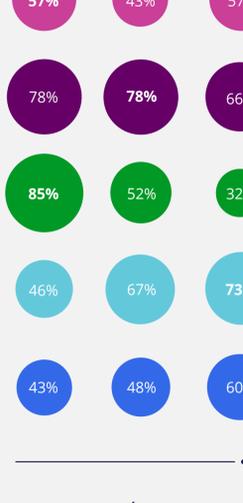
4

EN VIAJES Y TECNOLOGÍA, COMPRAN ONLINE DE MANERA SIGNIFICATIVA



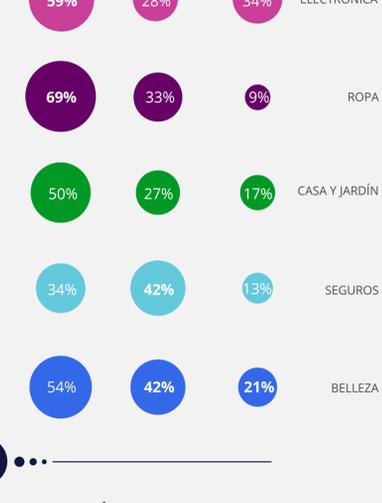
5

CUANDO LOS ESPAÑOLES COMPRAN ONLINE, SUS MOTIVOS VARÍAN EN FUNCIÓN DE LA CATEGORÍA



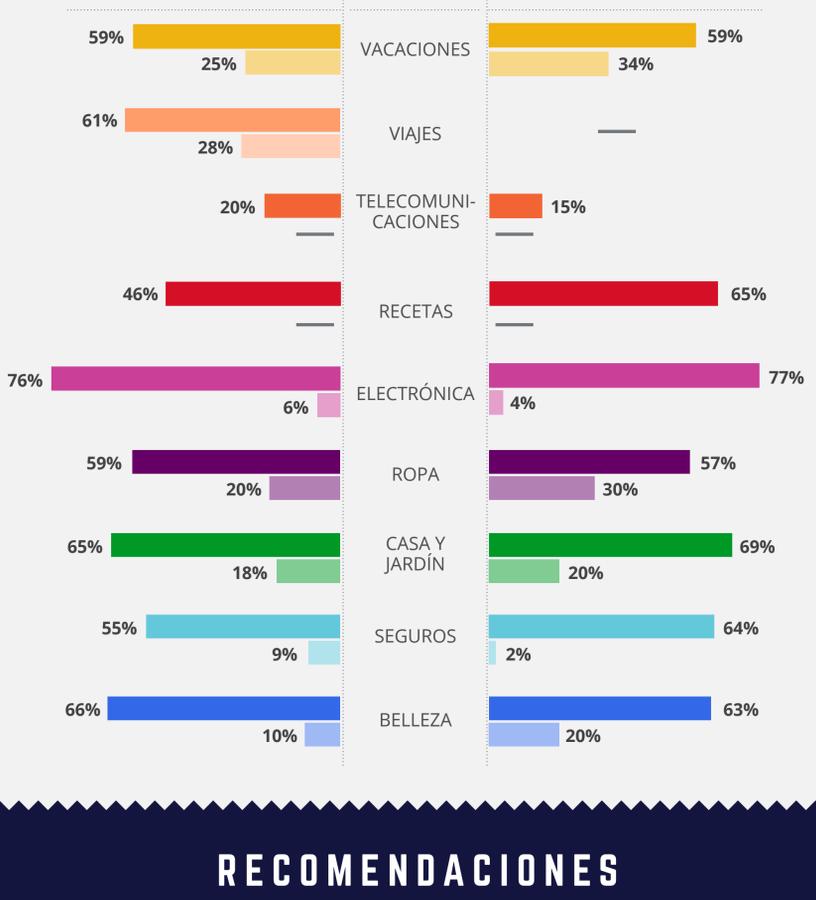
6

CUANDO NO COMPRAN ONLINE, SUS MOTIVOS TAMBIÉN VARÍAN EN FUNCIÓN DE LA CATEGORÍA



7

LA PENETRACIÓN DE LOS MÓVILES ESTÁ AFECTANDO A LAS COMPRAS ONLINE, SOBRE TODO EN LA ETAPA DE BÚSQUEDA



RECOMENDACIONES

LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS PUEDEN BENEFICIARSE DE MUCHAS MANERAS DEL NUEVO PAISAJE DE CONSUMO.

- VACACIONES:** Adapta tu oferta a los datos demográficos y actitudes de los viajeros. **EL VALOR DE MARCA ES IMPRESCINDIBLE:** Crea una imagen de marca clara.
- VIAJES:** Trata de adaptar mejor el comercio electrónico a los dispositivos móviles. **PÁSATE AL MÓVIL:** Menos pasos antes de la compra final y formas de pago más sencillas.
- TELECOMUNICACIONES:** Ten a tus clientes contentos ofreciéndoles una experiencia sin problemas. **DILE AL MUNDO QUE TUS CLIENTES ESTÁN SATISFECHOS:** Conserva a tus clientes mediante paquetes de servicios. Evita los contratos a largo plazo.
- RECETAS:** Si incluyes tu marca en las recetas online, es más probable que la gente la utilice. **INCLUYE TU MARCA EN LAS RECETAS ONLINE:** Enfatiza las ventajas de las recetas en términos de salud e innovación.
- ELECTRÓNICA:** Proporciona información detallada sólo a aquellos que la quieren. **UTILIZA INTERNET PARA CONSTRUIR TU IMAGEN DE MARCA:** Utiliza un lenguaje adecuado a las distintas actitudes y preferencias de los consumidores.
- ROPA:** Integra los canales online y offline para aumentar el tráfico de uno a otro. **INTEGRA LAS TIENDAS FÍSICAS:** Reproduce la experiencia en la tienda física creando rituales de compra online.
- CASA Y JARDÍN:** Mejora y amplía la gama de productos online. **ECHA UN VISTAZO A TU GAMA DE PRODUCTOS:** Para atraer mejor a los segmentos condicionados por la gama de productos y el precio.
- SEGUROS:** Mejora la claridad de las condiciones. **GARANTIZA EL COMERCIO ELECTRÓNICO:** Ofrece la posibilidad de hablar con alguien a lo largo del proceso de compra.
- BELLEZA:** Ofrece más "certificados de confianza" para superar el temor a recibir productos falsificados. **PIENSA EN LA EXPERIENCIA:** Mejora la experiencia en el sitio web para atraer a los clientes que están ansiosos por comprar.

Fuente: análisis realizado por El Departamento sobre datos recopilados por valor añadido.