

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

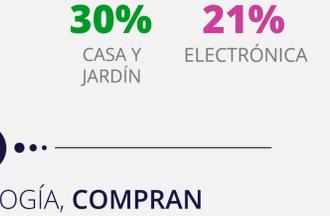
EN EL CASO DE LOS PRODUCTOS MENOS TANGIBLES, LOS ESPAÑOLES PREFIEREN COMPARAR PRECIOS ONLINE

CANAL DE BÚSQUEDA MÁS INFLUYENTE

MOTOR DE BÚSQUEDA DE INTERNET



DENTRO DE LA TIENDA



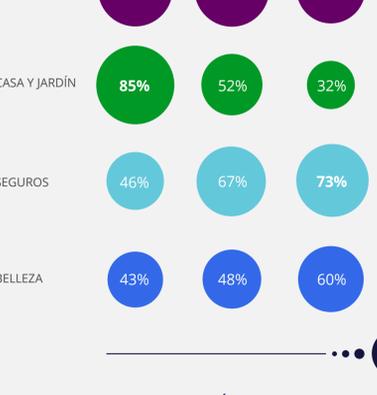
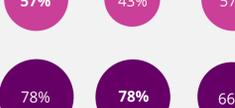
4

EN VIAJES Y TECNOLOGÍA, COMPRAN ONLINE DE MANERA SIGNIFICATIVA



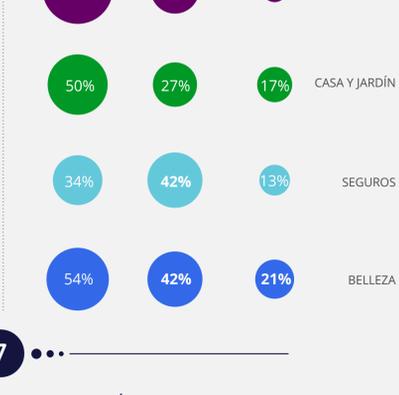
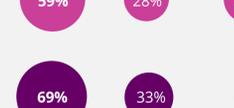
5

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

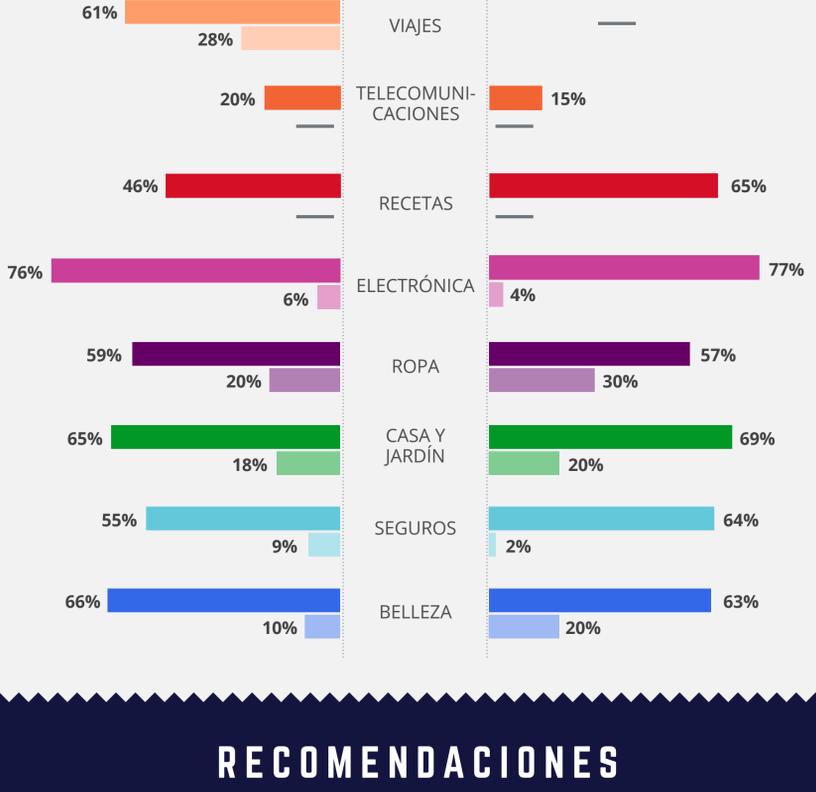


7

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



BÚSQUEDA vs COMPRA



RECOMENDACIONES

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

EL VALOR DE MARCA ES IMPRESCINDIBLE

Adapta tu oferta a los datos demográficos y actitudes de los viajeros.

Crea una imagen de marca clara.

PÁSATE AL MÓVIL

Trata de adaptar mejor el comercio electrónico a los dispositivos móviles.

Menos pasos antes de la compra final y formas de pago más sencillas.

DILE AL MUNDO QUE TUS CLIENTES ESTÁN SATISFECHOS

Ten a tus clientes contentos ofreciéndoles una experiencia sin problemas.

Conserva a tus clientes mediante paquetes de servicios. Evita los contratos a largo plazo.

INCLUYE TU MARCA EN LAS RECETAS ONLINE

Si incluyes tu marca en las recetas online, es más probable que la gente la utilice.

Enfatiza las ventajas de las recetas en términos de salud e innovación.

UTILIZA INTERNET PARA CONSTRUIR TU IMAGEN DE MARCA

Proporciona información detallada sólo a aquellos que la quieren.

Utiliza un lenguaje adecuado a las distintas actitudes y preferencias de los consumidores.

INTEGRA LAS TIENDAS FÍSICAS

Integra los canales online y offline para aumentar el tráfico de uno a otro.

Reproduce la experiencia en la tienda física creando rituales de compra online.

ECHA UN VISTAZO A TU GAMA DE PRODUCTOS

Mejora y amplía la gama de productos online.

Para atraer mejor a los segmentos condicionados por la gama de productos y el precio.

GARANTIZA EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Mejora la claridad de las condiciones.

Ofrece la posibilidad de hablar con alguien a lo largo del proceso de compra.

PIENSA EN LA EXPERIENCIA

Ofrece más "certificados de confianza" para superar el temor a recibir productos falsificados.

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.