

CÓMO PREPARARSE PARA LOS VAIVENES PUBLICITARIOS DE LA TEMPORADA DE FIESTAS

Hemos estudiado unas **266,4 millones** de transacciones en tiendas físicas y **66,5 millones** de transacciones retail online en EE. UU. y EMEA de **51 importantes anunciantes** durante la Temporada de Fiestas de 2018. A continuación te contamos cómo compran realmente los consumidores.

Lo primero que hemos descubierto es que se dan 3 fases distintas en el comportamiento de compra en tiendas físicas y compra online a medida que avanza la Temporada de Fiestas.

1

Black Friday y el frenesí digital

En los EE.UU. y EMEA, las ventas en tiendas físicas registran el mayor número de ventas a lo largo del mes de noviembre, pero las ventas online aumentan entre Black Friday y Cyber Monday. El 60% de todas las ventas retail en EE. UU. y EMEA se produce en tiendas físicas, mientras que solo el 30% de las ventas en EE. UU. y el 56% de las ventas en EMEA se producen en tiendas físicas en Black Friday.

2

Los compradores de última hora compran en tiendas físicas

Las compras en tiendas físicas aumentan en el momento en el que los consumidores sienten que el tiempo se les echa encima. Cuando compran con el tiempo justo: el 73% de las compras en EE. UU. durante la semana antes de Navidad se realizó en tiendas físicas; mientras, el 87% de las compras en EMEA durante el mismo periodo se realizó en tiendas físicas.

3

Los compradores que compran después de Navidad apuestan por lo online

Las compras en tiendas físicas caen en picado inmediatamente después de Navidad, ya que los compradores probablemente priorizan el tiempo con la familia y los viajes.

¿Cómo puedes aprovechar estas 3 fases?

Ajusta el gasto por canales y para determinadas categorías de productos para aprovechar los picos online y en tiendas físicas.

Nuestros datos mostraron que el gasto cambió más notablemente de compra en tienda física a compra online para algunas categorías de productos durante el fin de semana de Black Friday. En especial, las ventas online de Electrónica en EMEA ascendieron, como media, del 22% al **52%** durante el fin de semana de Black Friday.

Empieza a hacer publicidad ahora para atraer a los consumidores y que sigan comprándote durante la Temporada de Fiestas.

Nuestros datos revelan también que los consumidores que compraron algo al principio de la temporada, gastarán hasta un **23%** más durante Black Friday. Además, los compradores que realizaron alguna compra en octubre compraron el **doble** en Black Friday.

¿Deseas obtener más datos que puedan ayudarte a preparar las campañas de publicidad para la Temporada de Fiestas? **¡Ponte en contacto con nosotros hoy mismo!**

