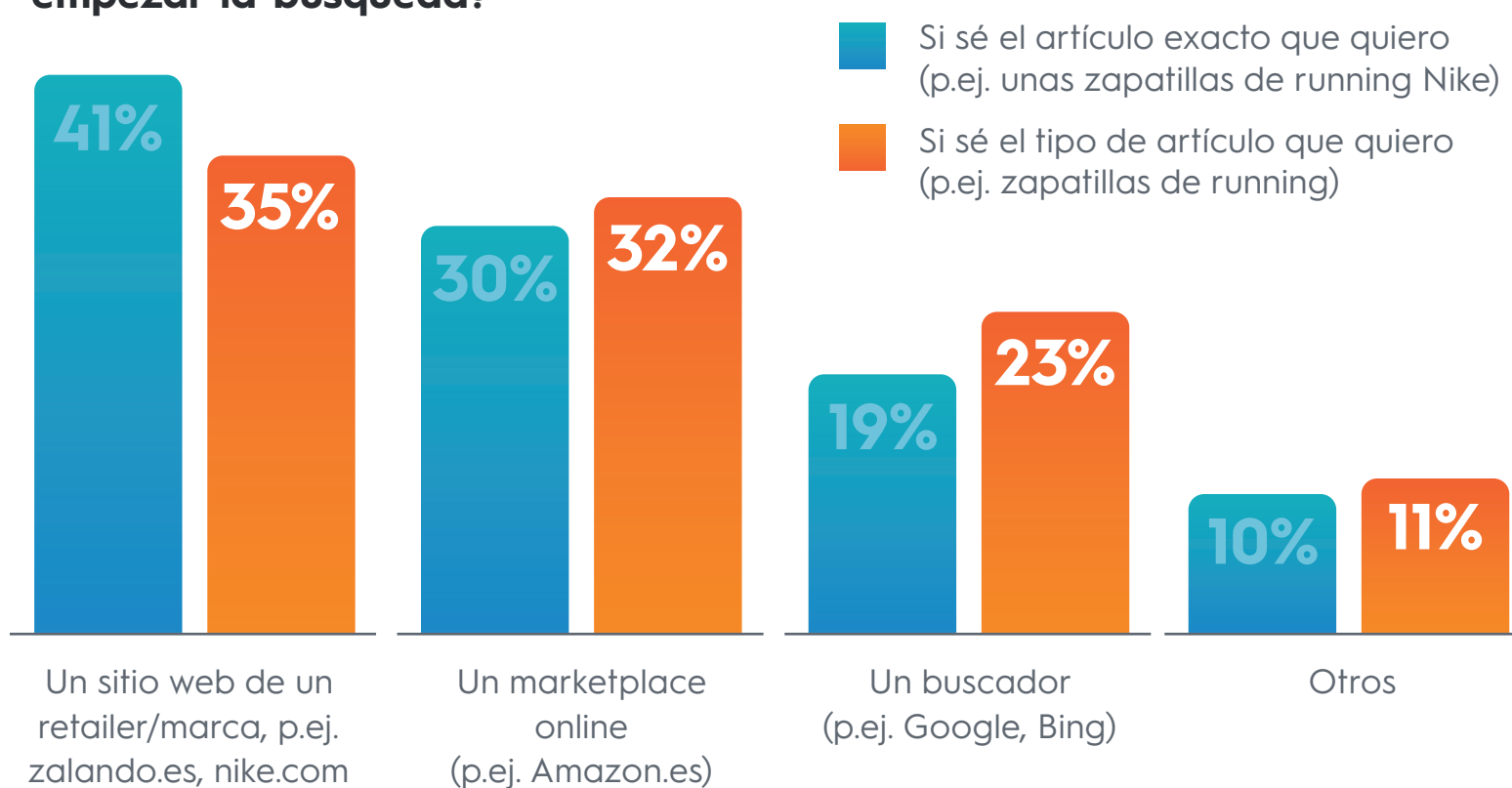


Shopper Story 2020: The New Consumer Mindset

Los consumidores modernos son verdaderos detectives. La “fase de consideración” del proceso de compra, cuando un consumidor estudia e investiga posibles compras, ha aumentado tanto en puntos de contacto como impacto. Hace poco encuestamos a más de 1.000 consumidores españoles para descubrir cómo compran, lo que influye en sus decisiones y por qué. **Esto es lo que hemos descubierto:**

Los sitios web de marcas y retailers son uno de nuestros destinos favoritos para la búsqueda de productos.

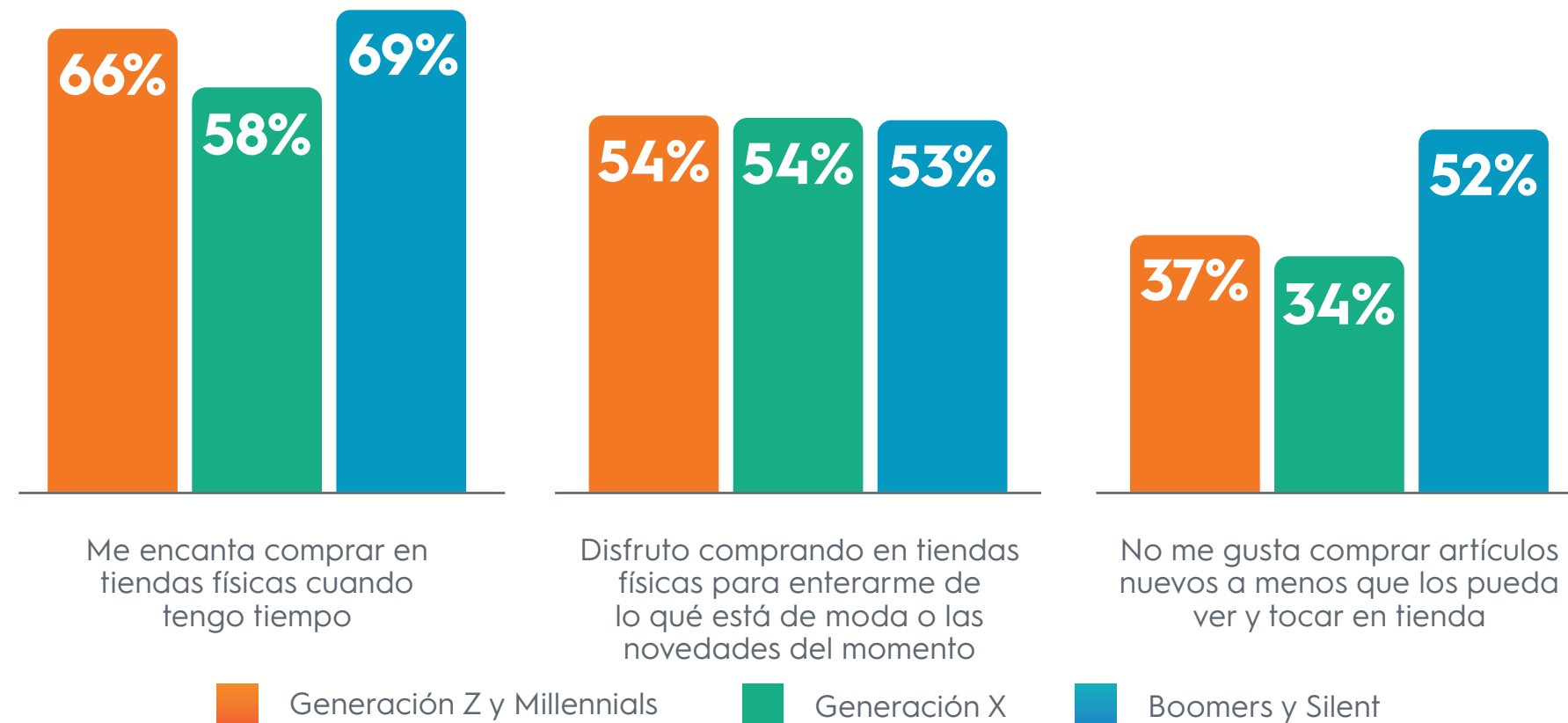
¿Cuándo realizas búsquedas online para comprar algo, dónde sueles empezar la búsqueda?



Fuente: Criteo Shopper Story, España, Julio-Agosto de 2019, N=1.061

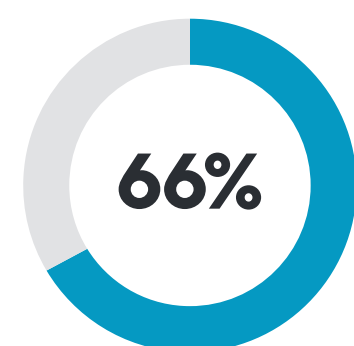


A todas las generaciones les gusta disfrutar de la experiencia en tienda física cuando pueden.



Fuente: Criteo Shopper Story, España, Julio-Agosto de 2019, N=941

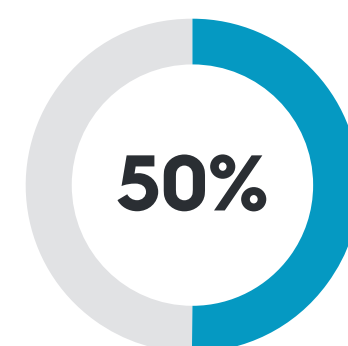
Los valores de la marca importan... y mucho.



indicaron que sus decisiones de compra se ven influidas por los valores de marca

1 de cada 7

compradores dejó de comprar una marca porque sus valores no estaban alineados con sus creencias personales



de los compradores tienen más probabilidades de volver a comprar de marcas que se alineen con sus valores personales después de una primera compra

Fuente: Criteo, encuesta "Por qué compramos", España, agosto de 2019, n=1004

Generación Z: nacidos después de 1994 (menores de 25), millennials: nacidos entre 1981 y 1994 (25-38 años), Generación X: nacidos entre 1965 y 1980 (39-54 años), Boomers: nacidos entre 1946 y 1964 (55-73 años), Silent: nacidos antes de 1946 (74+)

Las apps se utilizan en todo el proceso de compra del cliente.

De media en España, los consumidores utilizan las apps de retailers para:



Fuente: Criteo Shopper Story, España, Julio-Agosto de 2019, N=1032

Los anuncios tienen su razón de ser también en la fase de descubrimiento, no solo en la de conversión.



Fuente: Criteo Shopper Story, España, Julio-Agosto de 2019, N=1061

Criteo: La plataforma de publicidad líder en internet abierto

Con acceso a 2.000 millones de IDs cross-device (casi el 75% de los usuarios online de todo el mundo) y los datos de compra equivalentes a transacciones anuales por un valor de 800.000 millones de dólares, Criteo conoce a los consumidores como ninguna otra empresa.

Nuestras soluciones de publicidad ayudan a las empresas a diseñar anuncios dinámicos e inteligentes en todo el funnel, porque nuestros datos no se basan en la demografía ni en los "Me gusta" ni en datos de búsquedas, sino en lo que compran los consumidores. Con nuestras soluciones exclusivas, puedes diseñar anuncios de próxima generación para los entornos web, partners, tienda física y mobile.

