

Tendencias de compra en línea: entendiendo al consumidor

UPS Pulso del Comprador en Línea

Cargo
Week
Americas | e x p
carga





UPS Pulso del Comprador en Línea

Conocer las preferencias de los consumidores nos permite innovar



- Más de **18,000** encuestas (+1,100 México, +3,200 Asia)
- A lo largo de **6** regiones (EE.UU, Asia, Europa, Canadá, México y Brasil)

Se balanceó por género y por frecuencia de compra, en un período típico de 3 meses



40%

7+ compras



40%

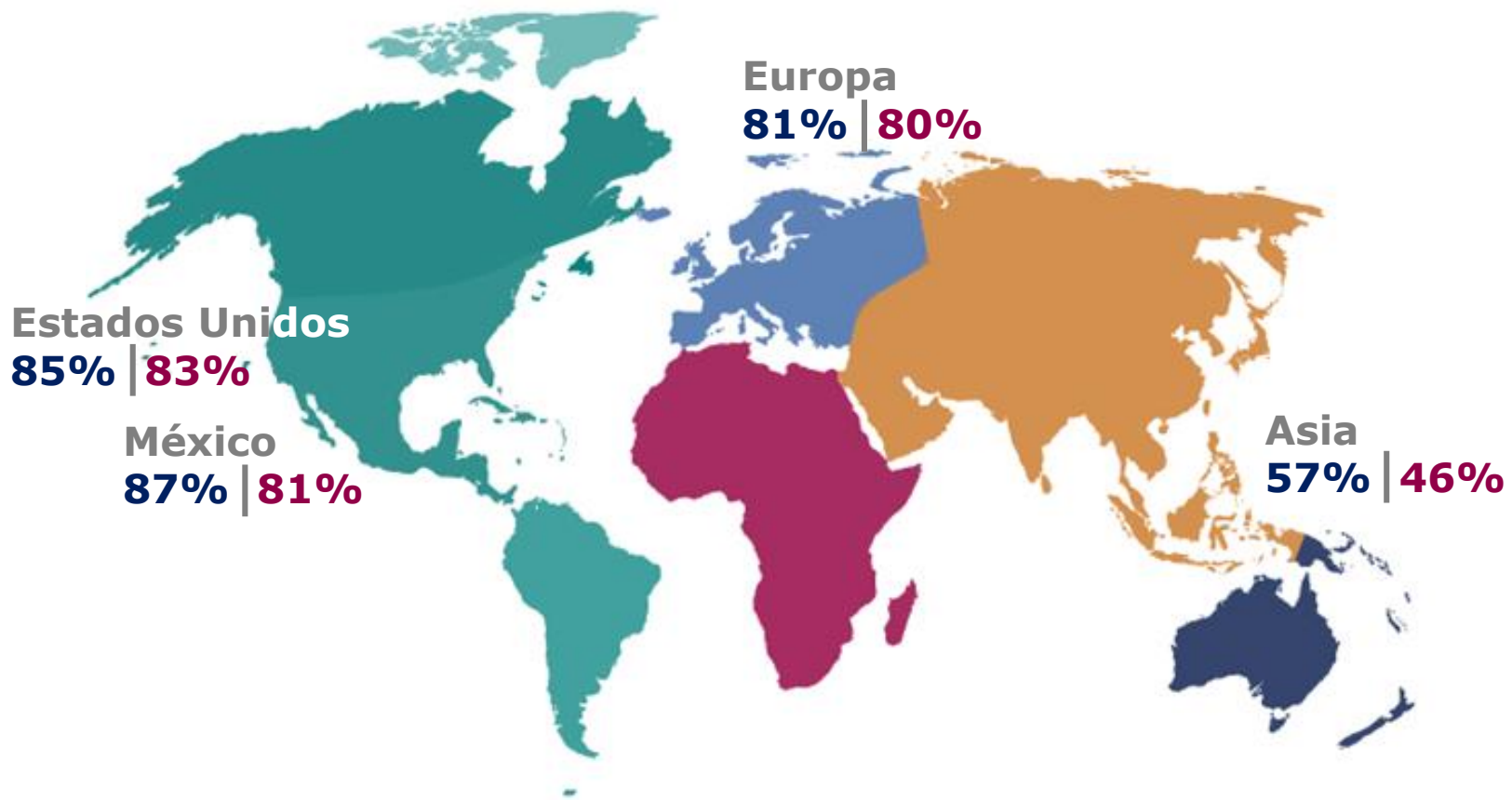
4-6 compras



20%

2-3 compras

El nivel de satisfacción de la experiencia de compra en línea va en aumento



Fuente: UPS Pulso del comprador en línea Global 2015 y 2017

↑ 2017 | 2015

Cada región define su estilo de compras en línea

México

Ecléctico

Refleja el panorama minorista **tradicional e innovador:**

- Más compras en tienda que cualquier mercado
- Incremento en el uso de dispositivos móviles y las redes sociales cuando hace compras en línea

Asia

Marca Tendencias

Principal participante en una variedad de actividades progresivas de compras:

- Busca más opciones de entrega y de productos
- Los descuentos influyen en sus compras en línea



La tecnología esta permitiendo que las compras en línea vayan en aumento

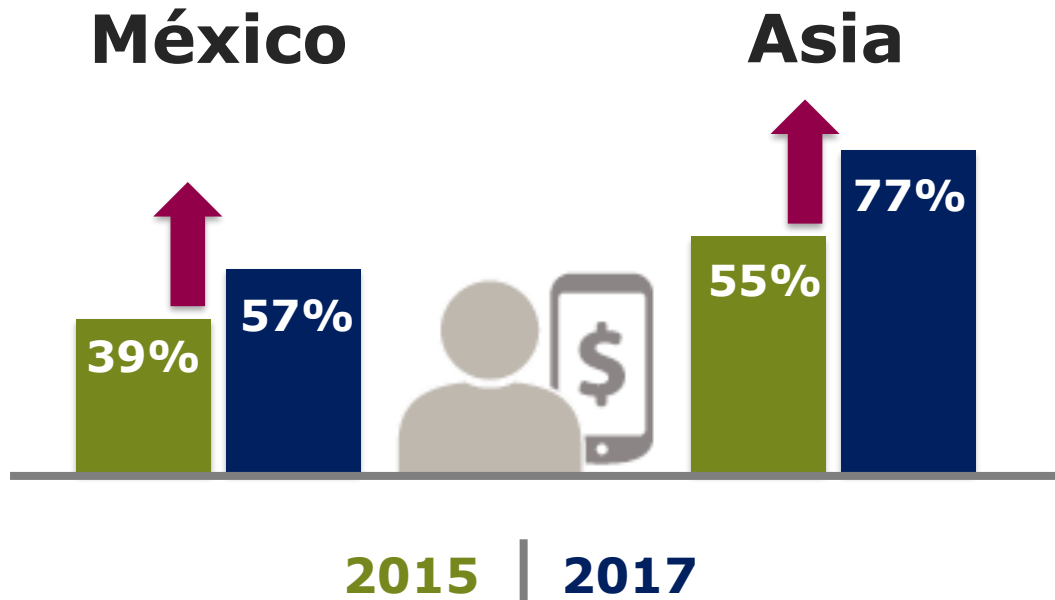
México



Asia



El Smartphone juega un papel importante como canal de compra



Recomendaciones:

- Diseña un formato móvil
- Considera una App personalizada
- Brinda una experiencia robusta
- Agiliza el pago



Productos que están impulsando el comercio en línea



Ropa

49% México
69% Asia

Accesorios



45% México
31% Asia

Zapatos



35% México
30% Asia

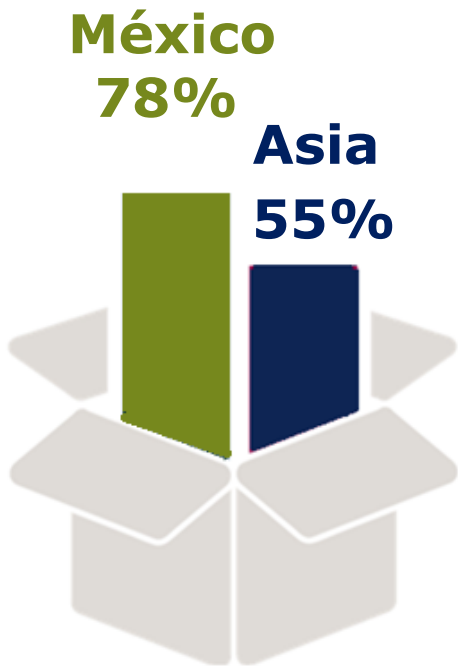
Libros/música/películas



37% México
35% Asia



La compra a minoristas internacionales representa una oportunidad para los minoristas mexicanos



| | | | | |
|---|---|------------|--|------------|
| Encontré precios menores |  | 51% | | 26% |
| Algunas marcas y productos no están disponibles |  | 47% | | 49% |
| La calidad internacional es mejor |  | 32% | | 39% |
| Quería algo único |  | 30% | | 42% |



Los minoristas pueden resolver los retos de los consumidores para impulsar que hagan compras en línea



Puedo tocar y sentir los productos

75% | 43%



Se resuelven los problemas de forma inmediata

75% | 41%



Descuentos exclusivos para socios

43% | 73%

México | Asia



Factores que permiten diferenciarse al buscar y seleccionar productos en línea



Costo del producto

86% | 63%

Rapidez de entrega

82% | 44%



Política de Retornos

79% | 45%



Reputación del minorista

82% | 47%



Costo de envío

82% | 58%



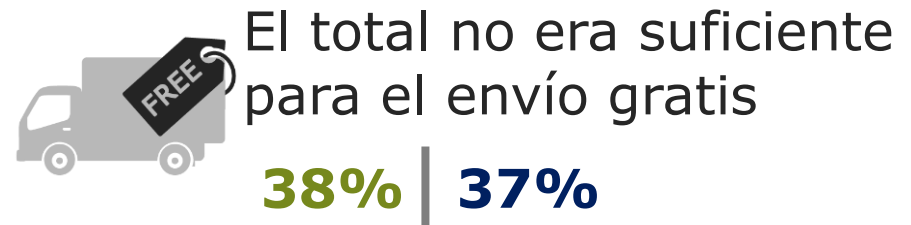
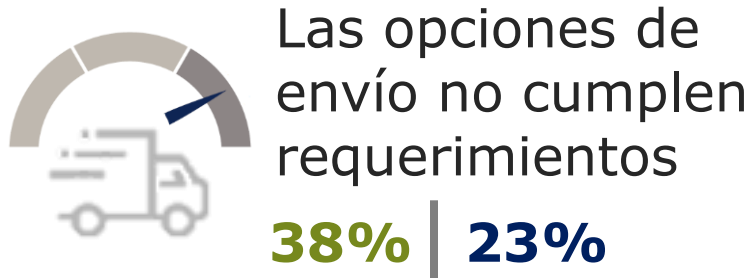
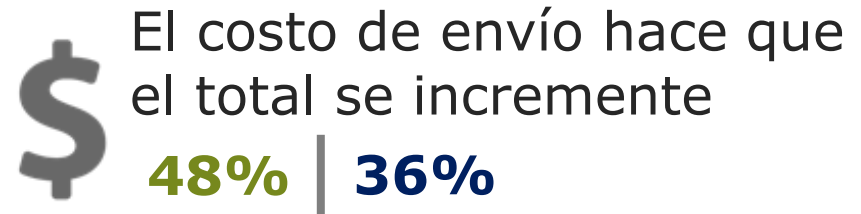
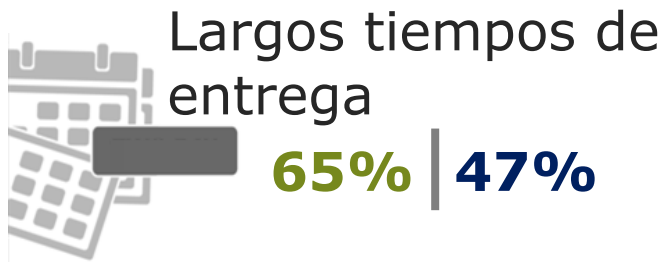
Selección del producto

80% | 56%



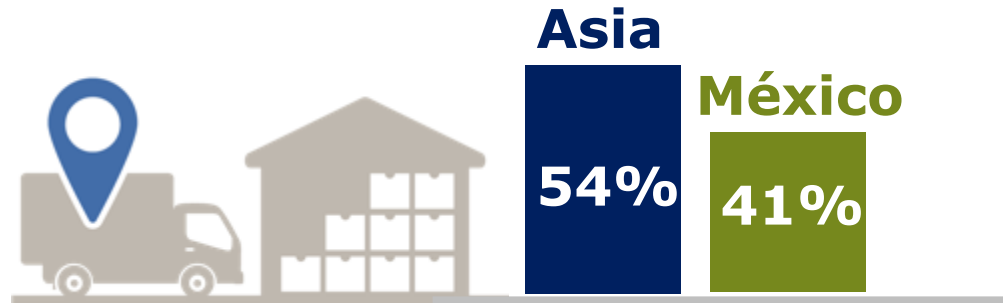
México | Asia

Las opciones de entrega son un factor clave para cerrar la venta



México | Asia

Brindar opciones flexibles y que dan control, incrementan la satisfacción del consumidor



Usa ubicaciones alternas de entrega

| | |
|-------------------------|--|
| 80% 48% | Posibilidad de recibir el paquete en la fecha de entrega programada |
| 66% 42% | Flexibilidad de cambiar la fecha de entrega, después de enviado el producto |
| 61% 38% | Flexibilidad de cambiar la dirección de entrega cuando el producto ya se envió |

México | **Asia**

Los retornos son un elemento clave para satisfacer al consumidor en la post venta



22% | 39%

Realizaron un retorno el año pasado



Políticas de retornos claras y fáciles

75% | 44%



Hacen una nueva compra en línea después de retornar

73% | 67%

Recomendaciones para las políticas de retornos:

- Accesible y brinde apoyo
- Secciones específicas en la página web: Q&A
- 01 800 o chatbot
- Términos y condiciones (*empaques y mercancía*)

México | Asia



Innovaciones

Los consumidores son más exigentes y compran por diferentes canales

Buscan en un marketplace



30% | 30%

Visitan la tienda de un minorista en persona



10% | 14%

Visitan el sitio en línea del minorista



9% | 9%

Visitan la app del minorista



8% | 6%

México | Asia



Es importante reconocer los factores por los que compran en un Marketplace

Mejores precios



Envíos gratis



Costo total de la orden



Velocidad de entrega



Selección más amplia dentro de la categoría 35% | 28%



México | Asia

Los minoristas tienen que continuar brindando una experiencia única e innovadora

Conozco la calidad de los productos



45% | 41%

Ofrecen productos únicos



35% | 27%

Conozco los productos y sé que me quedan bien



24% | 21%

El servicio que proporcionan es mejor



23% | 17%

México | Asia

Acciones Clave

- Elevar la experiencia en línea
- Entender las preferencias
- Medir la satisfacción del cliente
- El servicio al cliente es prioridad
- Contactar clientes a través de diferentes canales
- Ofrecer opciones flexibles de entrega



Gracias

¿Preguntas?



Descarga el estudio completo en
www.ups.com

Rosalva Rivera
Gerente de Mercadotecnia
UPS México
rrivera2@ups.com

