

UNA NUEVA FORMA DE HACER NEGOCIOS:

Ha habido un cambio radical en el comportamiento de los consumidores como resultado de la pandemia global. Para las marcas y los profesionales del marketing la forma de interactuar con los clientes ha cambiado. A continuación describimos algunos resultados de nuestra última encuesta de consumidores.

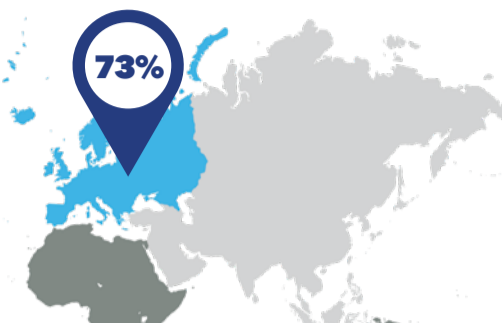
CAMBIOS EN EL EMPLEO Y EL GASTO

Selligent encuestó a **5000 CONSUMIDORES EN TODO EL MUNDO**

El 75%

de consumidores tuvo reducción de trabajo, menos salario, o pérdida de empleo

80% en América del Norte vs. el 73% en EU



Más mujeres reportan menos trabajo

79%

71%

El 82% de consumidores son optimistas y creen que encontrarán trabajo dentro de los próximos 6-12 meses

EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA se ha modificado radicalmente

El 60% da prioridad a la compra de artículos esenciales

El 29% comprará más por canales online



Gasto no esencial en alcohol: **1 de cada 5 Millennials** ha incrementado este consumo a nivel mundial

Gasto regional en alcohol:

América del Norte **27%**
Europa **14%**

El 53% de consumidores sobrelleva el aburrimiento en casa con el entretenimiento y la compra de alcohol

Por generación:

Generación Z **61%**
Generación Y **62%**
Generación X **54%**
Boomers **29%**



3 MANERAS DE DAR SOPORTE A TUS CONSUMIDORES

1 ENVIA COMUNICACIONES OMNICANAL en tiempo real y relevantes

El 54%

de consumidores afirma que las ventas y las ofertas son las comunicaciones más valiosas para ellos (los consumidores son más conscientes de los gastos y se enfocan más en el valor)

El 76%

espera actualizaciones en tiempo real de las compras realizadas en la app / correo electrónico



ventas secretas • envíos gratis • códigos promocionales

2 DEMUÉSTRÁLES QUE TE IMPORTAN con beneficios tangibles

El 51%

de consumidores afirma que los productos, servicios y ventajas gratis, son la mejor manera de que las marcas muestren interés

El 64%

quiere una recogida sin contacto

Generación X, Y, Z **66-71%**

Boomers **49%**

Mujeres **69%**

Hombres **60%**

Recogida en acera o en puntos de entrega:



Generación X, Y, Z **64-67%**

Boomers **43%**



3 OFRECE SEGURIDAD, FLEXIBILIDAD y un servicio de atención al cliente transparente

El 76%

de consumidores quiere protocolos de seguridad claramente comunicados



El 81%

espera que las cancelaciones y devoluciones sean flexibles



El 71%

quiere saber la disponibilidad del producto antes de pedir online o ir a la tienda

¿QUIERES SABER MÁS?

www.selligent.com/es/consumidorconectado2020