



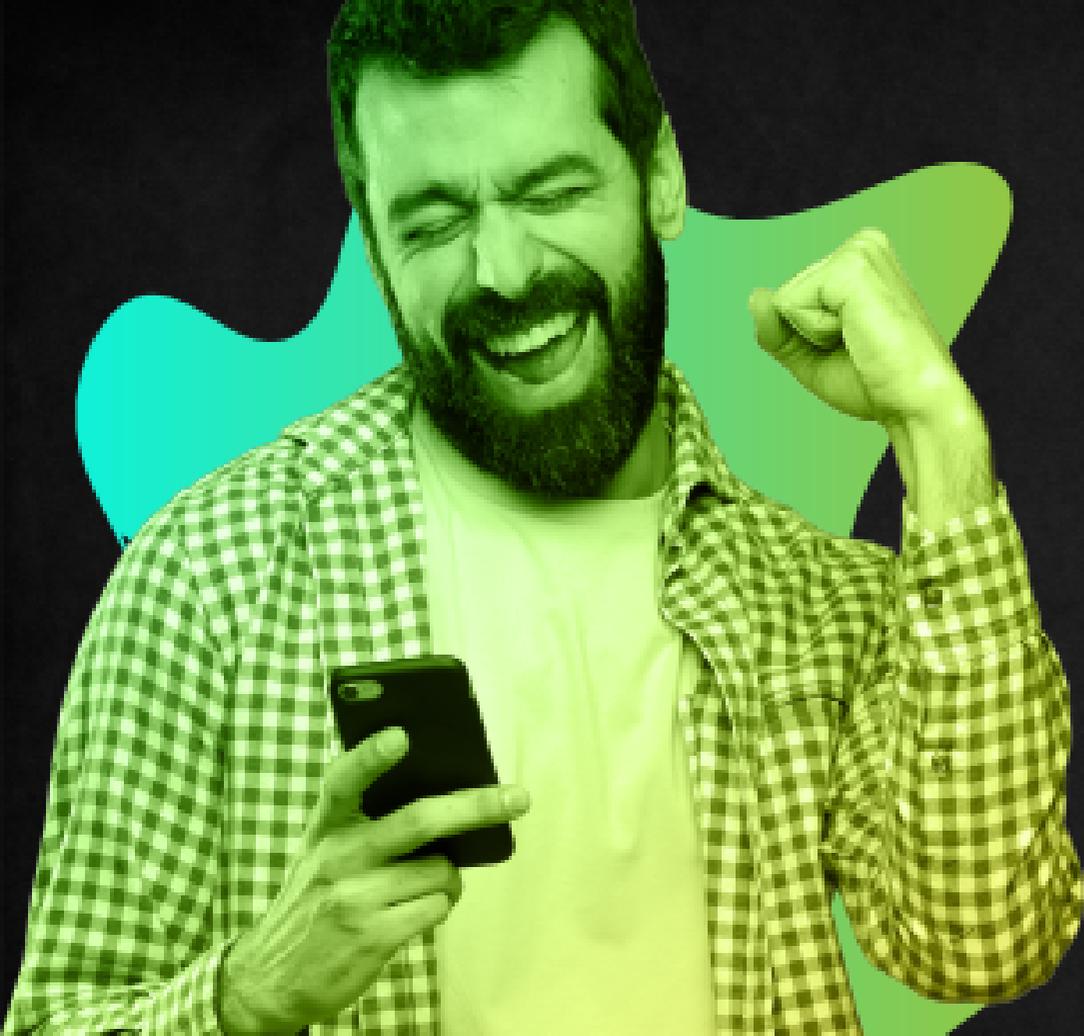
TENDENCIAS
DIGITALES

BLACK

FRIDAY

eXprimeNet

www.e-xprimenet.com



CONTENIDO

TENDENCIAS

**BLACK
FRIDAY**

ANÁLISIS

**CONSUMIDOR
ESPAÑOL**

COMPORTAMIENTO

**DEL USUARIO
& CANALES DE VENTA**

BLACK FRIDAY

DAY BLACK F

BLACK FRIDAY

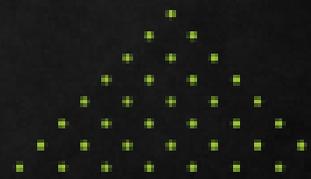
DAY BLACK F

BLACK FRIDAY



TENDENCIAS

**BLACK
FRIDAY**



BLACK FRIDAY
COMO
OPORTUNIDAD
PARA CAPTAR UN
CONSUMIDOR MÁS
SENSIBLE AL
PRECIO



LOS MESES MÁS RELEVANTES
EN BÚSQUEDAS SON:

**OCTUBRE &
NOVIEMBRE**

FUENTE: GOOGLE.COM



64%

DE LOS CONSUMIDORES NO
SABE QUE COMPRAR
DURANTE EL BLACK FRIDAY



7%

DE LOS CONSUMIDORES SI
SABE QUE COMPRAR
DURANTE EL BLACK FRIDAY

“ CONSUMIDOR MÁS SENSIBLE AL PRECIO, RETRASANDO SUS COMPRAS A LOS MOMENTOS DE MAYOR DESCUENTO ”

UNA OPORTUNIDAD PARA CAPTAR UN CONSUMIDOR MÁS SENSIBLE AL PRECIO

FUENTE: GOOGLE.COM

¿SE RETRASAN LAS COMPRAS HASTA BLACK FRIDAY?

39%

Retrasan las compras generales hasta las ofertas del Black Friday.

21%

Prefieren esperar para comprar productos de alto valor.

22%

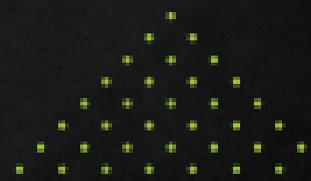
Espera para comprar productos no esenciales durante el Black Friday.

15%

Eligen no retrasar compras hasta la temporada de Black Friday.



ANÁLISIS
**CONSUMIDOR
ESPAÑOL**





BLACK FRIDAY

ES MÁS FEMENINO

56%

De los consumidores españoles sensibles ante las ofertas de la temporada de Black Friday son mujeres



GASTO PROMEDIO

De acuerdo con las cifras de Google los consumidores españoles dedican una parte de sus ingresos a invertir durante la temporada de Black Friday

€200

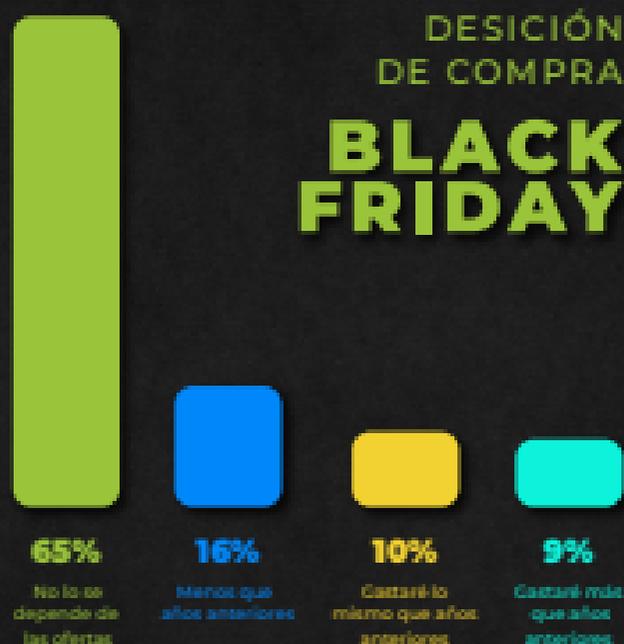


HOMBRES: €210
MUJERES: €186

MÁS DEL 60% DE LOS CONSUMIDORES ESTÁN INDECISOS EN CUANTO A VOLUMEN DE GASTO; DEPENDERÁ DE LA CALIDAD Y CANTIDAD DE OFERTAS QUE LES LLEGUEN.

UN TERCIO DE LOS ESPAÑOLES TIENE PREVISTO COMPRAR EN EL BLACK FRIDAY 2022

FUENTE: GOOGLE.COM



Los consumidores que buscan con al menos 2 semanas de antelación pretenden gastar más el próximo Black Friday

BLACK FRIDAY | CIBERMONDAY



EL CONSUMIDOR
VERÁ EL
MUNDIAL

“
Prepara tu Black Friday y
adapta tu comunicación
teniendo en cuenta las
categorías más
estacionales en época
de Mundial”
”



COMPORTAMIENTO
DEL USUARIO
& CANALES DE VENTA



DESDE EL BLACK FRIDAY
LA CIFRA DE FACTURACIÓN
REPRESENTA EL 30%
ANUAL

78%

Comprará modo presencial

21%

Comprará ONLINE

CANALES DE COMPRA

En cuanto a los canales, el más efectivo es el correo electrónico, con un 4,5% de conversión. Luego sigue el directo con un 4%, las búsquedas con un 3% y las redes sociales con un 2%.



MAILING

4,5%



DIRECTO

4%



REDES SOCIALES

2%



ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Si analizamos cuáles son los grupos de edades que más compran en estas fechas, nos encontramos con que los miembros de la generación Z son los que más piensan gastar con motivo del Black Friday. El 45,33% de los que forman parte de esta generación han expresado su intención de comprar algo durante el Black Friday.

El 73% de los compradores tienen pensado realizar sus compras en tiendas físicas pero el 60% de los que han afirmado que acudirán a tiendas de barrio quieren investigar primero por internet antes de comprar. Las tiendas físicas por tanto competirán con su entorno local y además con su entorno digital, es una situación compleja pero han de tener en cuenta que los usuarios que entren por la puerta serán usuarios muy informados.

COMPRAMOS SIN UN PRESUPUESTO FIJO EN FUNCIÓN DE LAS OPORTUNIDADES

 60%

De los consumidores están inseguros sobre volumen de gasto.

TECNOLOGÍA, MODA Y COMPLEMENTOS COMO COMPRAS PREFERENTES LOS PRODUCTOS TECNOLÓGICOS

40%

De los consumidores abarcan la demanda en productos de tecnología.

33%

De los consumidores compran productos del sector de la moda.



7%

De los consumidores compran sobre planes de ocio y entretenimiento.

3%

De los consumidores encuentran sus productos a través de buscadores.

ANTICIPAREMOS LAS COMPRAS DE NAVIDAD

Un 74% de los encuestados aseguró que haría, por anticipado, las compras de navidad. Por ende, es una gran oportunidad para los negocios que estén preparados para la demanda de este tipo de productos.

60%

De los consumidores comprarán a través de dispositivos móviles.

40%

De los consumidores comprarán a través de PC o tablet.

Es importante tener todo el proceso de compra optimizado para dispositivos móviles ya que un 25% asegura que no compraría de nuevo si su experiencia online no es óptima. La experiencia del cliente en las distintas plataformas ha de ser ideal para que esto se traduzca en ventas pero sobre todo fidelidad a la marca.



TENDENCIAS
DIGITALES

BLACK

FRIDAY

eXprimeNet

www.e-prime.net.com