

www.e-xprimenet.com

ESTUDIO NACIONAL

SOBRE LAS
DEVOLUCIONES &
FACILIDADES DE
PAGO

**EN LAS COMPRAS
ONLINE DE
NAVIDAD 2022**

eXprimeNet

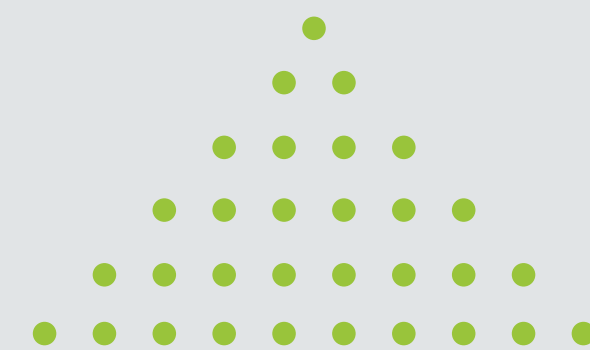


eXprimeNet



eXprimeNet

La consultora de marketing digital tiene sede central en Valencia. Desde su creación en 2005, ha trabajado con más de 398 clientes de diferentes rincones del mundo, logrando un alcance medio de usuarios objetivo del 90 % y una interacción media del target del 35%. Ha gestionado una inversión de 16,9 millones. Trabaja para potenciar los canales digitales desde el análisis, desarrollo, datos, estrategia con un enfoque orientado resultados de un modo multicanal.



ESTUDIO NACIONAL

SOBRE LAS
DEVOLUCIONES &
FACILIDADES DE
PAGO

**EN LAS COMPRAS
ONLINE DE
NAVIDAD 2022**





CONTENIDO

DEVOLUCIÓN DE
PRODUCTOS A NIVEL
NACIONAL

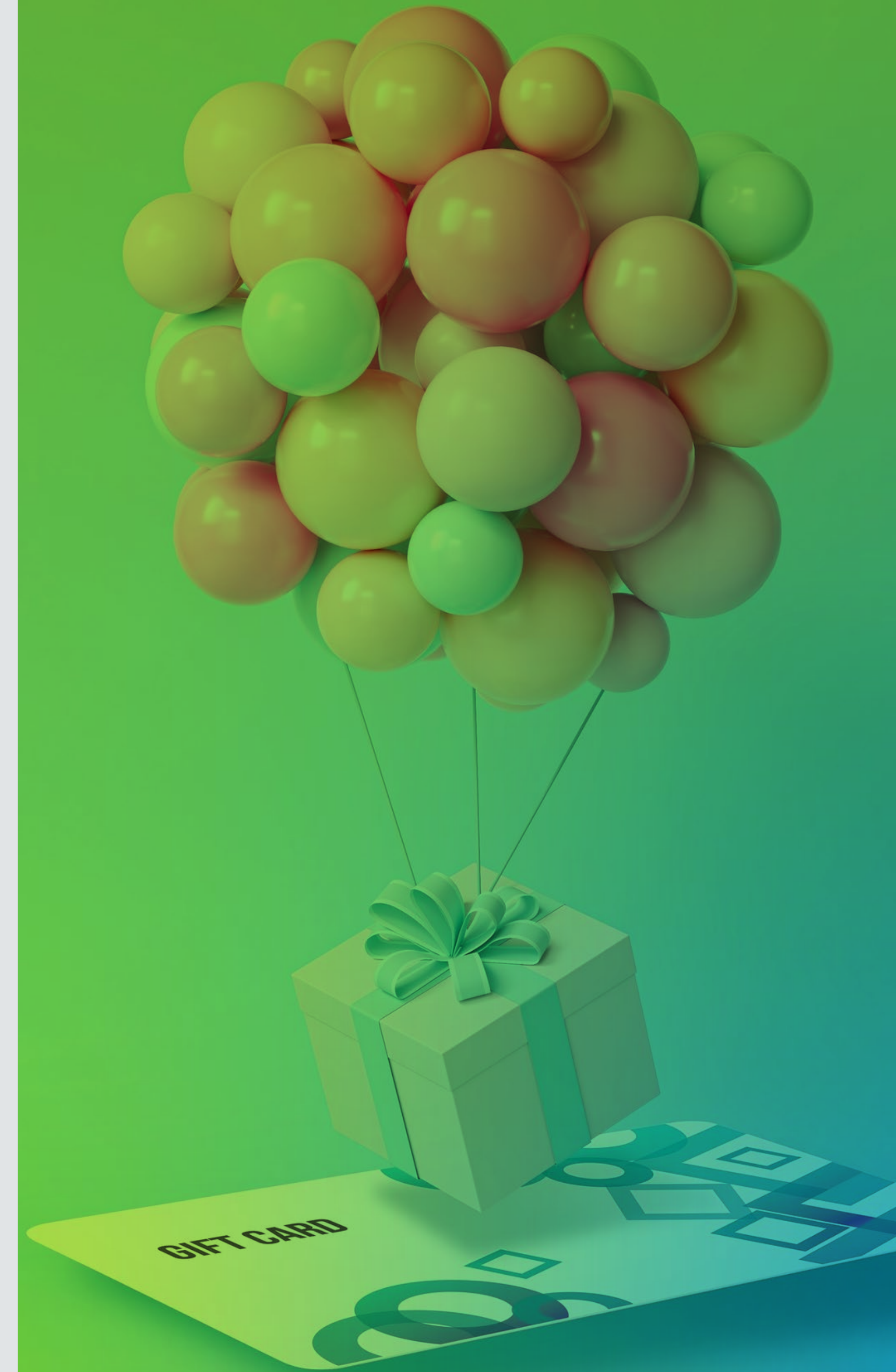
Página 6

MOTIVOS DE DEVOLUCIÓN
DE PRODUCTOS A NIVEL
NACIONAL

Página 10

MÉTODOS DE
PAGO Y FACILIDADES
PARA REALIZAR
COMPRAS

Página 16





DEVOLUCIÓN DE PRODUCTOS A NIVEL NACIONAL

eXprimeNet



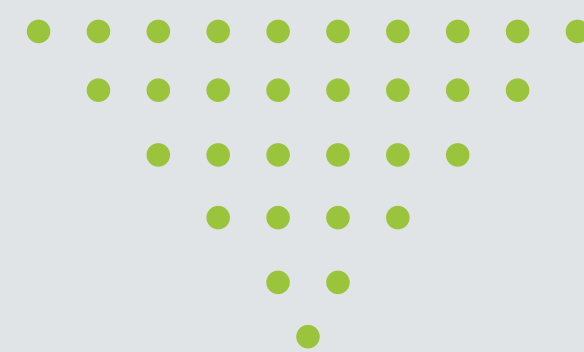
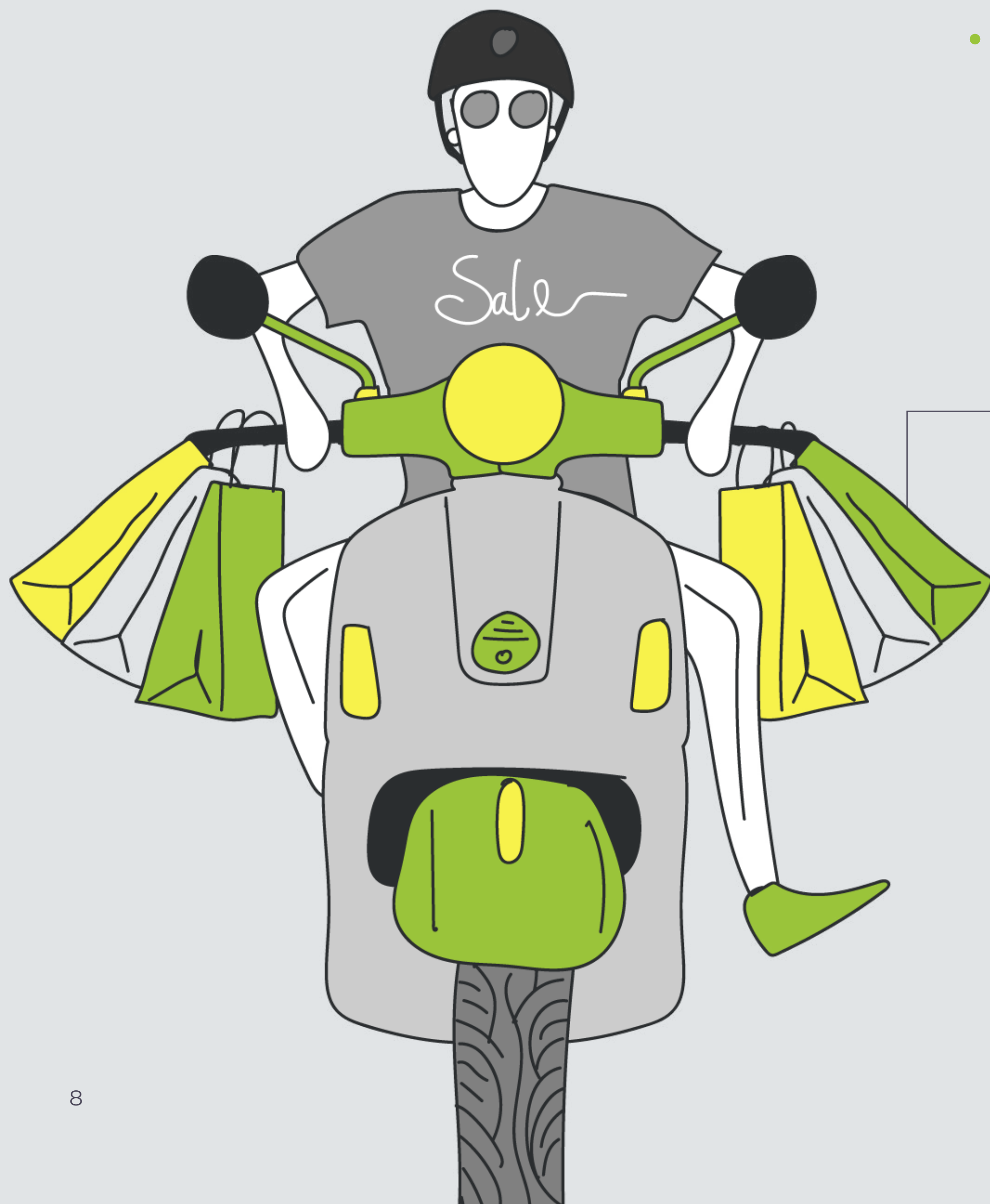


DEVOLUCIÓN DE PRODUCTOS A NIVEL NACIONAL

Madrid, 20 de diciembre de 2022. Las devoluciones gratuitas de productos adquiridos por internet son un factor decisivo de compra para siete de cada 10 consumidores, según la encuesta realizada a 1500 consumidores españoles durante la primera quincena de este mes por la consultora Exprimenet.

El estudio, dirigido a conocer cómo afectan las facilidades de devolución y las formas de pago en la toma de decisión de compra en una época con un consumo y compra online tan elevado como es la Navidad. apunta, además, que el 71% han devuelto un producto online en los últimos tres meses. Con respecto a la frecuencia, el 16% suele devolver una compra al mes, el 14% dos o tres, y el 8%, incluso, una compra online a la semana. El resto afirma no hacer devoluciones con frecuencia.





DEVOLUCIONES

PRODUCTOS COMPRADOS DE FORMA ONLINE

71%

De los clientes han devuelto un producto online en los últimos tres meses

16%

De los clientes devuelven un producto al mes.

14%

De los clientes devuelven dos o tres productos al mes.

8%

De los clientes devuelven un producto a la semana.





**7 DE CADA 10 CONSUMIDORES
CONSIDERAN **LAS DEVOLUCIONES
GRATUITAS** DE PRODUCTOS ONLINE
UN FACTOR DECISIVO DE COMPRA**

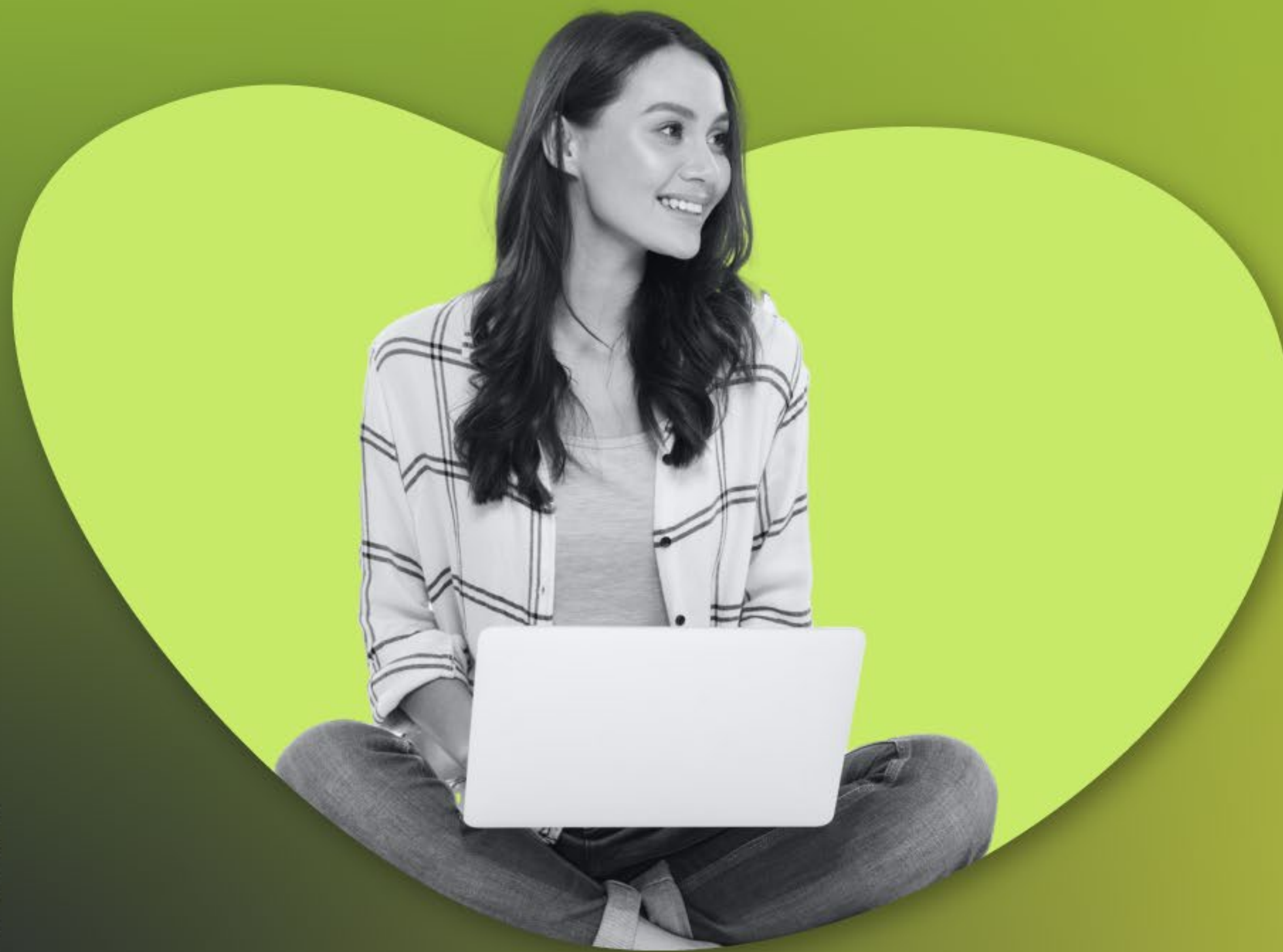
51%

De los clientes devuelven
productos de la línea de ropa y
calzado,

26%

De los clientes devuelven
productos de la línea de
electrónica.





MOTIVOS DE DEVOLUCIÓN DE PRODUCTOS A NIVEL NACIONAL

eXprimeNet



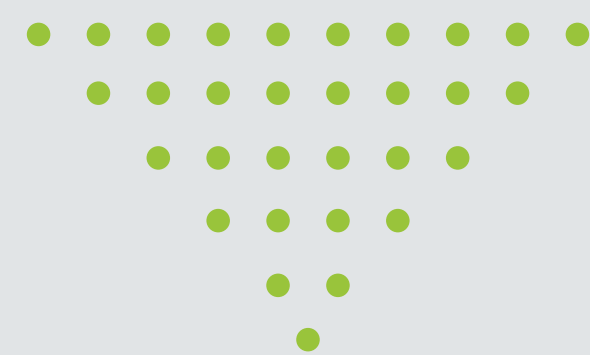


CONSUMO EN NAVIDAD A NIVEL NACIONAL

PRINCIPAL MOTIVO DE DEVOLUCIÓN

DE PRODUCTOS COMPRADOS
A NIVEL NACIONAL

El motivo principal **suele ser la talla**, para casi 5 de cada 10 encuestados, el 47%, aunque llama la atención la investigación de precios posterior y las compras de mayor productos para ahorrar en gastos de envío.



MOTIVOS DE DEVOLUCIÓN

47%

De los encuestados, devuelve el producto por la talla.

MOTIVO PRINCIPAL

17%

De los encuestados, devuelve el producto porque no cumple con las expectativas.



16%

De los encuestados, devuelve el producto porque el producto tiene desperfectos.

13%

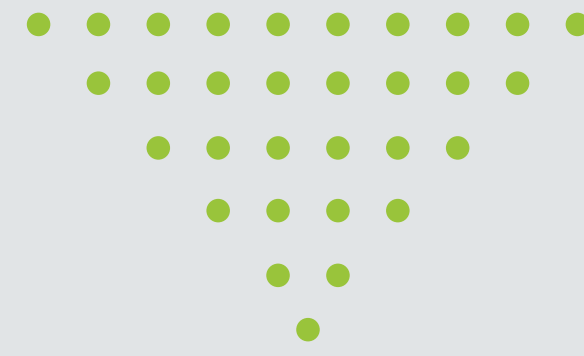
De los encuestados, devuelve el producto porque encontro el producto más barato.



¿CÓMO REDUCIR LAS DEVOLUCIONES?

Las devoluciones online son caras para las empresas. Comenzaron como un medio para impulsar la compra por internet cuando no era tan común, pero ahora que lo es, supone una pérdida de ingresos importante para las compañías. “Las facilidades de devolución son un fuerte impulsor de las compras y, además, ayuda a mejorar la reputación ya que se considera una declaración de confianza en la marca a nivel mundial”, subraya Vicente Palacios, socio y consultor de Exprimenet.





HAY EMPRESAS QUE CAPTURAN LAS MEDIDAS DE LOS CLIENTES Y **LAS TRADUCEN EN RECOMENDACIONES DE TALLAS**

Con relación al sector textil, “cuanto más se detalle las tallas, menos devoluciones se producirán”, apunta Vicente Palacios, socio y consultor de Exprimenet. Hay empresas que capturan las medidas de los clientes y las traducen en recomendaciones de tallas, “esto mejora tanto la reputación de la marca, como la precisión de las tallas” afirma el consultor. Amazon, por ejemplo, muestra ya reseñas con fotos y vídeos que suben los compradores, y algunas plataformas ya usan modelos que se parezcan sus compradores habituales. Shein, por ejemplo, da puntos extra a aquellos que compartan fotos en su reseña.

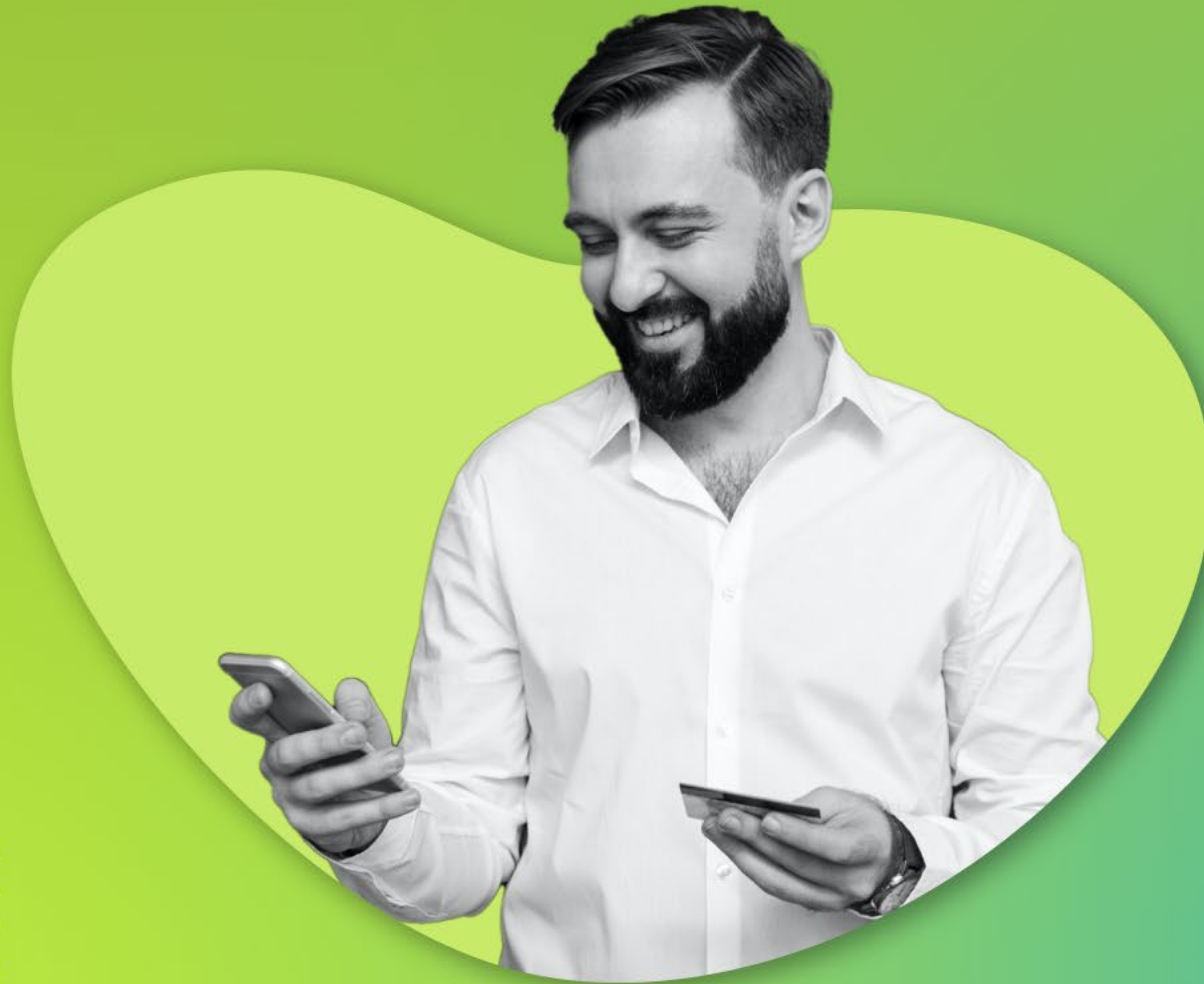




En Electrónica “los videos tutoriales y transmisiones en vivo sobre el producto y fotos en 3D ayudan a reducir esas devoluciones”, cree el experto de la consultora. En cuanto a muebles, hay tiendas como IKEA que tienen aplicaciones de realidad aumentada (AR) que te permiten ver cómo se vería un artículo en una habitación. “Lo que se busca es reducir devoluciones con tecnología para evitar errores”, señala Palacios.

LAS FACILIDADES DE
DEVOLUCIÓN **SON UN
FUERTE IMPULSOR DE LAS
COMPRAS**





MÉTODOS DE PAGO Y FACILIDADES PARA REALIZAR COMPRAS

eXprimeNet





6 DE CADA 10
CONSUMIDORES SE VEN
INFLUENCIADO **POR LAS
FACILIDADES DE PAGO
QUE OFRECEN AHORA LAS
TIENDAS ONLINE**



FACILIDADES DE PAGO

30%

De los encuestados cree que la facilidad de pago, le permiten acceder a créditos.

19%

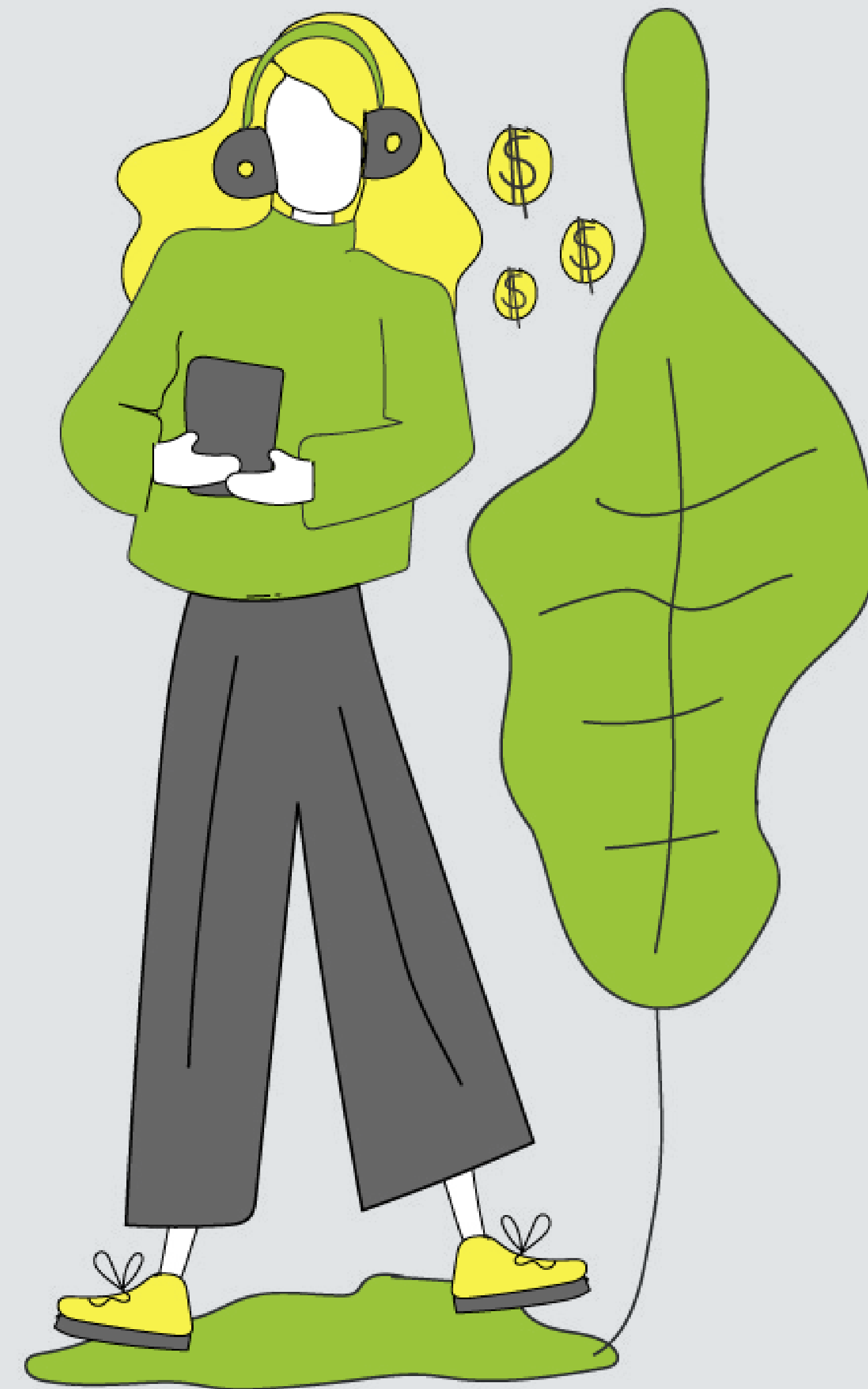
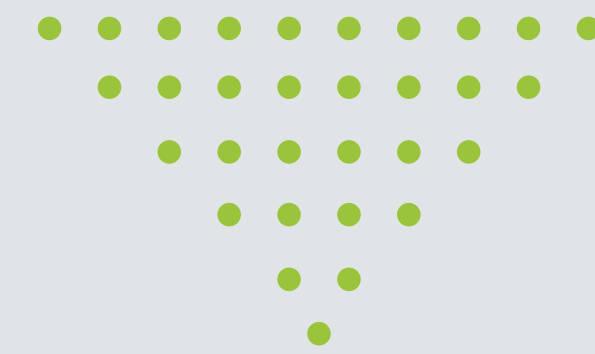
De los encuestados cree que la facilidad de pago, le permite pagar más con débito que con crédito.

29%

De los encuestados cree que la facilidad de pago, opina que son una forma de anticipar las compras.

18%

De los encuestados cree que la facilidad de pago, le permite comprar cosas más caras en línea .





CONSULTA NACIONAL

La encuesta nacional se ha realizado online a 1500 personas de distintas franjas de edad (50 % mujeres y 50% hombres), en diferentes regiones del país, durante las dos primeras semanas de diciembre de este año.



eXprimeNet

Somos digital partners de grandes agencias de medios participando como consultores en empresas líderes de su sector. Asignamos a cada proyecto un equipo de expertos con experiencia en el sector y la tecnología que requiere el proyecto.





www.e-xprimenet.com

ESTUDIO NACIONAL

SOBRE LAS
DEVOLUCIONES &
FACILIDADES DE
PAGO

**EN LAS COMPRAS
ONLINE DE
NAVIDAD 2022**

eXprimeNet