

Claves para ganarse al nuevo consumidor

La evolución de la tienda física hacia un modelo más sofisticado y personalizado: punto de compra y de experiencia

Compras semanales on/offline

 **36%**
acude a la tienda física

 **20%**
compra online a través de su PC

 **11%**
compra online desde su smartphone

 **10%**
compra online desde su tablet

El papel de la tecnología móvil en el proceso pre-compra

Uso del teléfono móvil antes de la compra

 **49%**
Realiza búsquedas online para informarse sobre el producto

 **49%**
compara precios con otros productos competidores

 **23%**
Localiza tiendas con su smartphone

 **25%**
canjea cupones promocionales

Las redes sociales continúan ganando fuerza

El **62%** que interactuaron con su marca preferida a través de las redes sociales, se sintieron movidos a comprar más.

Uso de las redes sociales por parte de los consumidores online

 **45%**
busca promociones y rebajas

 **24%**
realiza búsquedas de productos

 **24%**
sigue recomendaciones de amigos o expertos

Nuevos consumidores, nuevos comportamientos

Interacción de los Millenials con las marcas a través del móvil y en redes sociales

Millenials (18-24 años)



Resto población

