

Estrato tres consulta menos sus compras

COMERCIO. EL COMPRADOR QUE ESTÁ BUSCANDO PROMOCIONES Y REALIZANDO COMPRAS OCASIONALES VA EN AUMENTO, ESTO, GRACIAS AL AUGE DE LAS TIENDAS DE DESCUENTO

BOGOTÁ

Los compradores siguen prefiriendo ir a la tienda física que tener una experiencia previa en distintos medios como redes sociales o páginas web.

En esta línea, las personas que pertenecen al estrato tres son las que menos consultan los medios electrónicos para buscar información de sus compras (33%). Mientras que, 46% de las personas que está en estrato seis prefiere enterarse con antelación de qué es lo que está adquiriendo.

En 2017, 83% de los compradores de estrato tres utilizaba la información disponible en los medios físicos, comparado con 17% que prefería otros tipos de búsqueda. Este último porcentaje aumentó a 33% este año.

Estas son algunas de las conclusiones a las que llegó en el estudio sobre incidencia de los hábitos de búsqueda de información en los shoppers colombianos.

Por su parte, solo 23% de las personas del estrato cuatro al seis preferían hace dos años buscar información de otras fuentes. Una cifra que aumentó a 46% en 2019.

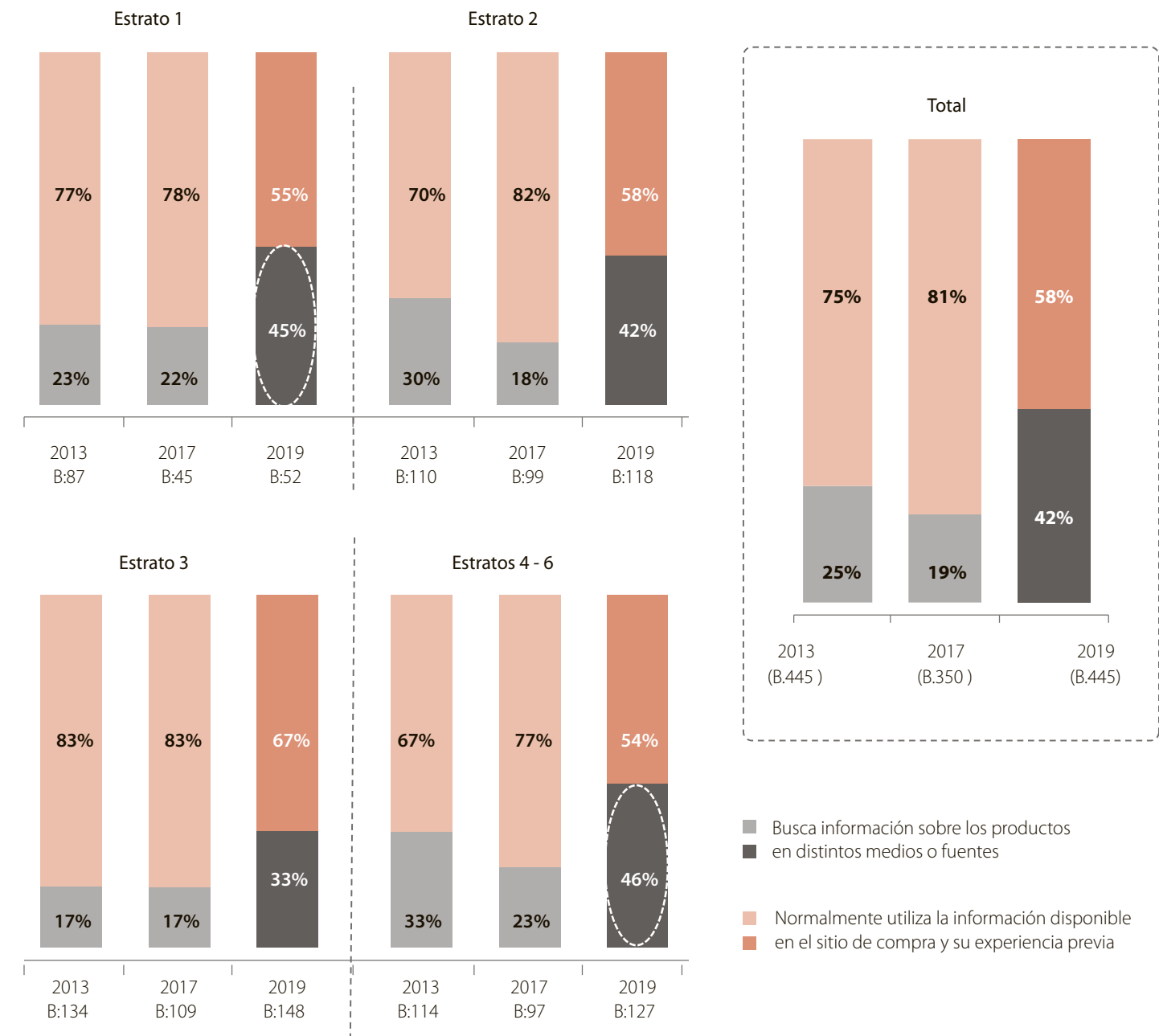
Los datos muestran como los estratos tres consultan menos sus compras en otros medios que los estratos más bajos y que los estratos más altos.

Pese a estos datos, el comprador le ha ido perdiendo el miedo a adquirir por medio de dispositivos electrónicos sus productos, convirtiendo los espacios de interacción como Facebook e Instagram en plataformas de compra. Además, los días como BlackFriday o Cyber Monday han hecho que los compradores busquen más descuentos por estos medios.

El informe realizado por BrandStrat da muestra de cómo,

HÁBITOS BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN CATEGORÍA ROPA

Apertura por estrato



generalmente, se obtiene información mediante los sitios de compra de ropa.

Además, refiere que los estratos cuatro, cinco y seis se mantienen en su tendencia a incrementar el hábito de realizar consultas por diversas fuentes.

Los estratos bajos se empiezan a sumar a esta tendencia.

En este punto resaltan que en estratos bajos suelen adquirir productos gracias a la experiencia directa en el lugar de compra.

Esta investigación se realizó a través de entrevistas personales en sus hogares, con personas entre 18 hasta los 70 años y de ciudades

como: Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla. El muestreo se hizo entre el 04 y el 14 de junio.

El informe sugiere que una de las estrategias que debería considerarse en las empresas es mantener una presencia fuerte en los puntos de venta y hacer esfuerzos publicitarios.

Otra de las recomendaciones es fortalecer la experiencia sobre la información de los productos. Tener una información directa y crear un ambiente de compra agradable que incluya buenos espacios, iluminación y un sonido acogedor para el cliente.

MARÍA ALEJANDRA SOLANO V. @MSolanoLR

Fuente: BrandStrat Gráfico: LR-VT