

BLACK FRIDAY 2019:

TANDEM UP

10 CLAVES DE COMPORTAMIENTO DE COMPRA ONLINE.

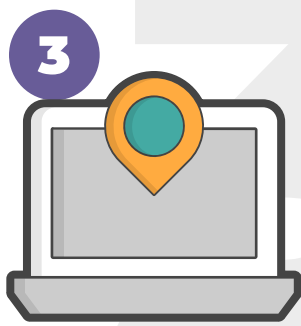


Un **87%** de los internautas mayores de edad declara que comprará en el próximo **Black Friday**.



Un **85%** de los encuestados planifican sus compras para el Black Friday.

Un **47%** de ellos utilizará esta fecha para comprar un producto o servicio que le ha gustado y un **38%** dice que esperan si el producto es realmente caro.



El principal canal para estar informado de las promociones de Black Friday es la web de la marca según el **51%** de los e-shoppers.

Seguido de la combinación de

- Newsletter (**38%**)
- Amigos/Conocidos (**37%**)
- Redes Sociales (**36%**)



Los productos tecnológicos y de moda/belleza serán los que más se comprarán.



Para **2** de cada **3** el canal online será el más utilizado tanto para buscar información como para formalizar la compra.

Sólo un **11%** declara que hará todo el proceso en el canal offline (ver y comprar el producto en tienda)



El dispositivo más utilizado para realizar la compra será el **ordenador**.

Para 3 de cada 4 el PC será el dispositivo para realizar las compras del Black Friday. Aunque, cabe destacar que un **30%** de las mujeres las realizarán vía móvil.

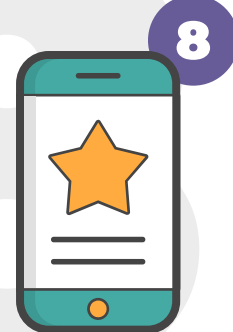


Los españoles esperan gastarse en el Black Friday unos **200€**

en promedio, aunque declaran que para Navidades se llegarán a gastar más.



El canal más destacado para formalizar la compra son los **Marketplaces**.



Amazon, el Marketplace que va a reinar las compras del Black Friday.

Amazon obtiene un **93%** de las menciones, seguido de Aliexpress, El Corte Inglés y Ebay.



El principal driver de compra para adquirir un producto en un Marketplace es el **precio**.

Además del precio, se valora la variedad de productos que ofrecen estas marcas y las buenas experiencias previas en ese canal.

