Whatsapp, un canal clave en las compras minoristas en Argentina

Agosto, 2020

FACEBOOK

accenture

WhatsApp como herramienta de compras

- Con la imposición del aislamiento social, **WhatsApp** se ha convertido en una herramienta **ampliamente utilizada para comprar en línea. Hoy, 71% de los consumidores argentinos** usan la aplicación para este propósito

El proceso de compra

- WhatsApp está presente en diversos momentos durante **el proceso de compra**
- **65% de los consumidores comienzan** sus compras también **a través de las redes sociales**
- **Apenas 6%** de los consumidores dicen **sentirse inseguros cuando compran a través de WhatsApp**

Cómo y qué compran

- WhatsApp ya forma parte de los hábitos de compra **en más de 30 categorías**
- Para los consumidores, **WhatsApp ayuda a crear una rutina de compras personalizada**

Visión post pandemia

- Los consumidores esperan **seguir usando WhatsApp** para comprar **después de la pandemia**
- **Entre los que hoy no compran** a través de WhatsApp, 44% estaría **dispuesto a usarlo a corto plazo**

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

WhatsApp como herramienta de compras

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

WhatsApp es hoy la herramienta de comunicación más popular de Argentina

99%

de los entrevistados en una encuesta reciente, dicen que usan la plataforma de manera frecuente

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

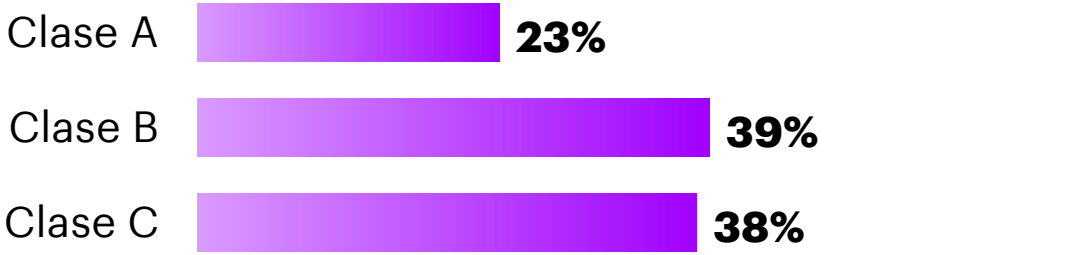
WHATSAPP ESTÁ MUY PRESENTE EN EL PROCESO DE COMPRAS DE LOS ARGENTINOS

71%
de los encuestados usan WhatsApp para comprar

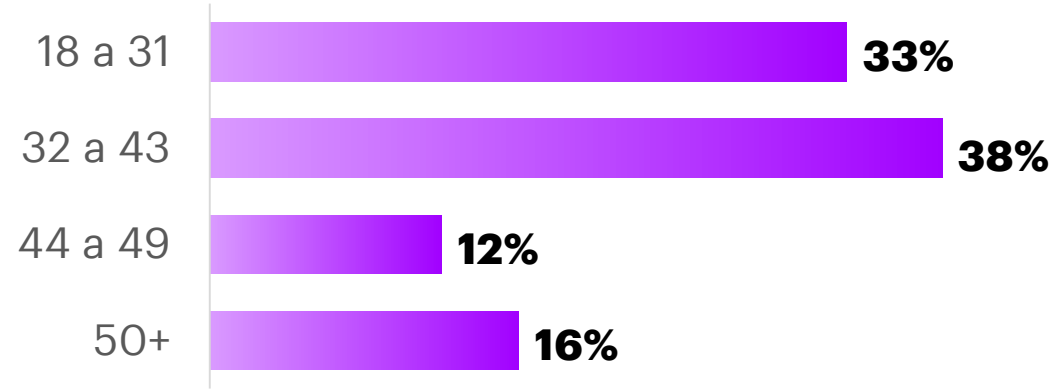
"Una amiga me recomendó una tienda de vinos. Entré al Instagram, estaba el número de WhatsApp, lo agendé y me contacté. ***Me enviaron el catálogo en PDF y de ahí elegí."***

Género

Nível socio-económico



Rango de edad



Nota: Los datos demográficos reflejan el extracto preciso de 601 personas encuestadas del 11 al 16 de junio. La investigación fue realizada por Bridge Research y los encuestados fueron seleccionados al azar de un panel en línea.

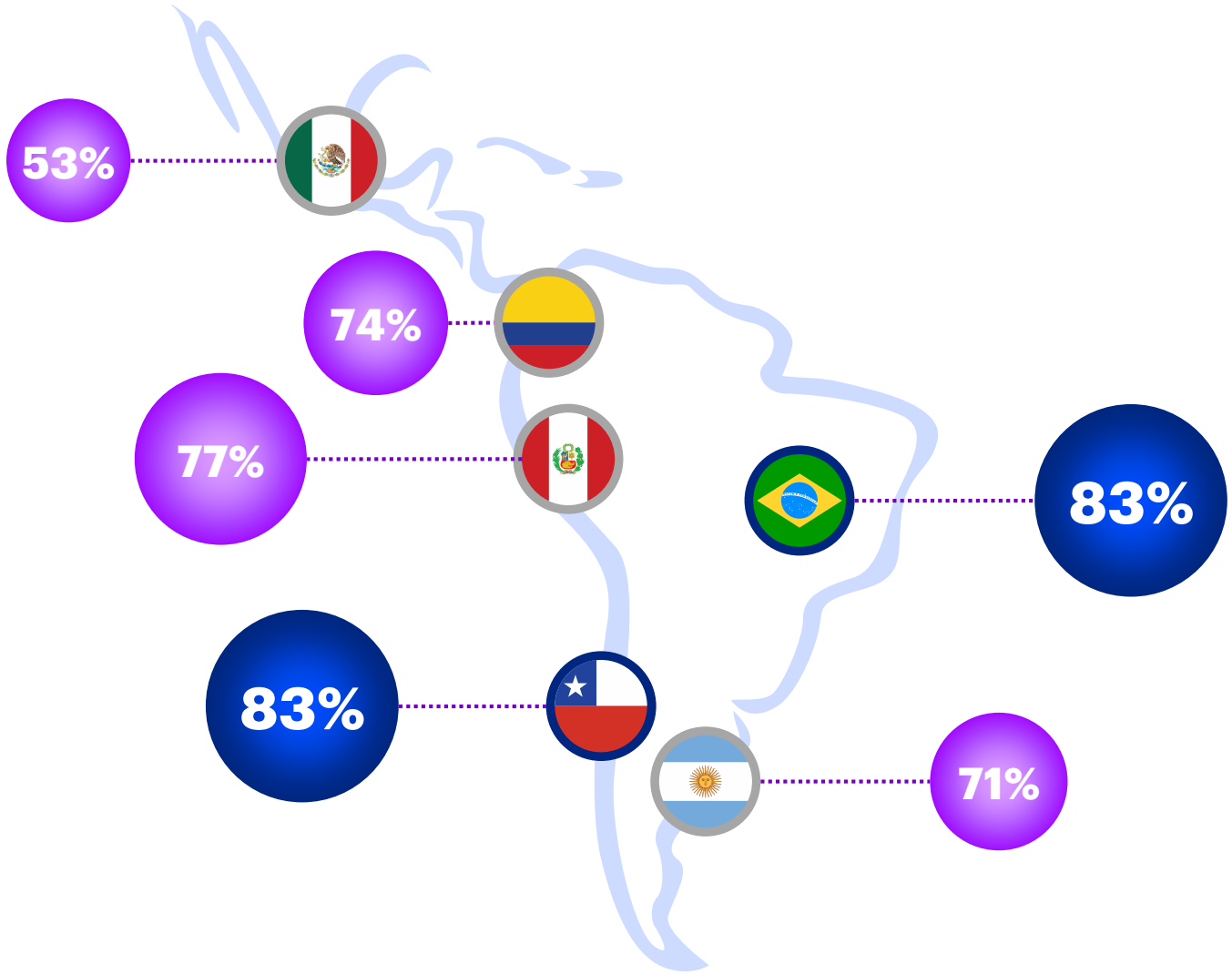
Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

EN AMÉRICA LATINA WHATSAPP ESTÁ MUY PRESENTE EN EL PROCESO DE COMPRA

Con entrevistados de 6 países de América Latina, la encuesta mostró que WhatsApp ya es parte del proceso de compras de la gran mayoría de los consumidores

Antes de la pandemia ya usaba WhatsApp para comprar, ahora lo uso más. Antes era mensual, dependiendo de las ofertas. ***Ahora compro, al menos, una vez por semana.***



Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

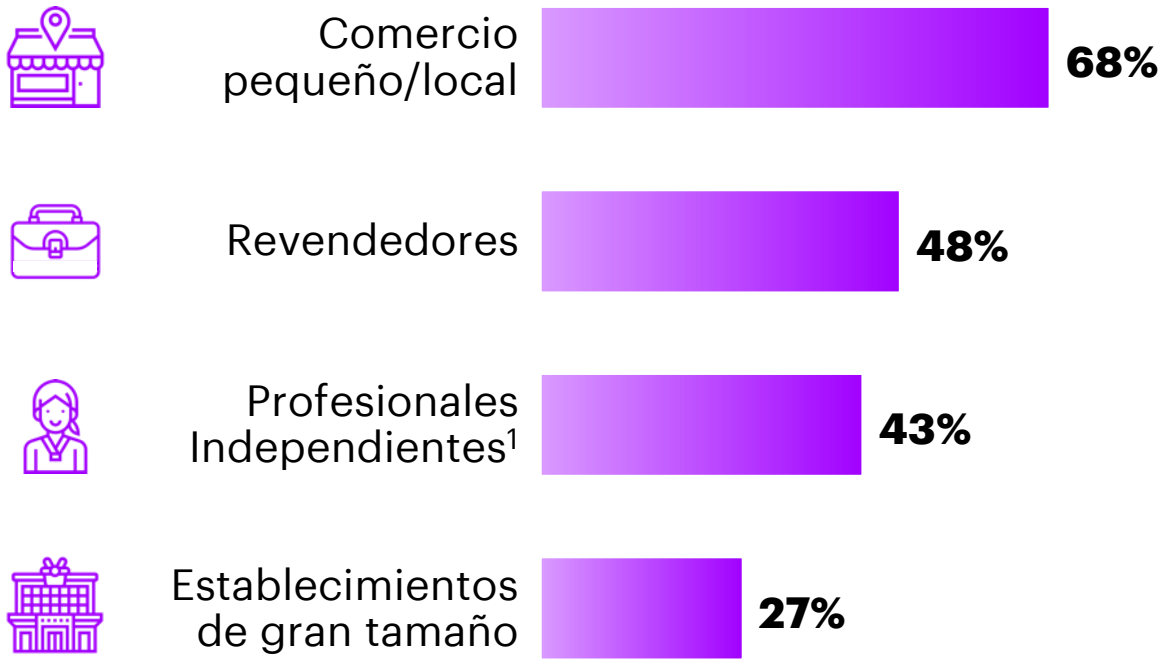
Cómo y qué compran

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

WHATSAPP PERMITE CONECTAR, TANTO A LOS PEQUEÑOS COMO A LOS GRANDES COMERCIOS CON SUS CLIENTES

¿Qué tipo de comercio utilizaste para hacer tus compras?



11/04/2020 AISLAMIENTO SOCIAL

Pedidos por mail, whatsapp y apps: las estrategias de pequeños comercios

Almacenes, ferreterías y otros comercios de barrios porteños, algunos con permiso para abrir y otros no, se organizaron utilizando una aplicación gratuita, pero también con carteles en las puertas de sus negocios.

Almirante Brown lanzó un programa de compras locales por Whatsapp

"Sin salir de casa", posibilita la compra directa a comerciantes, feriantes, productores rurales y emprendedores locales, con el objetivo de que puedan continuar con su actividad en medio del aislamiento obligatorio.

"Desde la pandemia recibo más ofertas. Los locales de barrio tuvieron que adaptarse, ir hacia el cliente. Hoy te mandan la oferta todos los días. La interacción es mutua, ellos aumentaron la publicidad y yo estoy más pendiente."

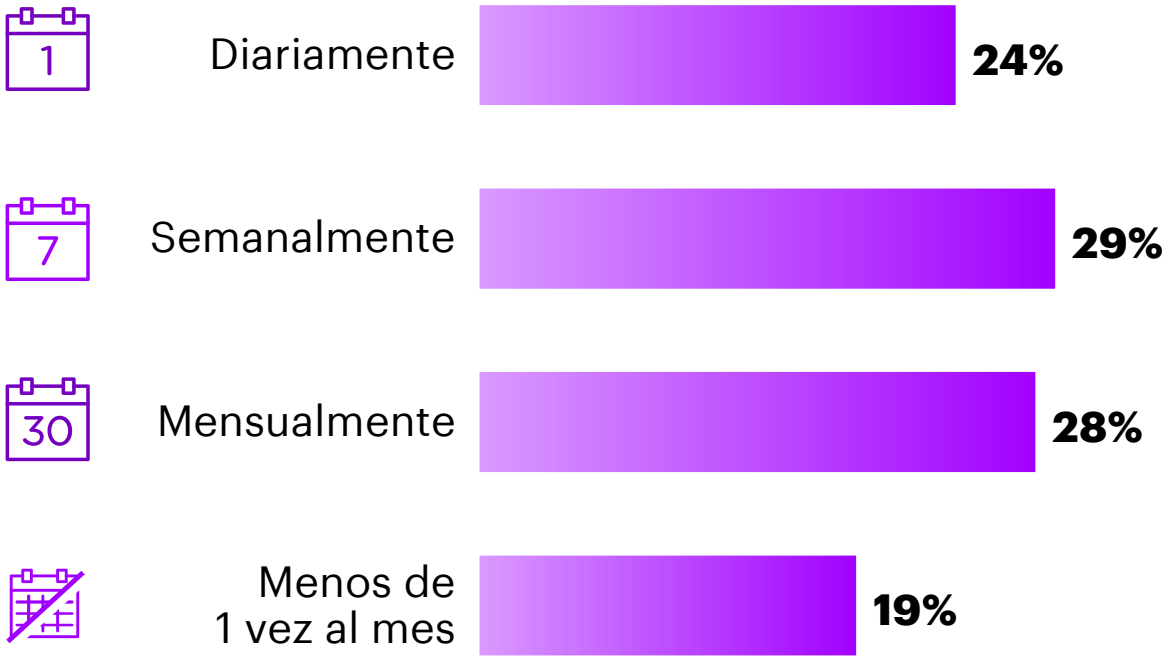
Nota: N = 366 / Ponderación de datos para equilibrar la representatividad de la muestra
1. Exemplos: vendedor, albañil, diariero y médico.

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

ACTUALMENTE LA FRECUENCIA DE COMPRA ESTÁ EN AUMENTO

¿Con qué frequencia usa WhatsApp para comprar?



Con la llegada del COVID-19, la frecuencia de uso de WhatsApp para realizar compras se ha incrementado.

> *Me fue de mucha ayuda poder comprar por WhatsApp en la situación en la que estamos. Con el aislamiento tuve que repensar la forma de comprar, fue muy oportuno poder utilizar esta aplicación. También tiene la ventaja de la rapidez y dinamismo en la interacción con el comercio.*

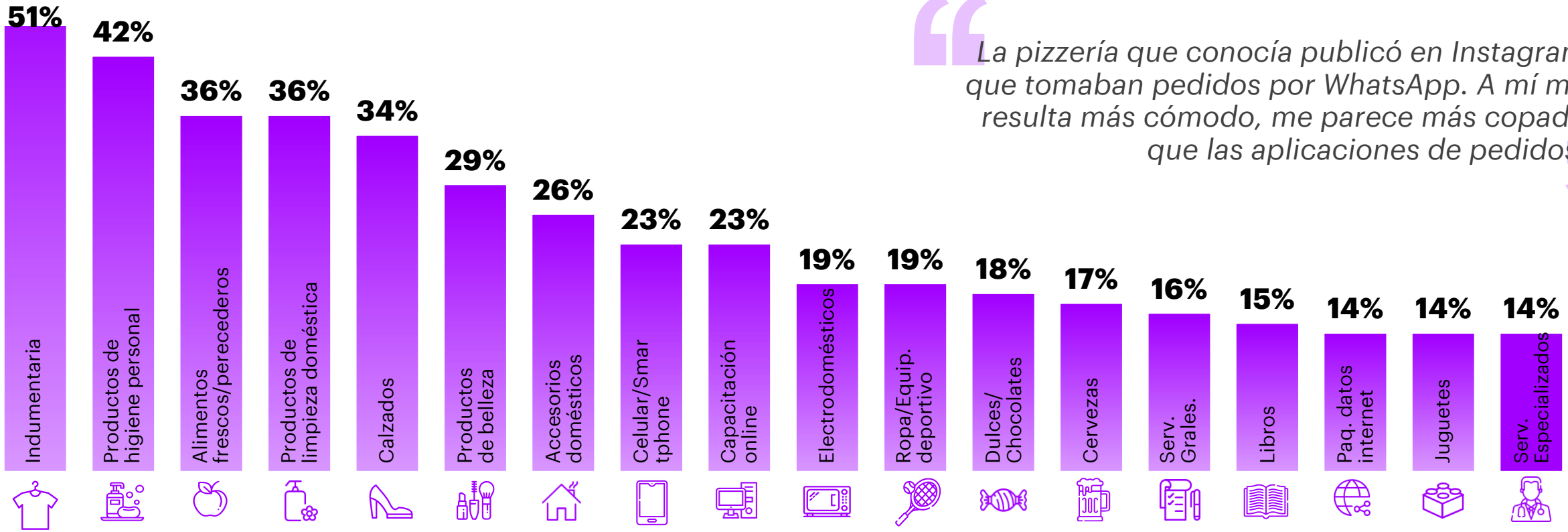
Nota: N = 366 / Ponderación de datos para equilibrar la representatividad de la muestra

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

WHATSAPP ES UN COMPLEMENTO CLAVE EN EL PROCESO DE COMPRA EN DIVERSAS CATEGORÍAS

¿Qué tipo de productos y/o servicios WhatsApp le ayudó a comprar?



"La pizzería que conocía publicó en Instagram que tomaban pedidos por WhatsApp. A mí me resulta más cómodo, me parece más copado que las aplicaciones de pedidos."

Otras categorías citadas por menos del 14% de los entrevistados: productos tecnológicos, medicamentos (13%), alimentos congelados (12%), materiales de construcción, servicios de streaming, bebidas sin alcohol, artículos de papelería (11%), productos financieros (9%) entradas/paquetes de viaje (8%), automóviles / motocicletas (6%), jugos/tés (4%), bebidas espirituosas (2%)

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

LA FLEXIBILIDAD Y LA INTERACCIÓN AYUDAN A CREAR NUEVOS HÁBITOS DE COMPRA

Indumentaria

A mi de da un poco de fiaca salir a comprar ropa. ***Si veo que es buen vendedor y producto, voy a seguir comprándole después de la cuarentena.*** *Además, sale más barato que comprar en un local donde tienen que pagar alquiler, seguros, impuestos. En cambio, alguien que tienen la mercadería en la casa o en un depósito puede vender más barato.*

Alimentos frescos / perecederos

Hace un mes fuimos a la feria y la persona a la que le compraba me pasó su WhatsApp. Ahora le compro frutas, verduras, carne y produtos de dietética. Hago el pedido y el día que viene al barrio me lo alcanza a casa. ***Ahora estos vendedores pueden llegar a su público mediante WhatsApp.***

Muebles

Ayer estuve haciendo unas consultas a una mueblería. La conocía, la busqué en la web y decía que los podía contactar por WhatsApp. Los contacté, les mandé fotos de lo que quería y ellos me mandaron presupuesto. ***Es una ventaja saber si están en línea y ver el tilde de que te leyeron y que te están respondiendo.***

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

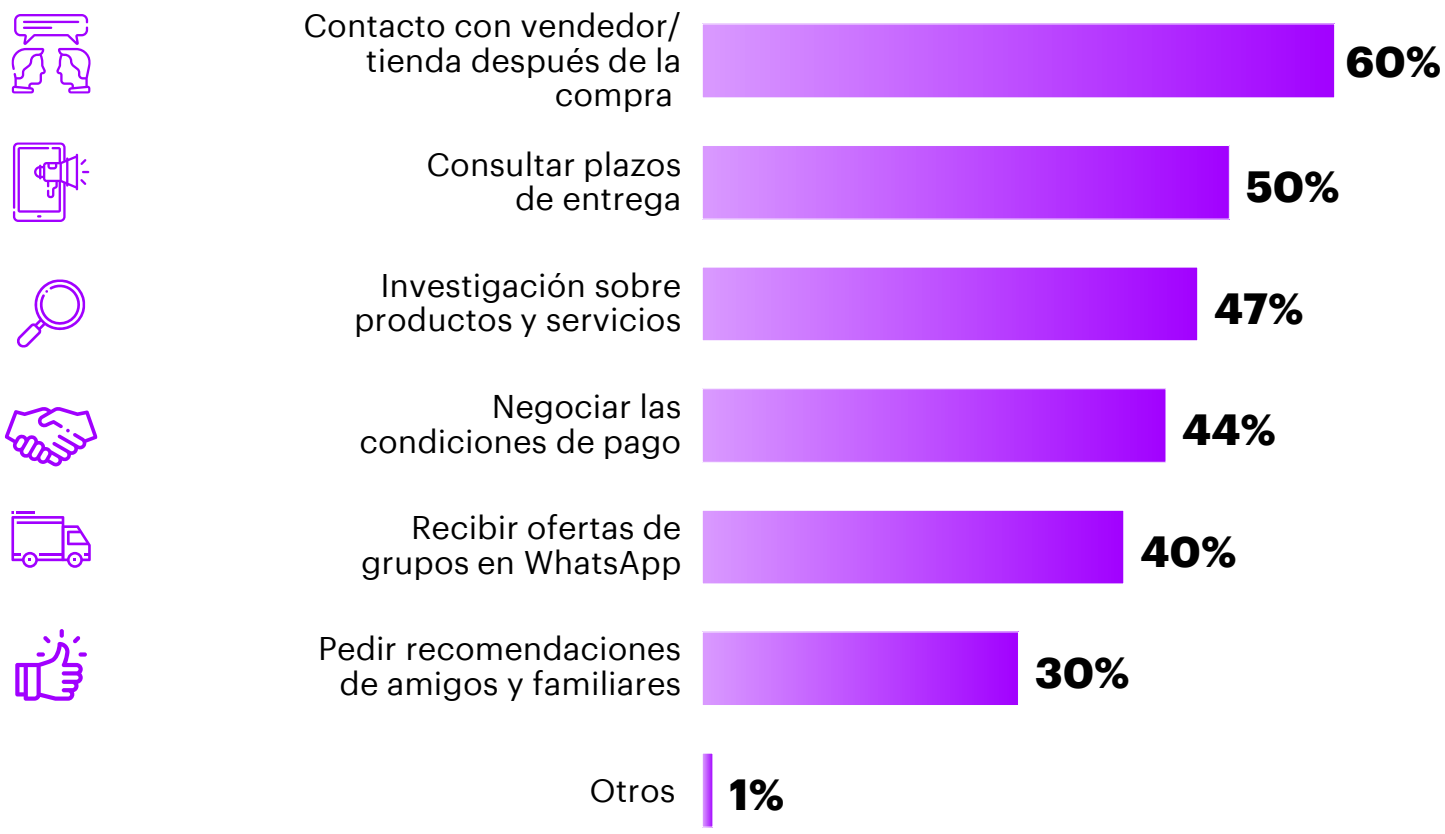
Proceso de compra

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

WHATSAPP SE ENCUENTRA PRESENTE EN VARIAS ETAPAS DEL PROCESO DE COMPRAS

¿En qué etapa de compra utiliza WhatsApp?



"Después de comprar, la vendedora me contactó. Me agradecieron por la compra, me preguntaron qué me había parecido el producto, se acordaron de mí. Estamos por volver a comprar. Me mandan ofertas, me avisan lo nuevo que entra.

La ventaja es que hablás directamente con el lugar que ofrece el servicio, hacés seguimiento del envío, podés aclarar detalles. En mi caso, que no me anda el timbre, el seguimiento me sirve para que me avisen cuando están a 3 cuadras."

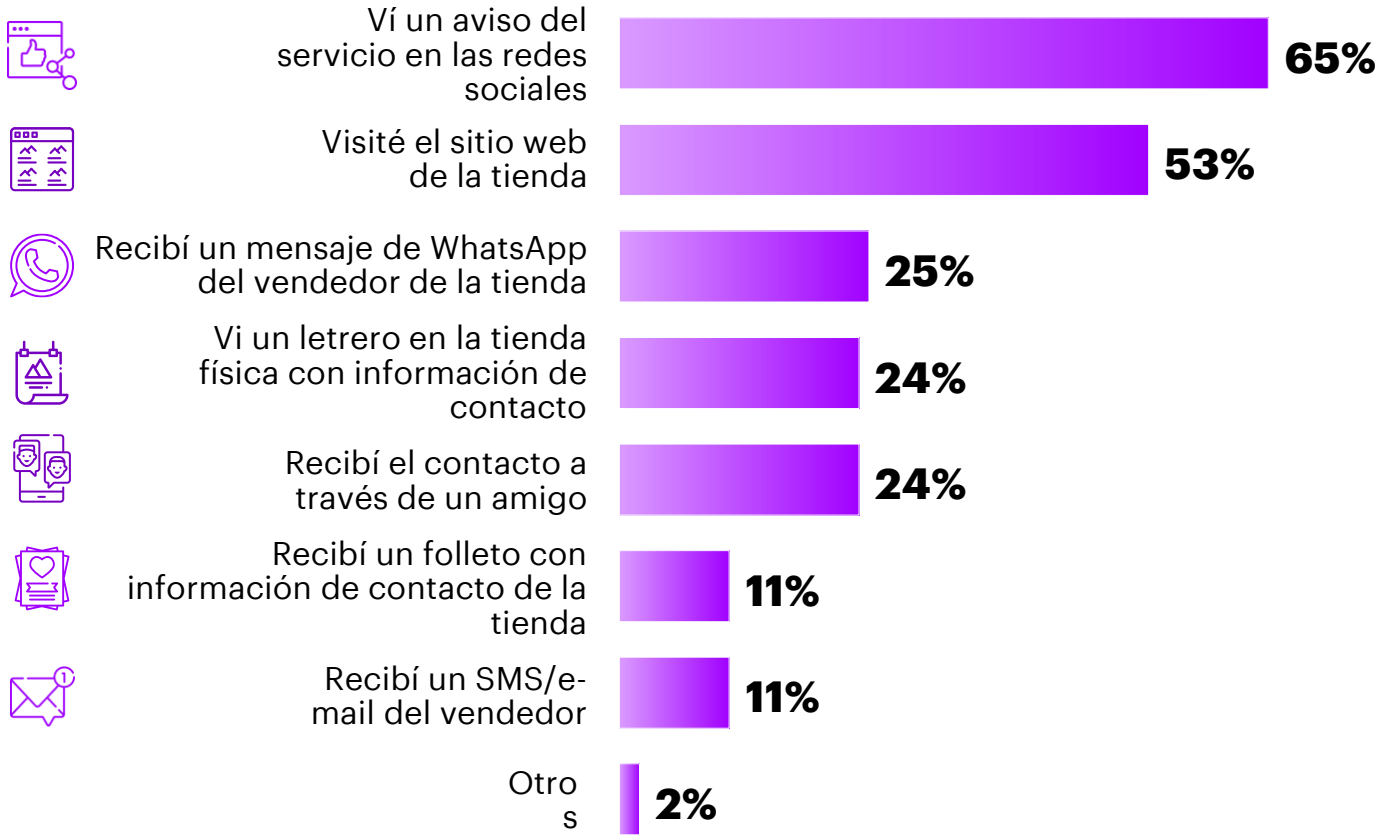
Nota: N = 366 / Ponderación de los datos para equilibrar la representatividad de la muestra

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

A MENUDO, EL PROCESO DE COMPRA SE INICIA EN OTROS CANALES DIGITALES

En general ¿cómo comienza una compra en WhatsApp?



"Inicio contacto en Instagram o en la web del comercio y después continúo en WhatsApp. La indicación es esa: contactate por WhatsApp."

"Empecé con Facebook. Entré, busqué un pantalón y después me fijé qué persona me la traía hasta casa. Le dí click y me aparecía el número de WhatsApp."

Nota: N = 366 / Ponderación de los datos para equilibrar la representatividad de la muestra

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

PROCESO DE COMPRA ACTUAL MEDIANTE WHATSAPP

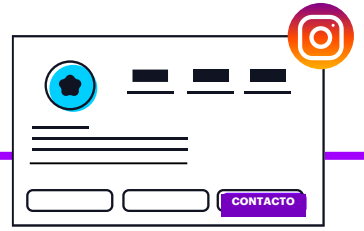
ETAPA	CONOCIMIENTO	CONSIDERACIÓN	DECISIÓN DE COMPRA		RECEPCIÓN DEL PRODUCTO		POST VENTA
ACCIONES DEL COMPRADOR ONLINE O PRESENCIALES	Ve un anuncio del comercio en Facebook o Instagram. Busca en Google y visita la página web del comercio. Encuentra un folleto con el produto. Busca el producto en Mercado Libre.	Busca el contacto del comercio o vendedor en redes sociales o web. Busca evaluación de los vendedores: Reseñas, opiniones, servicio de entrega a domicilio.	REALIZA EL PEDIDO	RECIBE CONFIRMACIÓN	RECIBE CONFIRMACIÓN	RECEPCIÓN/ RETIRO Y PAGO Recibe el producto en su casa. Retira producto en tienda. Realiza el pago del producto.	
ACCIONES EN WHATSAPP	Recibe recomendación de amigos. Recibe ofertas y promociones de los proveedores.	Agenda al vendedor en WhatsApp. Recibe el catálogo del vendedor. Consulta dudas con el vendedor.	Decide los productos que va a comprar. Envía pedido a vendedor. Acuerda lugar y hora de entrega. Acuerda pago contraentrega en efectivo o con sistema de billetera virtual. (p. ej. Mercado Pago).	El vendedor le confirma el pedido, la fecha de entrega y la forma de pago.	Reconfirma entrega sobre la fecha.	Recibe aviso antes de la entrega del producto.	Recibe consultas sobre satisfacción y experiencia. Recibe nuevas ofertas del vendedor.

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

EL PROCESO DE COMPRA IDEAL PARA FLORENCIA

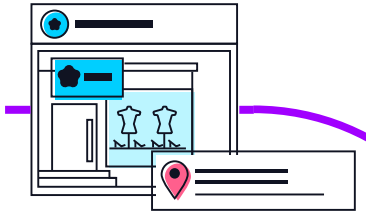
FLORENCIA,
35 anos

Encuentra un anuncio o se interesa por un producto.

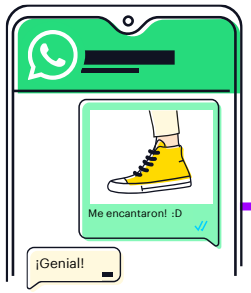


Busca el contacto del vendedor

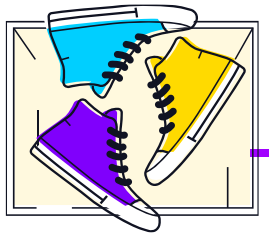
Recibe información del vendedor: catálogo, precios, forma de entrega y método de pago.



En paralelo, busca información sobre el negocio: ubicación, opiniones, valoraciones.



Envía comentarios al vendedor



Recibe el producto en su casa y realiza el pago

Confirma pedido con el vendedor y acuerda entrega o retiro en sucursal.

Retira producto y realiza el pago en la tienda.

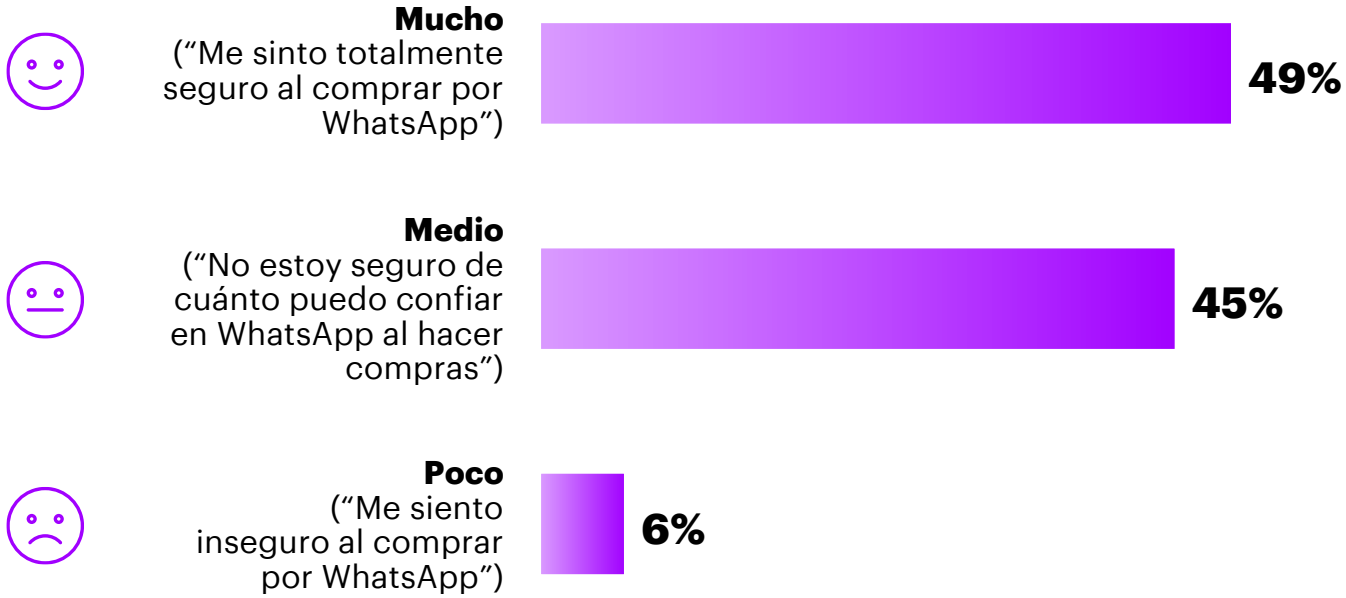
NOMENCLATURA

- **Acciones en Instagram**
- **Acciones en FB Marketplace**
- **Acciones por WhatsApp**
- **Evaluación de confianza**

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

LA MAYORÍA DE LOS CONSUMIDORES SE SIENTEN SEGUROS CUANDO USAN WHATSAPP PARA REALIZAR COMPRAS COTIDIANAS

¿Cuánto confía en WhatsApp para comprar productos y/o servicios?



Las personas se sienten seguras usando WhatsApp para comprar si:

- Se trata de un lugar conocido.
- Sienten que pueden reclamar facilmente.
- Pueden realizar el pago contraentrega.
- Se trata de productos en los cuáles la garantía no es algo fundamental.

“Confío en locales conocidos, o que quedan cerca porque, de última, voy, sé quién vende o a dónde acudir si tengo problemas. Es cuestión de saber bien a dónde vas a comprar, buscar reseñas en internet, saber que si hacés una compra es el lugar correcto.”

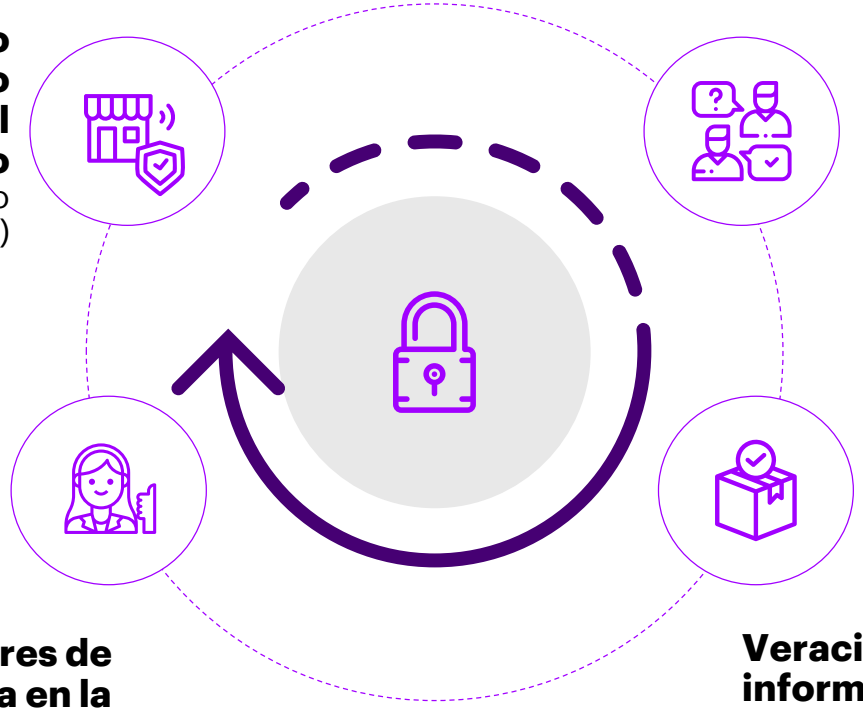
Nota: N = 366 / Ponderación de los datos para equilibrar la representatividad de la muestra

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

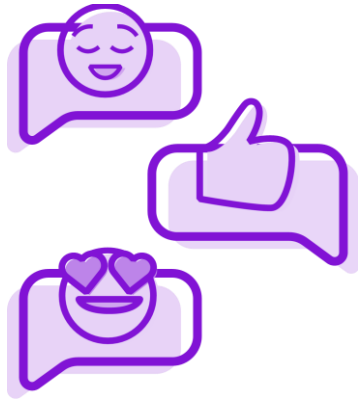
Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

CICLO DE CONFIANZA Y RESPALDO

Conocimiento previo o cercanía del comercio (locales conocidos o accesibles)



Recomendación por parte de personas de confianza (amigos y familiares)



Indicadores de confianza en la comunicación (respuestas ágiles, fotos de calidad, lenguaje apropiado y correcto)

Veracidad de información y reputación en otras plataformas (página web, redes sociales, reseñas y evaluaciones de otros compradores)

Fuente: Estudio realizado por Fjord (5 consumidores)

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

OBSTÁCULOS Y DIFICULTADES

Informalidad en la comunicación e interacción

Al interactuar con los vendedores por WhatsApp, **los consumidores tienen ciertas expectativas en la comunicación** como respuesta ágil, lenguaje formal, atención rápida a sus reclamos. Pero, **no todos los comercios demuestran estar preparados para la correcta gestión del canal.**

"Hace poco hice una compra con una cuenta de empresa. Yo veía que estaban en línea, pero no me salía el visto, no me contestaban. Tuve que recurrir al llamado telefónico y luego fui personalmente."

"Todo depende de quién está del otro lado, de la imagen que te genera la persona. Que tenga buena ortografía, que sean puntuales y que hablen bien."

Almacenamiento de contactos e información

Una desventaja es que para interactuar con los vendedores es preciso **agregar sus contactos junto con los de familiares o amigos.** No se cuenta con la posibilidad de asignar un espacio dedicado para los proveedores dentro de la aplicación. Además, en la mayoría de los casos, estos contactos **no contienen información comercial** como dirección, sitio web, horario de atención, etc., para identificarlos.

"Sería bueno que cuando cargo el teléfono ya salga que es tal o cual persona, de tal rubro y tal calle. Ningún proveedor tiene el logo o la identificación."

"El problema es que no te agendan o no te tienen en una base de datos. Es algo sencillo para una empresa agendar tu dirección y no pedirte todas las veces tus datos."

Falta de confianza para compras importantes

Los consumidores sienten confianza para realizar compras cotidianas a través de WhatsApp, pero **no encuentran los elementos que les den seguridad** para comprar productos de mayor valor que otras plataformas online sí ofrecen.

"WhatsApp no te genera confianza para compras de mucho dinero de por medio, cosas en las que la garantía sea importante. Hoy cualquiera puede tener un WhatsApp y vender algo. Lo que no me parece fiable es que no puedes identificar el comercio."

"A diferencia de WhatsApp, en Mercado Libre podés buscar reseñas, la evaluación del vendedor. O, de última, si hacés un reclamo, Mercado Libre o PedidosYa, responde por mí."

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

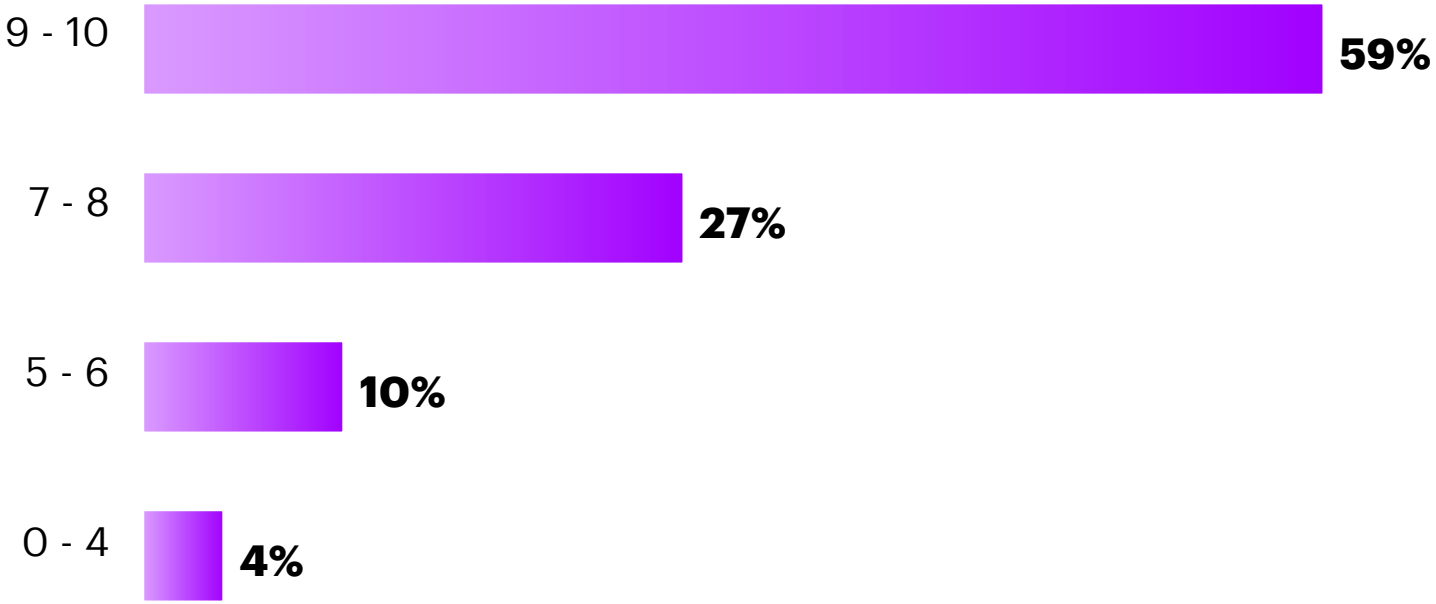
Visión post pandemia

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

LA EXPERIENCIA DE LA GRAN MAYORÍA DE LOS CONSUMIDORES ES POSITIVA

¿Cúanto recomendaría WhatsApp como canal de compras para sus amigos?



86%
de aquellos que compran, recomiendan WhatsApp como un canal de compra, con calificaciones superiores a 7

*"Si tuviera que recomendarlo a mis amigos, les **diría que WhatsApp es mucho más** fácil para contactar al vendedor y para cambiar el producto porque contactas de persona a persona."*

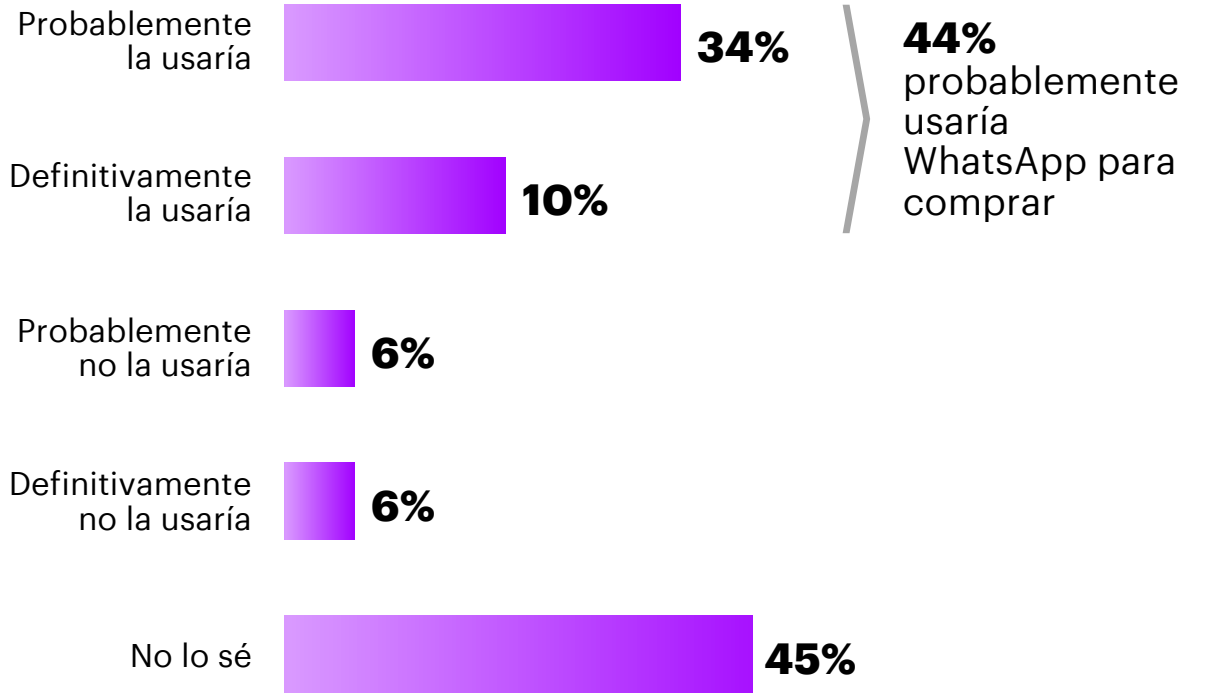
Nota: N = 366 / Ponderación de los datos para equilibrar la representatividad de la muestra

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

QUIENES AÚN NO COMPRAN POR WHATSAPP, ESTÁN DISPUESTOS A HACERLO A CORTO PLAZO

¿Por qué razón no compra a través de WhatsApp?

Sabiendo que puede usar WhatsApp para hacer sus compras ¿estaría dispuesto a usarla?



N = 144 / Nota1: aunque el gráfico de barras cuenta con datos ponderados para equilibrar la representatividad de la muestra

Nota 2: Se consideraron encuestados que indicaron que no usaron WhatsApp para comprar

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

CON LA LLEGADA DEL COVID-19, EL USO DE WHATSAPP PARA COMPRAR SE ESTÁ INCREMENTANDO

Los usuarios han optado por usar WhatsApp para satisfacer las necesidades de compra cotidianas por la facilidad, rapidez y comodidad que esta aplicación está brindando para interactuar con los vendedores.

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.

Algunas reflexiones:

1. Argentina, **¿se saltó una etapa en digitalización del proceso de compras minorita?**
2. Los argentinos se sienten cómodos comprando a pequeños vendedores por WhatsApp, **¿cómo podrían los grandes comercios aprovechar este potencial?**
3. Entendiendo que las redes sociales son un punto de contacto a lo largo de la compra, ¿cómo podríamos ofrecer una **experiencia de punta a punta integrando aplicaciones que convivan a lo largo del proceso?**

Material, Non-Public - Not To Be Distributed Further

NUESTROS REFERENTES

Matías Arturo

Director Ejecutivo
Líder de Estrategia y Consultoría para Sudamérica Hispana

matias.arturo@accenture.com

Julián Miguez

Director
Líder de la Industria de Productos para Argentina

julian.miguez@accenture.com

Copyright © 2020 Accenture. Todos los derechos reservados.