

DESCUBRIENDO AL NUEVO E-SHOPPER

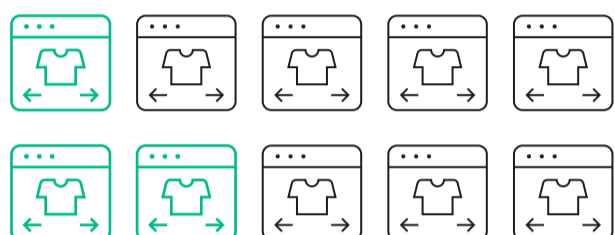
LA PANDEMIA ACTUAL DE COVID-19 OBLIGÓ A LOS ARGENTINOS A ADOPTAR NUEVOS HÁBITOS DE COMPRA.

MIENTRAS CRECE LA DEMANDA DE COMPRA ONLINE, TAMBIÉN SE ACELERA EL DESARROLLO DE NUEVAS CATEGORÍAS DE COMPRA.



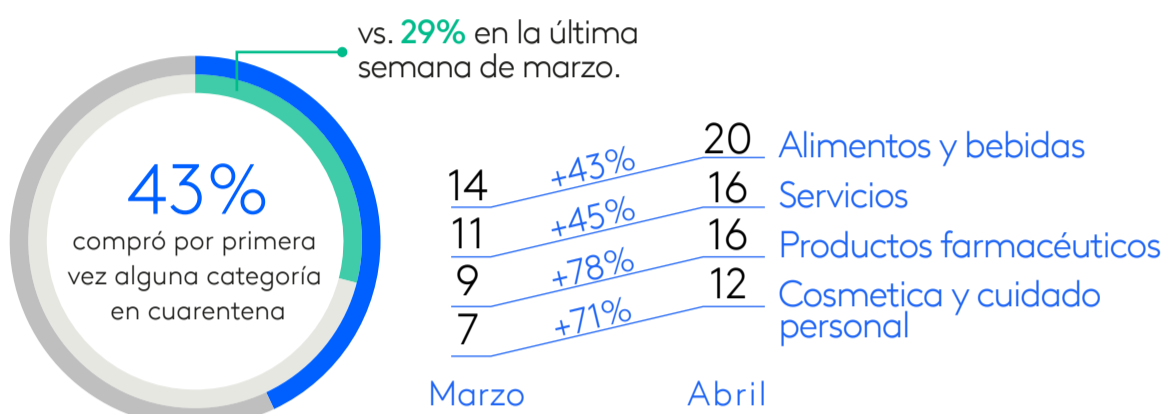
Argentina Snapshot
Ola 1: 20 al 25 de marzo 2020.
Ola 2: 10 al 15 de abril 2020.

LA COMPRA ONLINE CONTINÚA EN EXPANSIÓN:



3 de cada 10 argentinos ya están comprando más online. De esta manera, se profundiza la tendencia observada a principios de la cuarentena.

NUEVAS CATEGORÍAS ESTÁN SIENDO COMPRADAS POR PRIMERA VEZ



El 43% debutó en la compra online de alguna categoría nueva, principalmente alimentos y bebidas, productos farmacéuticos, pagos de servicios y productos de cosmética y cuidado personal.

Y LA TENDENCIA QUE SE VISLUMBRA ES UN FUTURO DE MÁS E-COMMERCE

4 de cada 10 argentinos comprarán más online en el futuro, y entre los debutantes en nuevas categorías, la intención de compra online futura alcanza a **6 de cada 10**.



FRENTE A ESTA DEMANDA EXPONENCIAL, LA MAYORÍA DE LOS RETAILERS VIERON COLAPSAR SUS ESTRUCTURAS

Lo que impacta directamente en la experiencia de compra: la apreciación de la compra online como una experiencia más positiva que la compra offline cayó 7 puntos en el mes de abril.



En síntesis, **el contexto actual impone nuevos desafíos a las marcas que impactan en todas las etapas del camino a la compra del e-shopper.** Y a modo de ejemplo, estas son algunas preguntas que hoy cobran mayor relevancia: ¿dónde comunicar, y qué mensajes priorizar?, ¿cómo facilitar la búsqueda y elección de los productos en las plataformas?, ¿cómo agilizar los pagos y garantizar la seguridad en la transacción?, ¿cómo puedo asegurar un "buen delivery" que sostenga la promesa de mi marca? Y fundamentalmente, ¿cómo garantizar la satisfacción de mis clientes?.

Ficha Técnica: Kantar realizó dos olas de este estudio, la primera ola se desarrolló entre el 20 y 25 de marzo de 2020 y la segunda, entre el 10 y 15 de abril de 2020. En cada una se entrevistó a 500 personas, mayores de 18 años y residentes en todo el país. Las encuestas fueron online, con distribución representativa de edad, nivel socioeconómico, género y región.

Kantar es la empresa líder mundial de consultoría e insights basados en evidencias. Tenemos un entendimiento pleno, único y completo de cómo piensan, sienten y actúan las personas; a nivel global y local, en más de 90 mercados. Combinando la gran experiencia profesional de nuestro personal, nuestros datos y benchmarks, nuestras innovadoras capacidades de analytics y tecnología, ayudamos a nuestros clientes a entender a las personas e inspirar el crecimiento.