

¿Qué priorizás a la hora de elegir estas marcas?

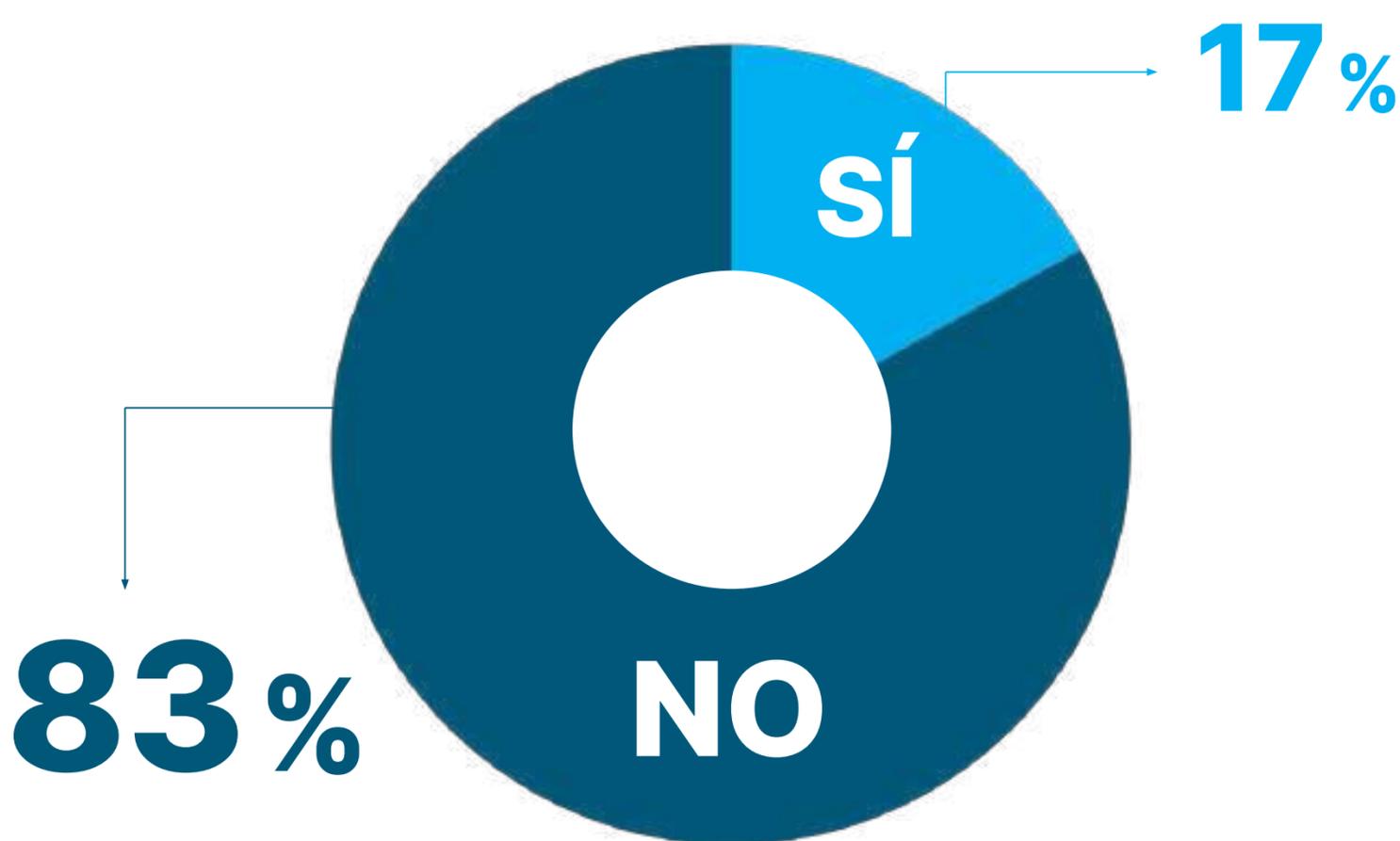


LO QUE TENÉS QUE SABER

**1 de
cada 2**

personas que realizaron alguna compra en el Hot Sale se inclinaron por marcas conocidas.

¿Hiciste alguna compra en el último Hot Sale?



Quienes dijeron que **sí**, ¿qué compraron?

48%

compraron las **marcas de siempre**, a un mejor precio.

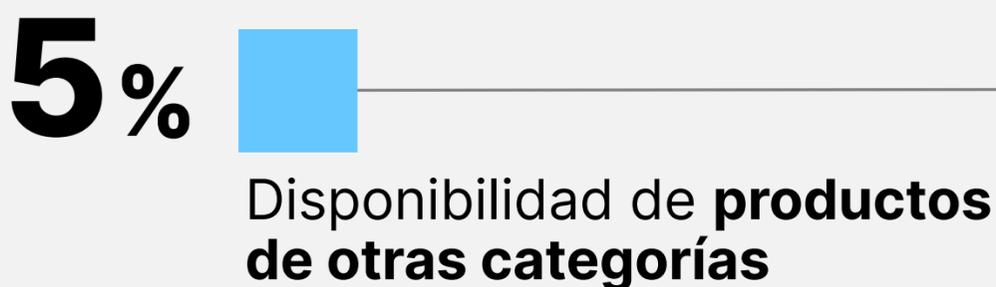
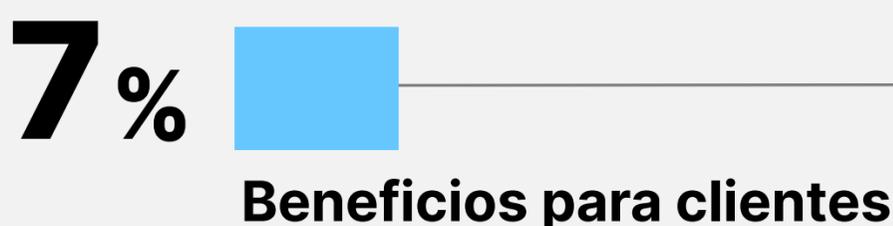
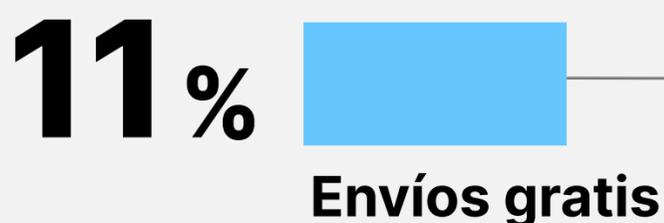
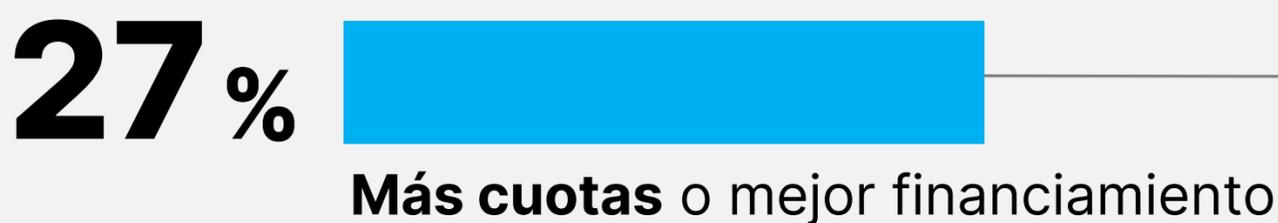
40%

probaron nuevas marcas **porque tenían un mejor precio**.

12%

probaron nuevas marcas **porque tenían una mejor calidad**.

¿Qué considerarás que puede ser mejor en el siguiente Hot Sale?



¿Qué recomendamos?

Generar estrategias de venta sostenibles



¿Cómo?

Miradas y **estrategias full funnel**, ya que los **journeys de decisión de compra** son **complejos y omnicanales**.



¿Cómo?

La propuesta de valor y familiaridad **son factores clave a tener en cuenta en la consideración de nuestros clientes.**



¿Cómo?

La experiencia de usuario termina siendo un factor decisivo en la conversión y fidelización de usuarios.



Base de la investigación

Ficha técnica

Tipo de investigación:

Online

Alcance:

Nacional

Instrumento de recolección de información:

Cuestionario semi estructurado

Sistema:

Los datos ingresan directamente al paquete estadístico SPSS

Población:

Mayores de 18 años con acceso a internet y redes sociales

Error muestral:

(+/-) 2,4%

Tamaño de la muestra:

1548 casos efectivos

Fecha de realización:

31 de mayo al 11 de junio de 2024

Generaciones:

Gen Z: nacidos entre 1995 y el presente

Gen Y: nacidos entre 1982 y 1994

Gen X: nacidos entre 1965 y 1981

Baby Boomers o más: nacidos en 1964 o antes



www.taquion.com.ar

**Conocé a las
personas a las
que querés llegar.**

Escribinos 



taquion

Entendemos
a las **personas**