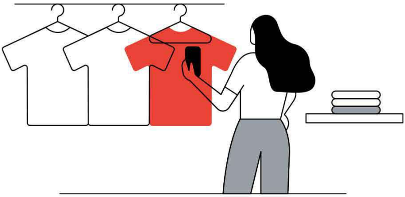
Black Friday 2020

¿Qué espera el consumidor en esta nueva realidad?



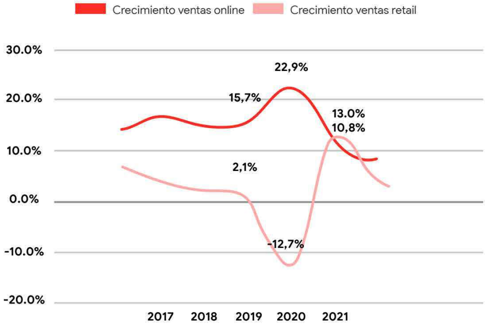
1.Situación actual

1.1 ¿En qué punto se encuentra el sector retail?[1]

El valor total de las **ventas de retail** decrece en España al **-12,7%**

Mientras que el **e-commerce** crece **+23%**

% crecimiento año a año en ventas total retail vs e-commerce en España.



Este crecimiento del e-commerce sitúa a España como:

1º Posición a **nivel europeo**

3º Posición a **nivel mundial**

1.2 ¿En qué punto se encuentran las búsquedas?

Las búsquedas han crecido un **+20%** respecto a la época pre-COVID.

Alimentación **+26%**

Belleza **+36%**

Electrodomésticos **+33%**

Hogar **+47%**

Moda **+2%**

Pequeño electrodoméstico **+49%**

Ropa deportiva **+25%**

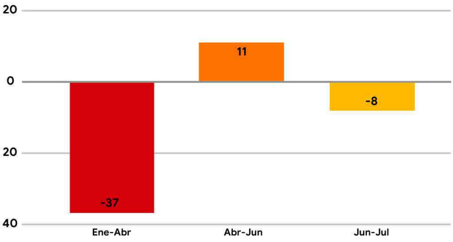
Videojuegos **+22%**

Crecimiento de búsquedas por categorias top de retail en los meses de julio y agosto vs febrero 2020.

1.3 ¿Cómo se siente el consumidor?[2]

La confianza del consumidor se va recuperando poco a poco pero los últimos rebrotes ralentizan su recuperación total.

Cambios en la evolución Índice de Confianza del Consumidor por meses, 2020.



Principales factores que afectan al Índice de Confianza del Consumidor

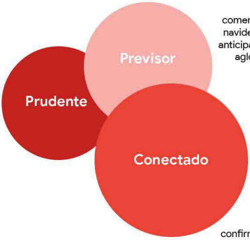
Expectativas de ingresos

Capacidad de ahorro

Rebrotes y restricciones futuras

2.Black Friday/Ciber Monday

2.1 ¿Cómo será el consumidor para el Black Friday?



9% ya ha empezado las compras para el periodo navideño

74% comenzarán compras navideñas con mayor anticipación para evitar aglomeraciones

64% consolidará sus viajes de compras para reducir riesgos de contagio

62% priorizarán más el canal online

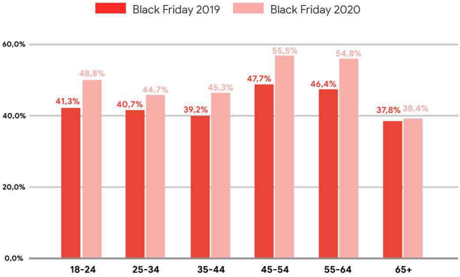
56% confirmarán online que los productos están en stock antes de ir a comprarlos en tienda física

68% investigarán ideas de regalos más online vs tienda física

2.2 ¿Quién va a comprar y cuánto va a gastar?

40% de la población declara que comprará o quizás compre en el periodo BF/CM 2020.

Edad



Género

Mujeres
54%
Intención de gasto
160€

Hombres
44%
Intención de gasto
200€

2.3 ¿Cuándo comenzará a buscar?

35%
comenzarán la búsqueda previa
un mes antes

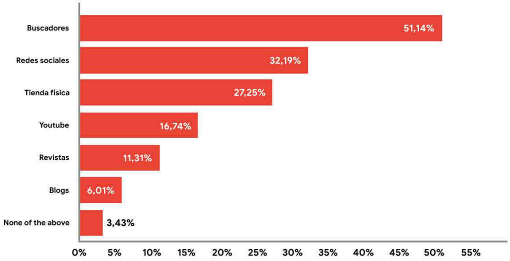
31%
comenzarán la búsqueda previa
dos semanas antes

INSIGHT: Los compradores que se planifican con más tiempo tienen pensado gastar más en el periodo de Black Friday y son menos sensibles al precio.

2.4 ¿Dónde buscará?

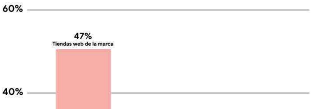
Más de la mitad de los usuarios realizará la búsqueda previa en buscadores.

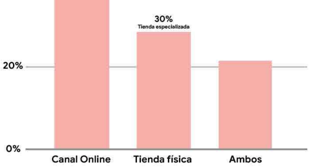
Un **32%** de los usuarios realizará la búsqueda previa en RRSS.



2.5 ¿Dónde comprará?

La propia **web de los e-commerce** se sitúa como la opción preferida de los usuarios.

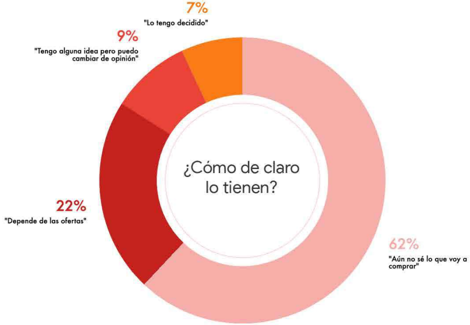




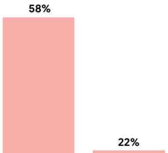
2.6 ¿Qué van a comprar?

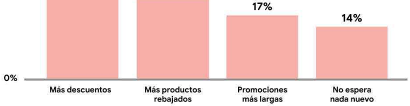
¿Qué tienen en mente comprar?

Ropa y complementos	Electrónica	Cultura	Muebles	Belleza
32%	**26%**	**24%**	**10%**	**8%**



2.7 ¿Qué espera el consumidor por parte de las empresas?



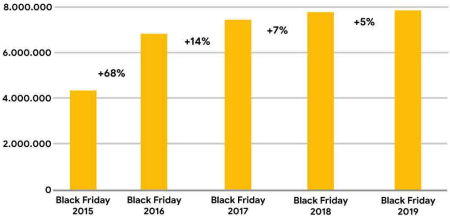


3.Aprendizajes

3.1 Ten en cuenta la evolución de las búsquedas

Las búsquedas que contienen los términos **“Black Friday” o “Cyber Monday”** continúan creciendo, pero con menor intensidad que los últimos años.

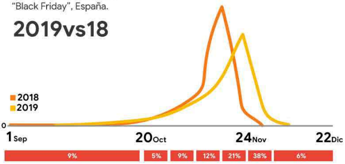
Evolución mensual del volumen de búsquedas que contienen los términos Black Friday / Cyber Monday en España desde 2015 a 2019.



3.2 Aparece en el momento y el lugar preciso

¿Cuándo?

Evolución diaria volumen búsquedas que contienen el término “Black Friday”, España.

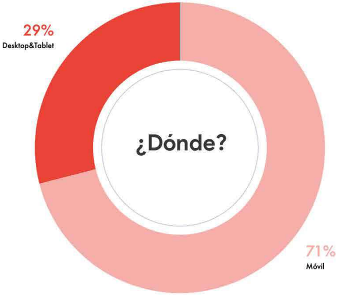


INSIGHT:

Mayor relevancia de búsquedas “de marca” en fechas cercanas al Black Friday.

CONSEJO:

Conecta con los consumidores indecisos las semanas previas a BF; ya que el día de la compra la mayoría ya sabe lo que quiere.



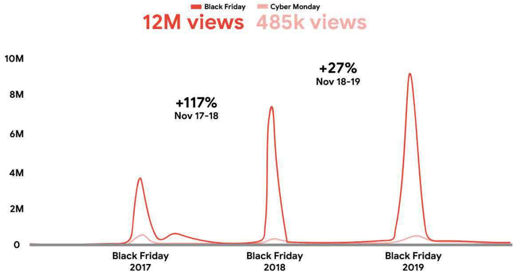
INSIGHT: Las búsquedas en móvil crecen un +12% YoY.

CONSEJO: Utilizar el móvil como pilar para tus campañas.

3.3 El fenómeno Black Friday en YouTube

La reproducción de vídeo sobre Black Friday en **YouTube** no para de crecer.

Evolución mensual de visualizaciones en YouTube sobre Black Friday y Cyber Monday.



Fuentes:
1. eMarketer, 2020
2. CIS 2020