



## E- COMMERCE & Omnicanales

¿Cuál es el estado de situación actual, desafíos y las tendencias que marcarán el Roadmap del eCommerce en Argentina y en América Latina en el 2017 / 2018?

Datos del CACE (Cámara Argentina de Comercio Electrónico) & GoforEcommerce

# El eShopper Argentino

# Perfil del eShopper Argentino

## ¿Quiénes son?



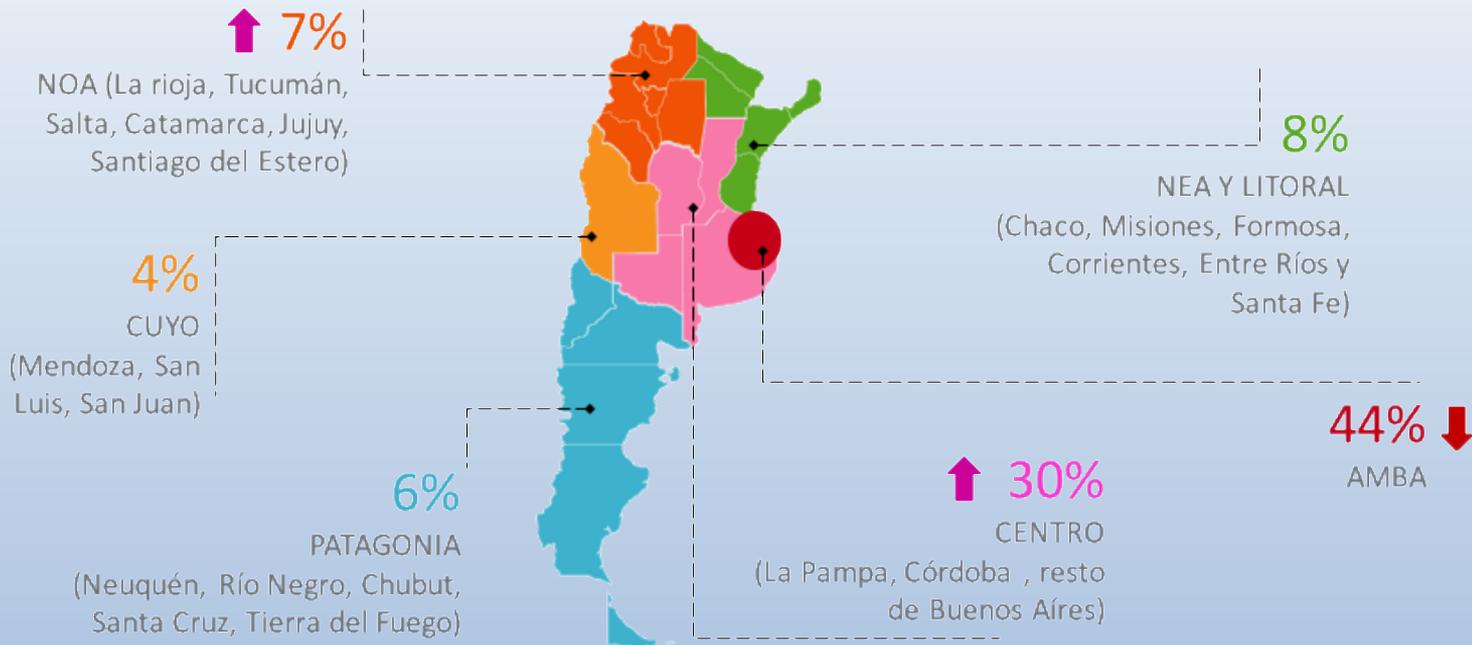
**67%**  
Mujeres



**57%**  
Millenials

# Perfil del eShopper Argentino

## ¿Dónde están?



# Perfil del eShopper Argentino

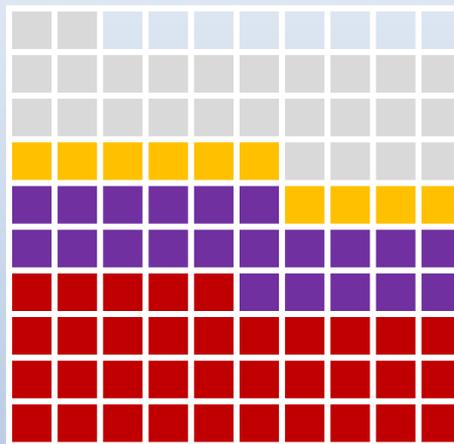
## ¿Con qué frecuencia compran?

Compraron online alguna vez | 92 —→ 90 (anual)

Compraron online en los U12 | 66

Compraron online en los U6 meses | 56

Compraron online en el último mes | 35



Total Población

Base total muestral (1200 casos)

Cada vez son más los que compraron online alguna vez, pero el número de compradores de los últimos seis meses baja levemente respecto al relevado a fines del año pasado (63% U6M)

P1. ¿Podrías decirme si has realizado alguna compra online en los últimos 12 meses? (RU)/ P2. ¿Y has realizado alguna compra online en los últimos 6 meses? (RU)/ P3. ¿Y en el último mes? (RU) Solo hacer p3 si cod 1 en p2

# Perfil del eShopper Argentino

## ¿Cómo son?

### Oportunistas



**El 85%**  
busca descuentos  
y ofertas

### Curiosos



**7 de cada 10**  
realizan una  
**investigación profunda**  
antes de comprar, y están  
dispuestos a esperar antes  
de realizar su elección.

### Conquistables



**El 54%**  
se interesa por  
conocer los negocios  
y tiendas cuyas  
**publicidades le  
gustaron**

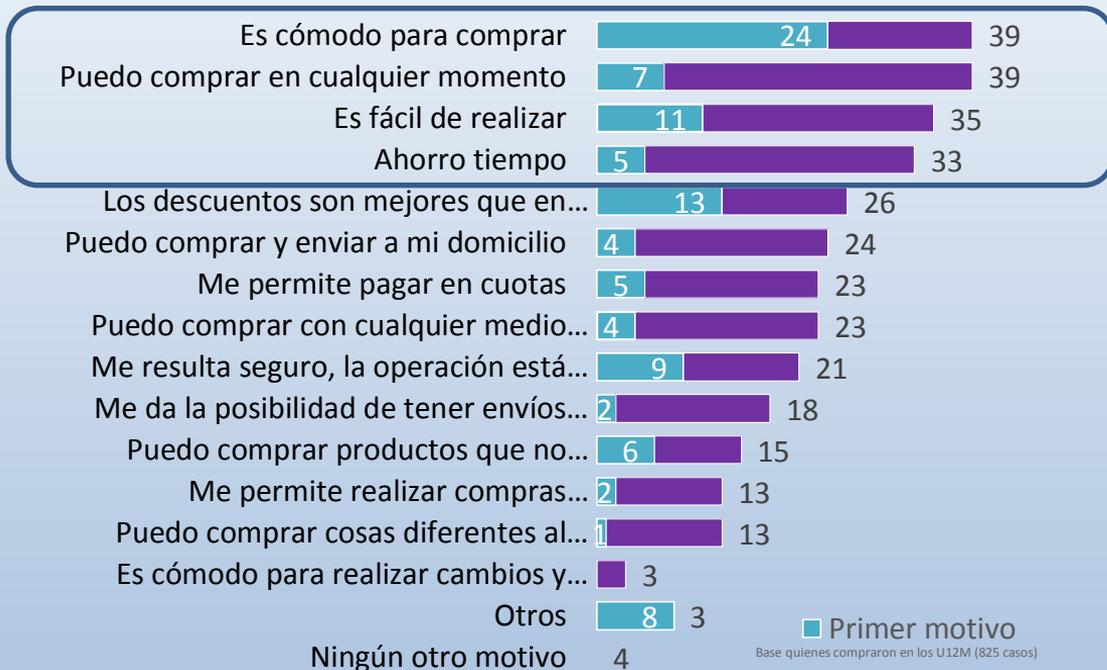
### Leales



**El 75%**  
se **guía** fuertemente  
por **experiencias  
anteriores**, usando  
los mismos negocios  
o tiendas

# Perfil del eShopper Argentino

## ¿Qué motivaciones tienen?



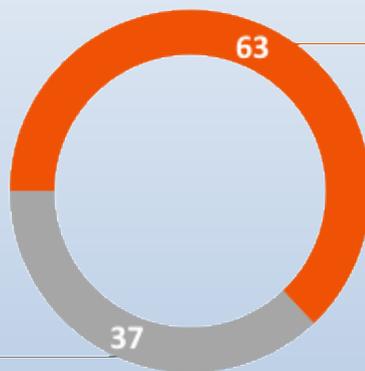
### 51%

La tendencia de motivos se mantiene, siendo los primeros 4 vinculados a la **comodidad de la experiencia**

# Perfil del eShopper Argentino

## ¿Cómo llegan a nuestro sitio?

Tráfico orgánico



- ↓ 23% Buscadores
- ↑ 21% Tráfico directo
- ↑ 10% Email Marketing
- 9% Redes Sociales ↑

Tráfico pago

- 21% Buscadores Pagos
- ↑ 8% Redes Sociales
- 4% Display
- 4% Redes de Afiliación

# Perfil del eShopper Argentino

## ¿Para qué usan el mobile?

**60%**  
de las  
VISITAS



**21%**  
de las  
VENTAS

**1** de cada **2 usuarios**  
buscó en **mobile** pero compró en **Desktop**

# Perfil del eShopper Argentino

## ¿Qué categorías compran?

### Los Hombres



**Tecnología,  
accesorios para autos  
software  
y deportes**

### Las Mujeres



**Turismo  
Entradas a espectáculos**

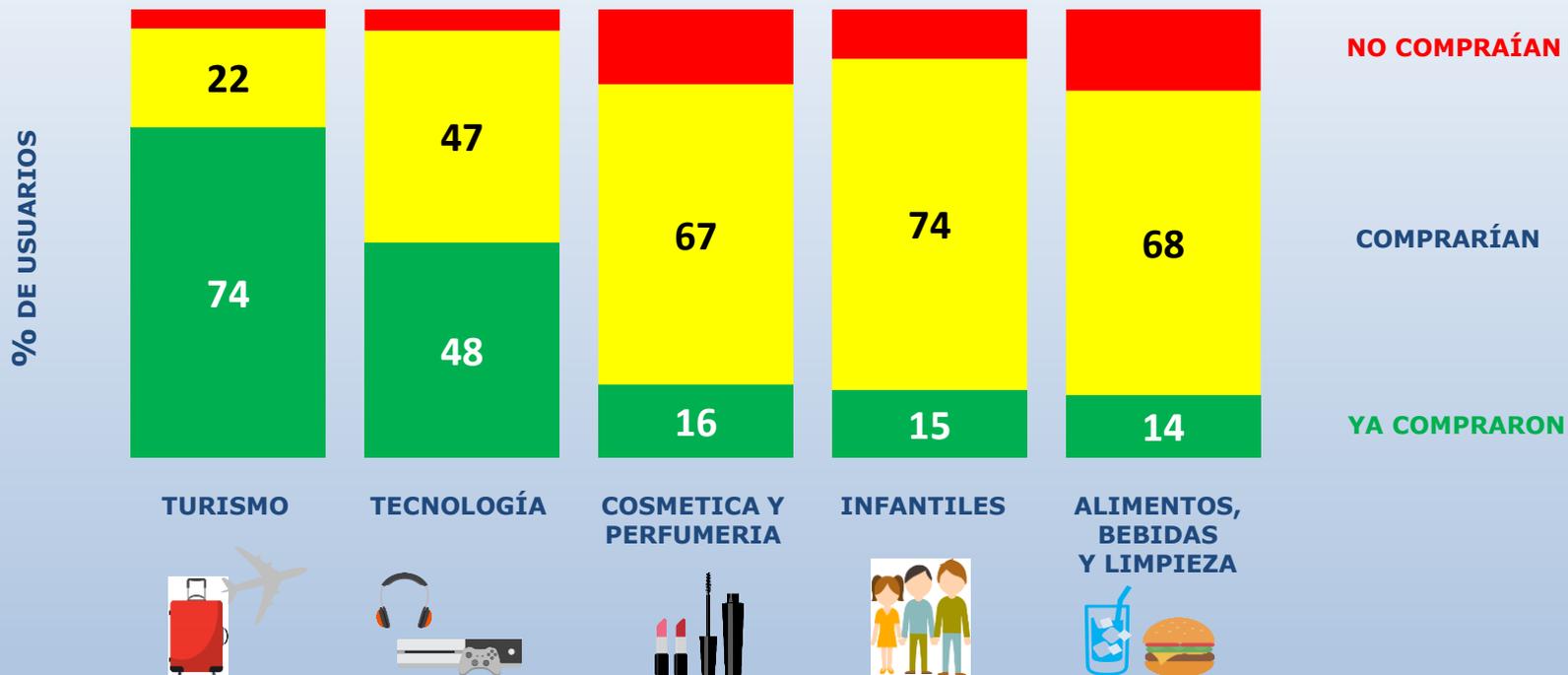
### Los Millenials



**Cosmética,  
Indumentaria  
equipos de audio y telefonía**

# Perfil del eShopper Argentino

## ¿Y cuales comprarían?





**Actitud**  
VISUAL  
MARKETING

[www.actitudvisual.com.ar](http://www.actitudvisual.com.ar)