

MÉXICO 98% MÁS VENTAS EN HOT SALE 2015 VS. 2014: NIELSEN

prospecta

por GCRETAILINDETAIL.COM

Nielsen en conjunto con la Asociación Mexicana de Ventas Online, AMVO realizó el estudio para conocer el impacto del Hot Sale 2015 entre participantes de esta importante iniciativa

Nielsen en conjunto con la Asociación Mexicana de Ventas Online, AMVO realizó el estudio para conocer el impacto del Hot Sale 2015 entre participantes de esta importante iniciativa, que arrojó datos muy interesantes del consumo a través de Internet en México. Para contextualizar, México tiene más de 50 millones de internautas y en el último año este número creció 13%, actualmente el comercio electrónico es un negocio que vale 121.6 miles de millones de pesos, cabe destacar que creció 42% en el último año.

Hot Sale es una campaña de promoción que tiene como propósito principal incentivar y expandir las ventas en línea, este año contaron con 134 empresas participantes. Se lograron generar 1,008,297 de clicks desde la página de Hot Sale, alcanzando 19.5 millones de visitas en el periodo que duró la promoción, lo cual significó 62% más visitas que en Hot Sale 2014 y un aumento de 51% en nuevos usuarios. De igual forma las ventas aumentaron 98% en comparación al año anterior y se generaron 255,700 órdenes de compra, con un monto promedio de \$1,498.

En promedio, las empresas participantes ofrecieron 4 promociones distintas, siendo la más frecuente descuentos, ofrecida por el 92% de los participantes: el 14% de estas fueron descuentos entre 1-10%, el 12% descuentos que iban de 11%-20%, más de la mitad (57%) descuentos por arriba de 21% y el 17% meses sin intereses, las empresas que no tuvieron descuentos dieron en su mayoría producto gratis.

Las compañías que representan el 90% de las ventas de Hot Sale 2015 son aquellas que invirtieron más dinero en medios, 100% de este grupo invirtió en Facebook, 90% en Google Ads y 30% en Twitter.

La principal forma de pago fueron las tarjetas de crédito (67%), seguido de pago en tienda de conveniencia (8%) y tarjeta de débito (8%). Viajes fue la categoría con más ventas valor (43%), seguida por electrónica (27%), muebles y ropa (7%) y calzado (5%).

Cabe destacar que los millenials son el segmento a nivel mundial que está más dispuesto a comprar por Internet, las categorías que más éxito tienen entre los millenials son viajes, ebooks y electrónica.