



Expectativas
del cliente

UPS Pulse of the Online Shopper™

Estudio europeo | *España*

Esta infografía contiene información seleccionada del Estudio europeo UPS Pulse of the Online Shopper 2017, que evalúa los hábitos del consumidor desde antes de la compra al momento posterior de la entrega. El estudio de 2017 se llevó a cabo en el tercer trimestre y se basa en una encuesta de comScore a 6.478 compradores online de Francia, Alemania, Italia, Polonia, España y Reino Unido. Los encuestados hicieron al menos dos compras online en un periodo trimestral tipo.

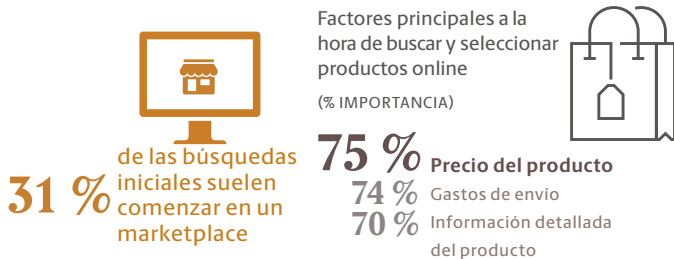


Estudio UPS Pulse of the Online Shopper™ de 2017

Para tener éxito en el dinámico mercado minorista de hoy en día, las empresas se ven obligadas a conocer las expectativas del cliente, sus actitudes de compra y sus preferencias en cada etapa de la experiencia de compra del cliente. El estudio revela que la conveniencia a menudo conlleva decisiones, mientras que la información clara y relevante determina la compra.

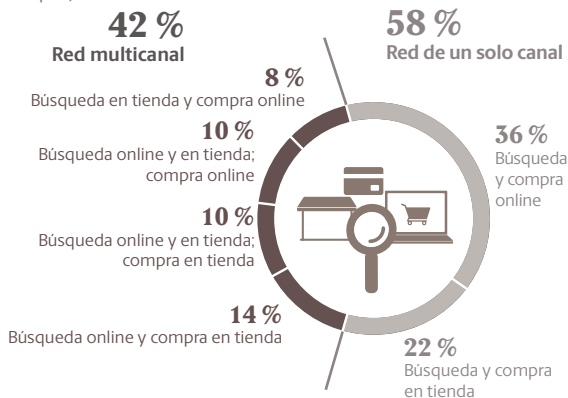
España

1 Dinámicas de búsqueda y compra

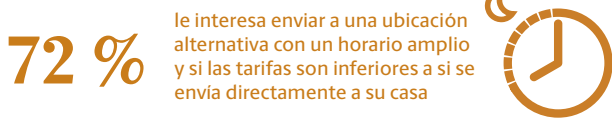


Método de compra

(% de compras)



3 Conocer las necesidades de entrega



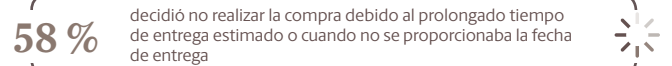
Al comprar a minoristas nacionales



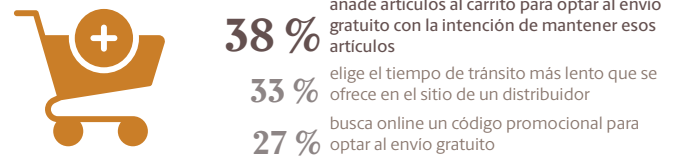
El estudio, realizado por comScore en el tercer trimestre de 2017, se basa en la información de 6.478 encuestados cualificados de comScore que realizaron al menos dos compras online en un periodo trimestral tipo.

2 Expectativas en el proceso de compra

Importancia de las opciones a la hora de realizar un compra online (4 MEJORES)

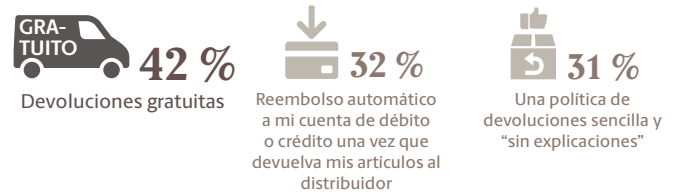


LA MAYORÍA (92 %) DE LOS COMPRADORES HACEN LO QUE SEA PARA OPTAR AL ENVÍO GRATUITO. ENTRE LAS ACCIONES PRINCIPALES SE ENCUENTRAN:



4 Conseguir unas devoluciones correctas

Principales elementos de una experiencia positiva de devolución



Para descargar el Estudio europeo UPS Pulse of the Online Shopper™ 2017, entra en ups.com/onlinetail