



# ¿Cómo vender online en la situación actual?

Webminar CEEI VALENCIA - 17/11/2020



**Carlos Aparicio**  
Director Comercial



[www.mabisy.com](http://www.mabisy.com) | 646 266 698



@mabisy | @carlosenlanube



[comercial@mabisy.com](mailto:comercial@mabisy.com)

FINANCIA:



GENERALITAT  
VALENCIANA

TOTS  
A UNA  
veu

**ivACE**  
INSTITUT VALENCIÀ DE  
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

ORGANIZA:

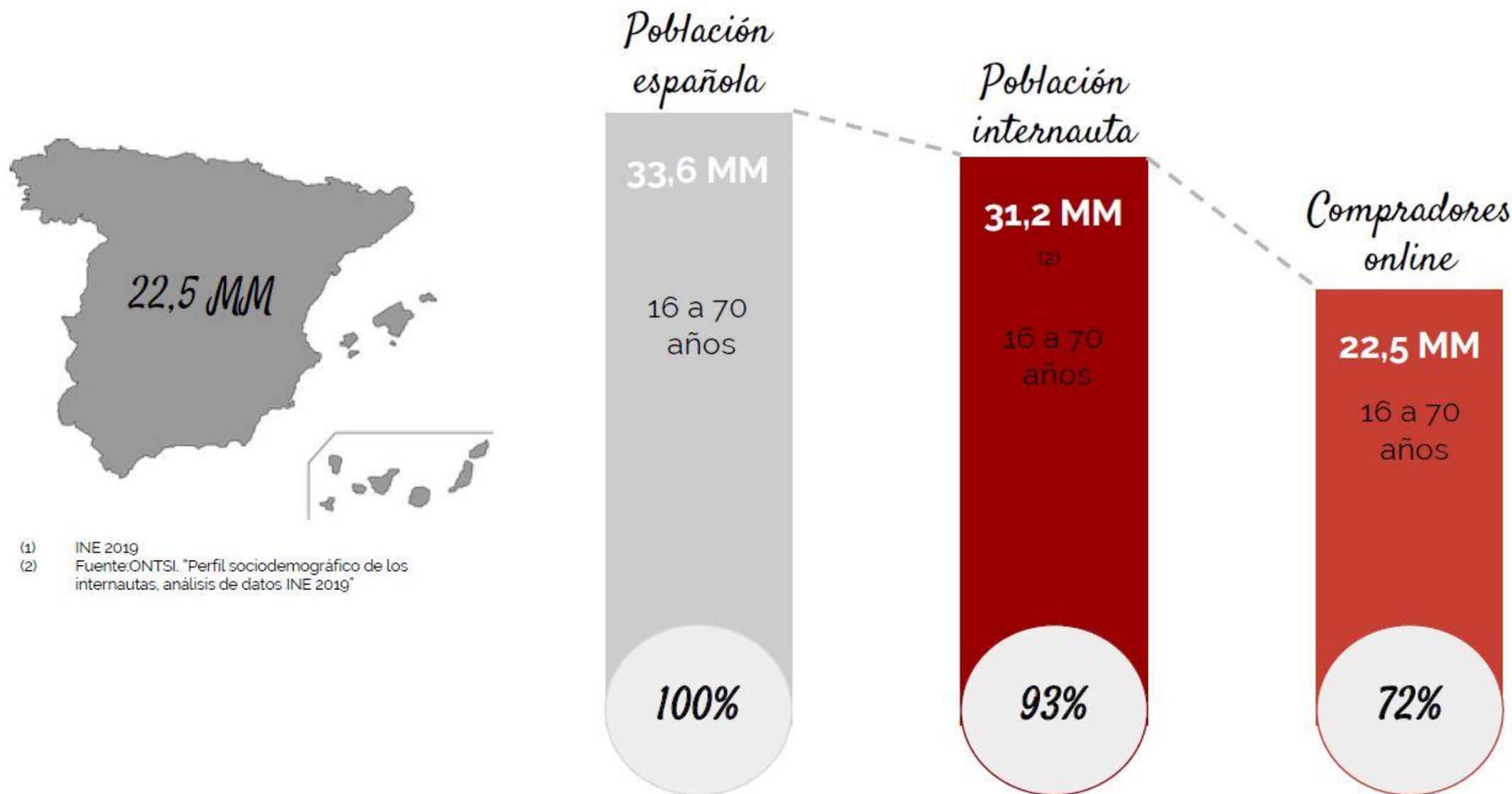
**CEEI**  
VALENCIA



**DATOS ACTUALES**

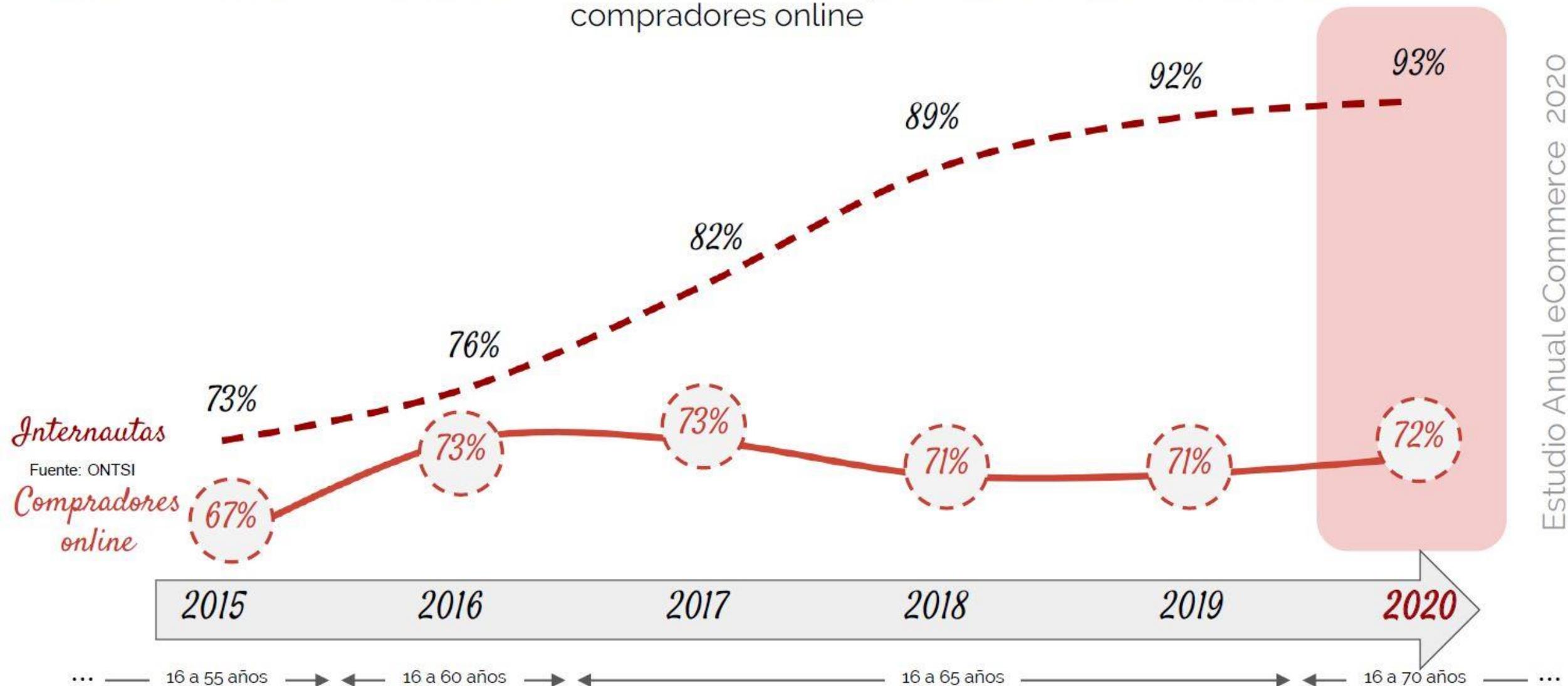
# Dimensionamiento del mercado | Penetración actual

Del total de población internauta española de 16 a 70 años, un 72% ya usa internet como canal de compra.



# Dimensionamiento del mercado | Evolución

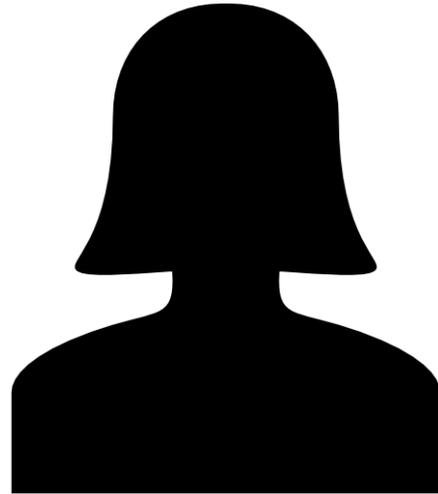
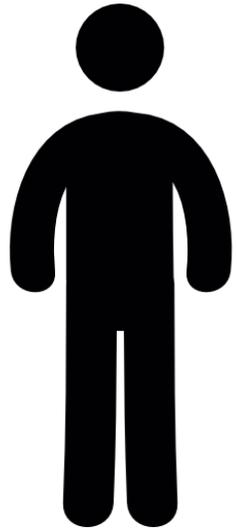
Este año 2020 crece el número de internautas, a la vez que también aumenta el número de compradores online



# ¿HAY MERCADO?



¿QUIEN COMPRA MÁS?

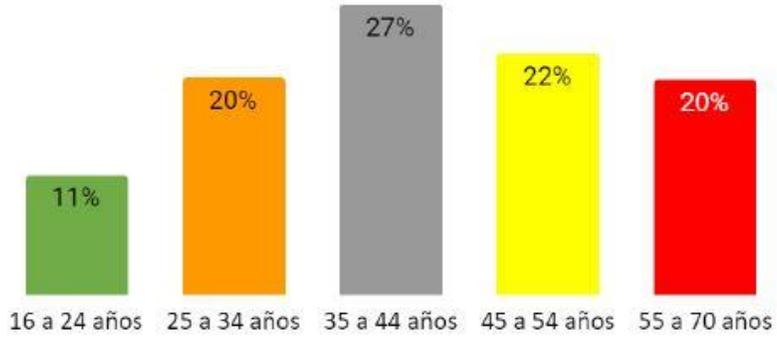


## Género



## Edad

42 años en promedio



## Activo en RRSS

Usan 4,7 Redes Sociales en promedio



## Hogar



Base compradores: 1.079

• ¿Con cuál de las siguientes frases estás más de acuerdo?

Estudio Anual eCommerce 2020

ELABORADO POR:



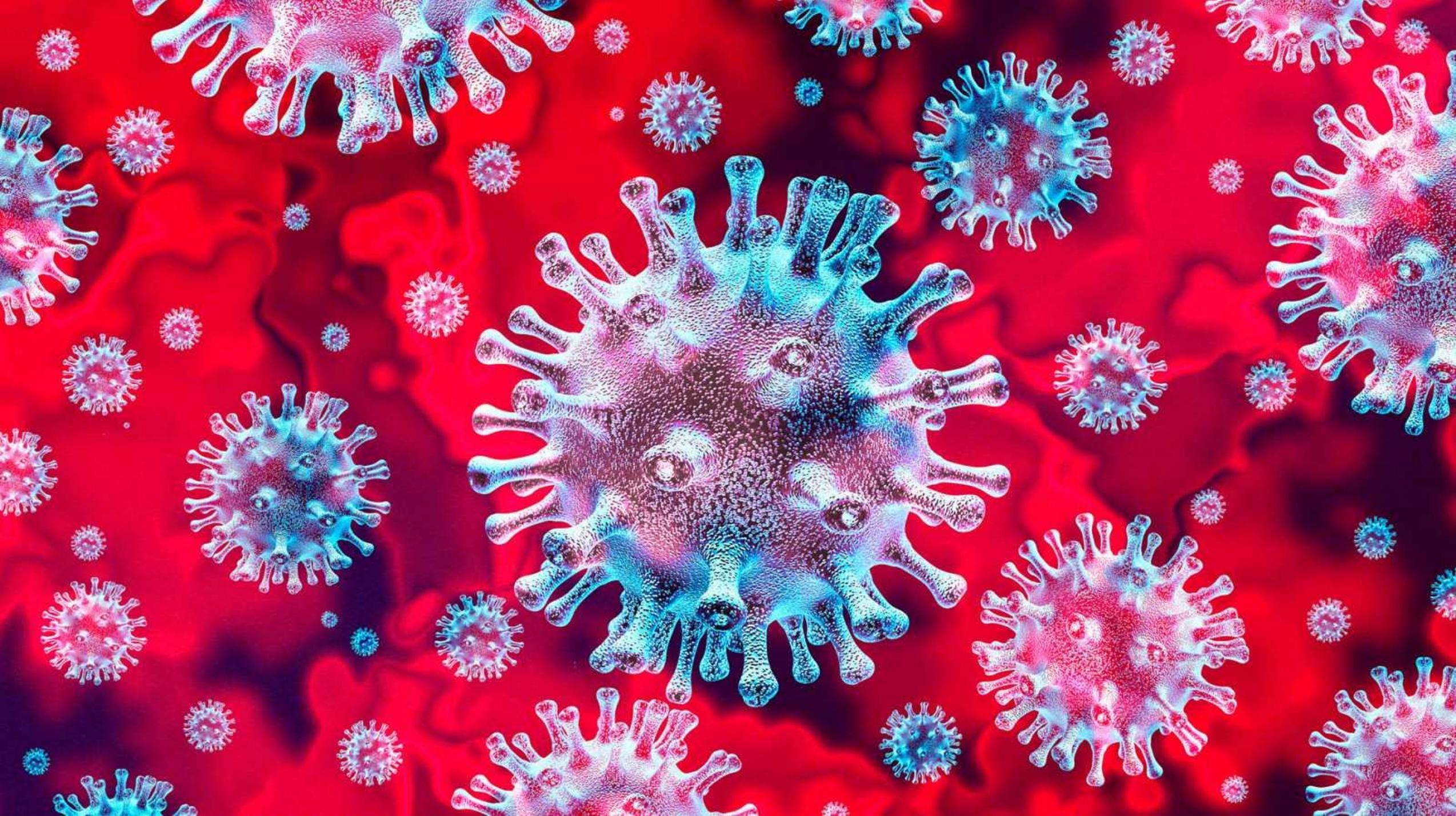


- **Entretenimiento y cultura, tecnología y comunicación y alimentación** son las tres principales categorías de productos que se han comprado este año.
- El **ranking de categorías cambia este año**, a consecuencia seguramente del estado de alarma: Alimentación se coloca en 3ª posición cuando en 2019 se encontraba en quinto lugar, y la categoría viajes y estancias cae del 2º al 4º lugar.

Estudio Anual eCommerce 2020

• ¿Qué tipo de productos compras o contratas online?

Base compradores: 1.079





**INDIGNACIÓN**



# Impacto del Covid-19 | Productos/servicios comprados en Covid

- Un 45% ha empezado a comprar productos físicos, cuando antes del Covid no lo hacía (especialmente los más jóvenes).
- Una cuarta parte de los entrevistados, han empezado su vinculación con contenido digital.



## Categorías de productos comprados durante el confinamiento...

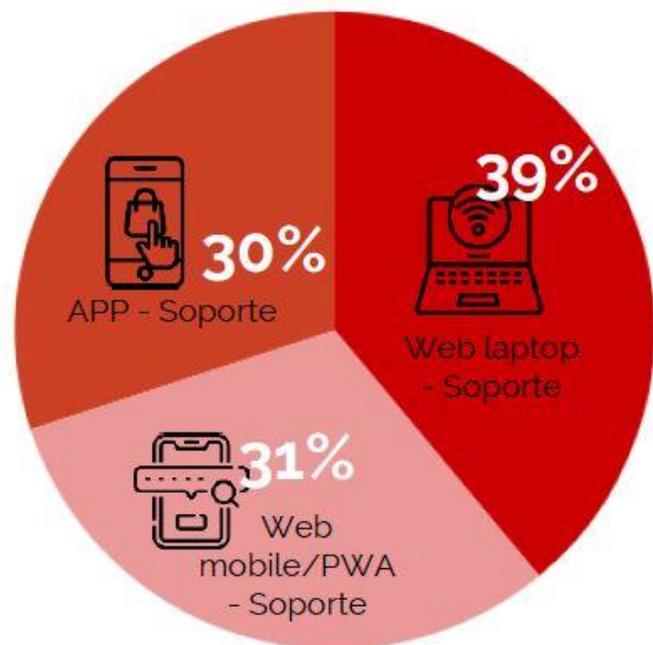


- Si antes veíamos los resultados de penetración por categorías, ahora nos centramos en el periodo Covid, y vemos que se ha disparado la compra en **Alimentación, Hogar**, seguido de **Tecnología/comunicación y Entretenimiento/cultura**.
- La **categoría más afectada** es **Viajes/estancias** que pasa de estar en 4ª posición a estar a la cola.

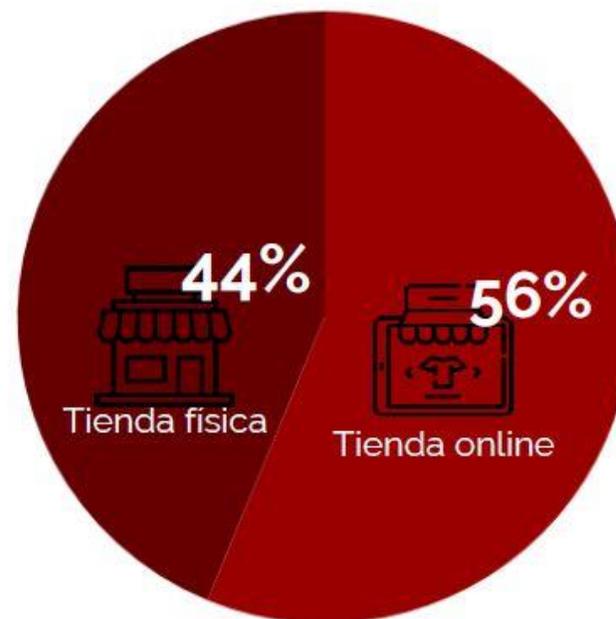
• ¿Qué productos y/o servicios has comprado a través de internet en los últimos 3 meses, durante el confinamiento?

Base compradores: 1.079

## Ventas según el soporte



## On vs. Off



- Del total de ventas que se han generado en los últimos meses, ¿qué porcentaje se ha producido en cada soporte?

▲ ▼ dif. significativas vs 2019

Base profesionales eCommerce: 186

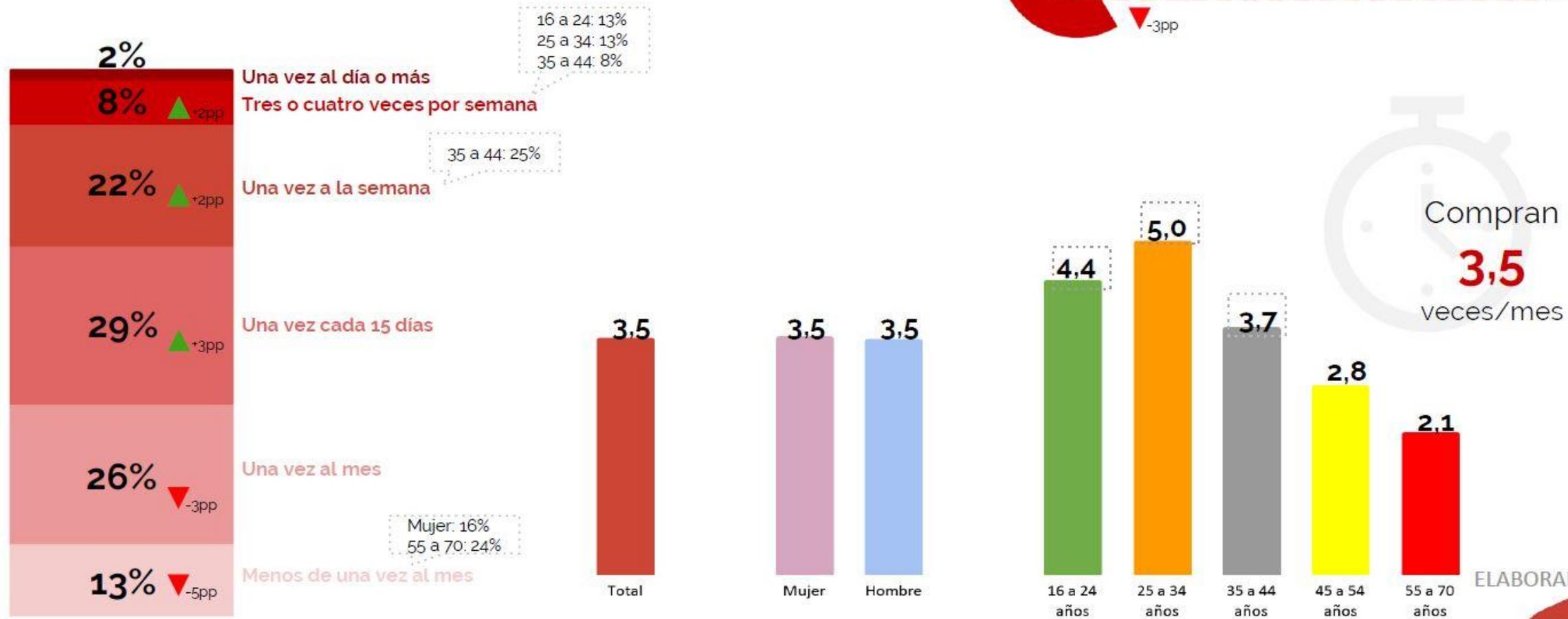
ELABORADO POR:



# Uso y hábitos de compra | Perfil y frecuencia de compra

En declarativo se compran 3,5 veces/mes, cuando en 2019 y 2018 era de 3 veces. Los más jóvenes (menores de 45 años) son los que compran de forma más intensiva.

Un **59%** espera ciertos momentos (descuentos, rebajas, Black Friday) para realizar compras



Estudio Anual eCommerce 2020

- ¿Con qué frecuencia realizas compras por internet?
- ¿Esperas a determinados momentos para comprar online?

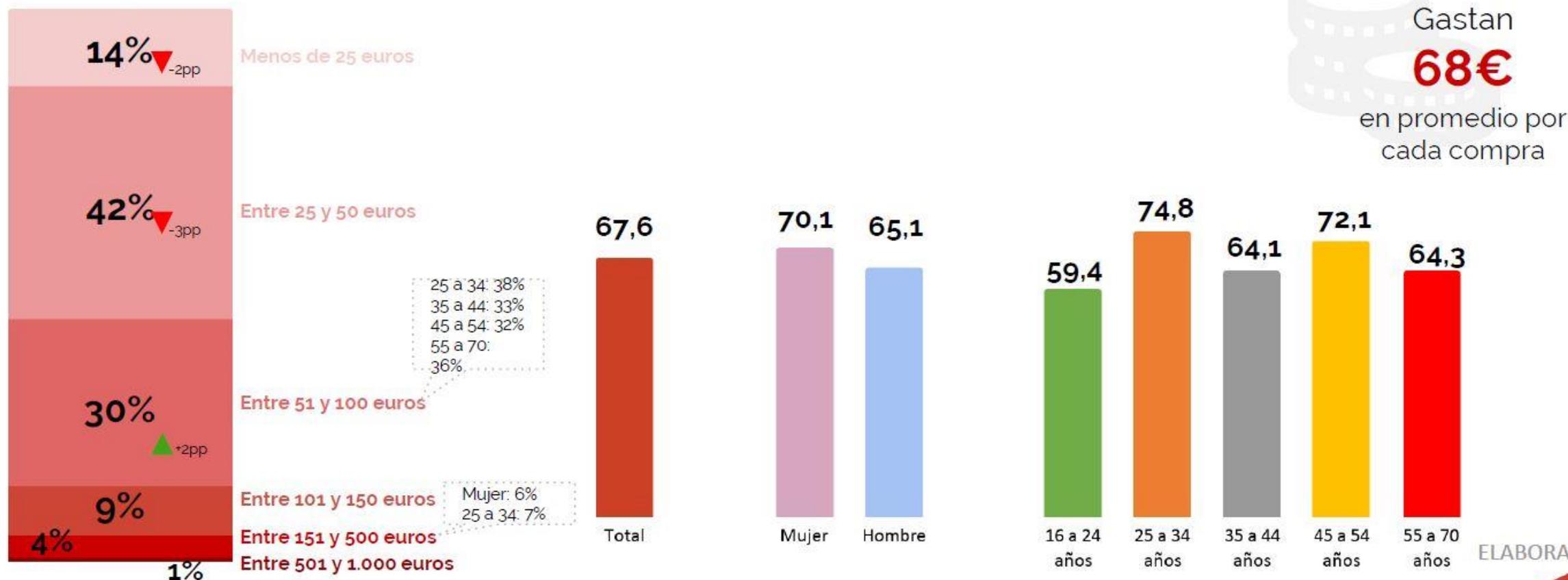
□ dif. significativa

Base compradores: 1.079

▲ ▼ dif. significativas vs 2019

# Uso y hábitos de compra | Perfil y gasto promedio

El gasto promedio por acto de compra sube respecto a 2019 ( 68€ en 2020 vs. 64€ en 2019).



• ¿Cuánto sueles gastar cada vez que compras por internet?

□ dif. significativa

Base compradores: 1.079

▲ ▼ dif. significativas vs 2019

ELABORADO POR:



# Uso y hábitos de compra | Drivers de la compra online |

La conveniencia y la oferta siguen por delante de precio como ya se mostraba en ediciones anteriores, pero ya se han consolidado como aspectos higiénicos. Los elementos motivacionales son: la confianza en el site, las recomendaciones y la publicidad online.



Estudio Anual eCommerce 2020

ELABORADO POR:



▲ dif. significativas vs 2019

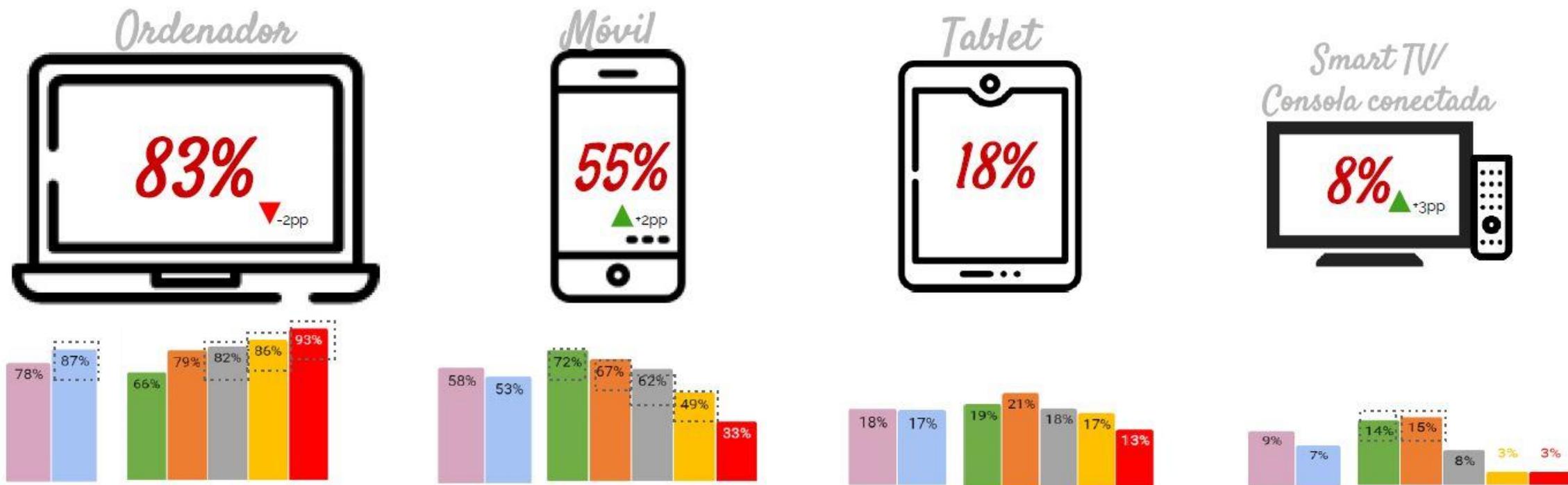
Base compradores: 1.079

□ dif. significativa

• Indica tu nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes frases. Realizo compras por internet...

# Uso y hábitos de compra | Dispositivos de compra online

El ordenador sigue perdiendo peso como dispositivo de compra online (como se apuntaba en la edición de 2019), a favor del móvil/smartphone. Se identifican diferencias por tramos de edad: mientras los menores de 45 años son de móvil, los más seniors prefieren el ordenador. Por sexo: los hombres destacan por el ordenador, mientras que las mujeres en el móvil



Estudio Anual eCommerce 2020

■ Mujer    ■ 16 a 24 años    ■ 35 a 44 años    ■ 55 a 70 años  
■ Hombre    ■ 25 a 34 años    ■ 45 a 54 años

• ¿A través de qué dispositivos realizas compras online?

□ dif. significativa

Base compradores: 1.079

▲ ▼ dif. significativas vs 2019

ELABORADO POR:



# El proceso de compra | Búsqueda de información | Fuentes

- Los marketplaces como Amazon, Ebay o Aliexpress siguen siendo la referencia de información de productos entre los usuarios, incluso gana peso vs 2019 (+4pp)
- Las webs de las propias tiendas y los buscadores crecen respecto a 2019 (+3pp). Las webs comparadoras, y las tiendas físicas disminuyen, este último probablemente debido al confinamiento..



- A la hora de buscar productos para comprar por internet, ¿dónde sueles buscar? 16 a 24: 38% dif. significativa

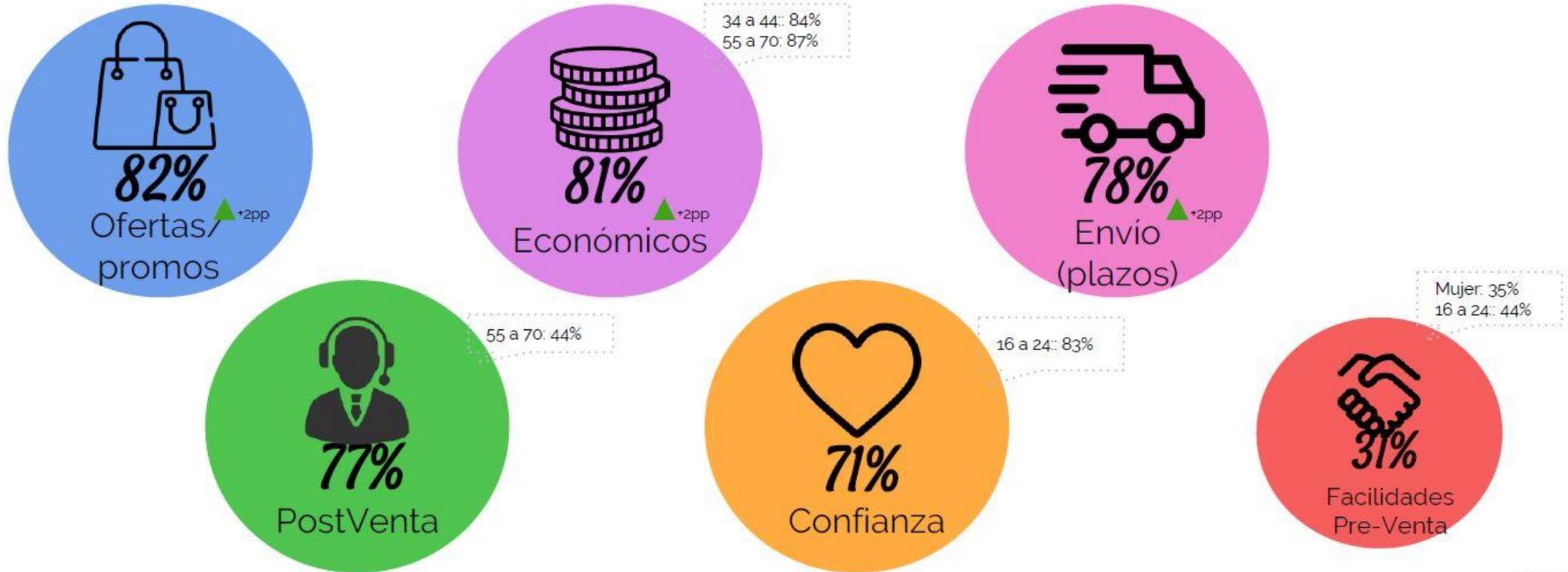
Base compradores: 1.079

▲ dif.significativas vs 2019

ELABORADO POR:

# El proceso de compra | Drivers elección de eCommerce |

Como ya observamos en los dos años anteriores, las ofertas son el principal driver para escoger un eCommerce, seguido del precio y las condiciones de envío. Precisamente, estos tres drivers suben respecto a 2019.



- De los siguientes aspectos que se listan a continuación sobre un eCommerce o tienda online, ¿cuáles consideras importantes?

dif. significativa

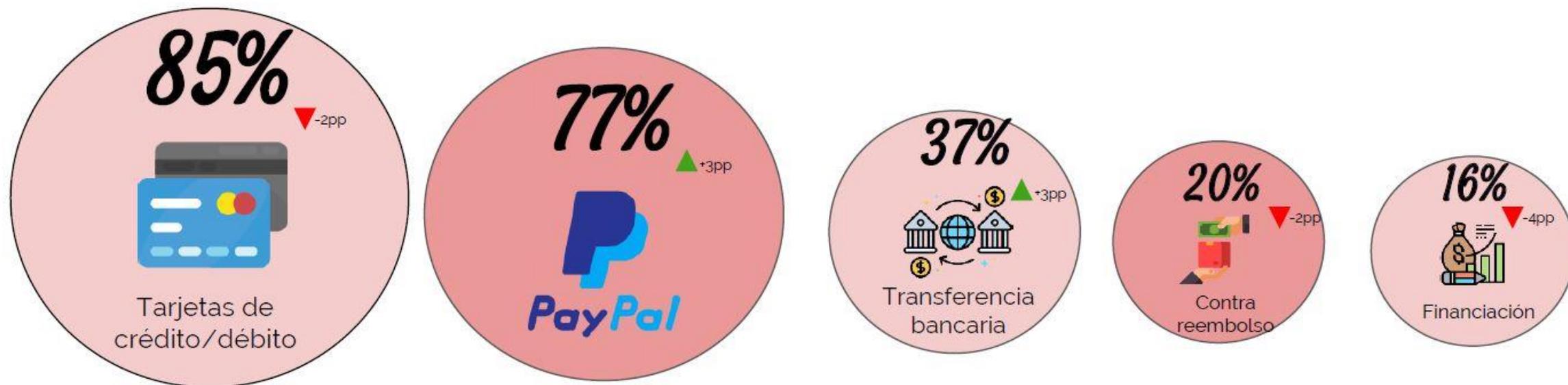
Base compradores: 1.079

dif. significativas vs 2019

ELABORADO POR:



Los métodos más usados en los eCommerce son las tarjetas de crédito/débito, aunque disminuye respecto a 2019, seguido de PayPal y transferencia bancaria, que aumentan vs. 2019



- De los siguientes métodos de pago, ¿cuáles son los más usados en tu eCommerce o en el eCommerce con el que trabajas?

▲ ▼ dif.significativas vs 2019

Base profesionales eCommerce: 186

ELABORADO POR:



# Las ventas de comercio online se disparan en España por el coronavirus

Por Solunion



Las compras online en el sector del gran consumo han experimentado un elevado crecimiento desde el inicio del confinamiento en España.

## Cifras de la venta online de Gran Consumo

De acuerdo con las cifras de la consultora Nielsen, el aumento de las ventas del sector ya se percibió durante la primera semana de confinamiento, con un crecimiento del 55%. Esta tendencia continuó durante la segunda semana con un 73,7% de crecimiento de las ventas globales.

En lo que se refiere a los supermercados, sus ventas online aumentaron un 12% a lo largo de la primera semana, y un 16,2% a lo largo de la segunda.

Estas cifras también han sido confirmadas por el Ministerio de Agricultura, que ha detectado un crecimiento del

¿Quieres más información sobre los seguros de Crédito de Solunion?

Rellena los siguientes datos para que podamos contactar contigo

Nombre

Apellido

Email

Teléfono

Empresa

Entiendo y acepto la [política de privacidad](#)

Acepto recibir información comercial

propagación de los contagios, siendo en éste momento, la segunda nación más afectada de Europa, después de Italia.



*Se disparan ventas online en España por cuarentena frente al COVID-19 / Foto: Álvaro Monge – el Periódico*

Por lo anterior es que como **las familias españolas estarán «encerradas» en sus hogares entre dos a tres semanas**, sus hábitos de consumo se han transformado abruptamente **pasando del presencial al «online» (en línea)** realizando las compras de alimentos, fármacos, electrodomésticos pasando hasta por juegos para niños y equipamiento para trabajar remotamente (computadores/ordenadores).

**Relacionadas: [Se espera que compras de](#)**

## **alimentos en línea aumenten drásticamente**

Uno de los que más repunte está generando es, sin duda, el sector de la alimentación. Incluso cuando ya han pasado varios días desde el inicio de esta cuarentena buena parte de las estanterías de las grandes cadenas de distribución se vacían en cuestión de instantes, sobre todo en Madrid señala el periódico [Las Provincias](#).

Al mismo tiempo -o incluso precisamente por este repentino colapso en las tiendas- **se ha registrado un fuerte pico de las compras de comida on line**, una práctica que hasta ahora no estaba demasiado extendida en el país, como reflejan numerosos estudios que concluyen que los españoles prefieren acudir a las tiendas para realizar su compra diaria, preferentemente en lo que respecta a frescos.

# Impacto del Covid-19 | Frecuencia de compra

- Una de cada dos personas entrevistadas declara que durante el confinamiento ha aumentado la frecuencia de compra online.
- La mayoría de compradores declaran que cuando vuelva cierta normalidad volverán a su frecuencia de compra online habitual; sin embargo, un 25% declara que seguirá con una frecuencia mayor.

## Situación durante el confinamiento



## Situación futura



- ¿Cuál de las siguientes frases se corresponde más a tu situación en la cuarentena?
- ¿Cuál de las siguientes frases se corresponde más a tu situación futura, cuando se establezca una cierta normalidad?

Base compradores: 1.079

¿Cualquiera la puede crear?

SÍ

¿Les va a funcionar a todos?

NO

No es lo mismo **tener una tienda online**  
que **vender por Internet**



EL  
ELEGIDO



Compromiso



Recursos



Inversión

# **BUSCA TU VALOR DIFERENCIAL**

**¿Por qué te van a comprar a ti y  
no a la competencia?**

# Nos adaptamos a cada cliente

<p><b>FREE</b></p> <p><b>Gratis</b></p>	<p><b>BÁSICA</b></p> <p><b>19</b>€/mes</p> <p>Alta gratis</p> <p>Pago anual: 190€/año *(descuento de 38€ por pago anual)</p>	<p><b>PREMIUM</b></p> <p><b>29</b>€/mes</p> <p>Alta gratis</p> <p>Pago anual: 290€/año *(descuento de 58€ por pago anual) +dominio incluido</p>	<p><b>PROFESIONAL</b></p> <p><b>59</b>€/mes</p> <p>Alta gratis</p> <p>Pago anual: 590€/año *(descuento de 118€ por pago anual) +dominio incluido</p>	<p><b>EMPRESA</b></p> <p><b>169</b>€/mes</p> <p>Alta gratis</p> <p>Pago anual: 1690€/año *(descuento de 338€ por pago anual) +dominio incluido</p>
---	--	---	--	--



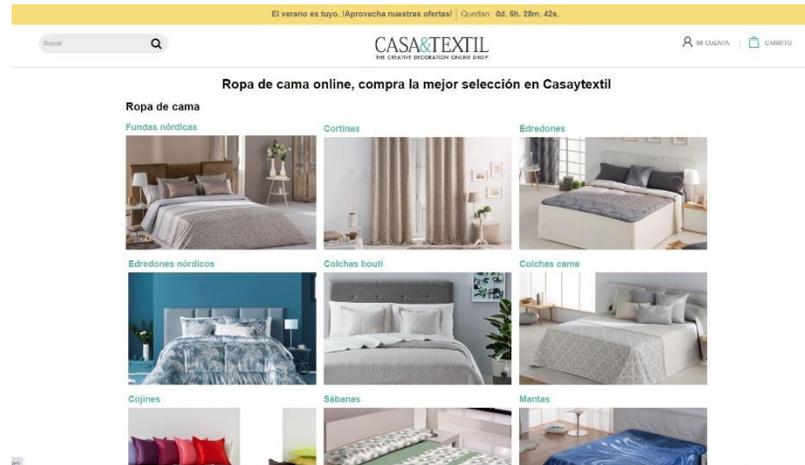
DE VENTA



SI NO RECUPERAS TU INVERSIÓN...

TE LA DEVOLVEMOS

# CASOS DE ÉXITO



**+40.000 TIENDAS**

**¿Y AHORA QUE HACEMOS?**





***“Cuanto más entreno más suerte tengo”***

***Greg Norman***

$$\text{AZAR} = \frac{1}{\text{Preparación}}$$



¡Se busca!  
Compromiso

Recursos

Inversión





# ¿Cómo vender online en la situación actual?

Webminar CEEI VALENCIA - 17/11/2020



**Carlos Aparicio**  
Director Comercial



[www.mabisy.com](http://www.mabisy.com) | 646 266 698



@mabisy | @carlosenlanube



[comercial@mabisy.com](mailto:comercial@mabisy.com)