

**HOT
SALE
FANS**

IGNIS VIEW N°119
JUNIO 2019

 **IGNIS**
MEDIA AGENCY

HOT SALE FANS

En el Hot Sale diversas marcas y empresas realizan descuentos y promociones a través de sus stores digitales.

Según la CACE (Cámara Argentina de Comercio Electrónico), durante la edición 2018, se vendieron más de 2500 artículos por minuto y participaron 475 compañías que facturaron un +79% más que en la edición de 2017 (alrededor de \$6100 millones de pesos).

En lo que va del 2019 se vendieron 3,5 millones de productos, con un ticket promedio de \$4,094 (30% superior a 2018).

La primera edición del Hot Sale se realizó en 2014 como una estrategia para impulsar el e-commerce incluyendo diversas categorías de productos.

En la edición 2019, se adicionó la oferta de “MegaOfertas Bomba” (descuentos especiales que se realizan en diversos momentos del día).

En un contexto económico complejo, la posibilidad de acceder a productos con descuentos y precios especiales se convierte en una opción muy relevante.

Alimentos, bebidas, indumentaria, accesorios, calzado y decoración fueron las categorías con más ventas.

A diferencia de las ediciones anteriores, este año se destacó la alta demanda de productos de almacén (azúcar, yerba, arroz, aceite).

El canal online ya está instalado en la vida diaria de los consumidores.



Conectividad de Argentina

45

Millones de habitantes

93%

Penetración de Internet

73%

Usuarios de Smartphones

69%

Redes sociales mobile

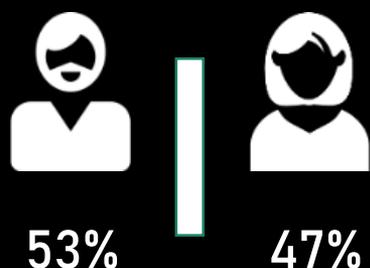
8h 20'

Promedio diario de uso de Internet*

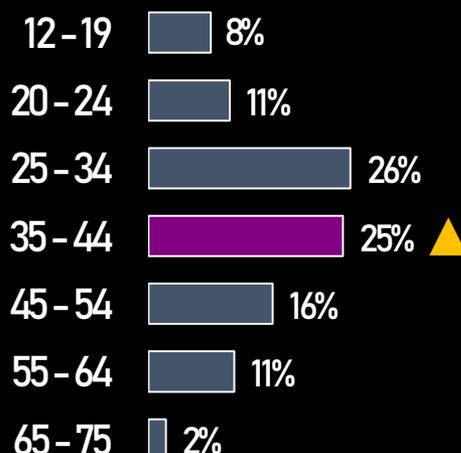
HOT SALE FANS

Los Hot sale Fans son principalmente consumidores adultos jóvenes (+Millennials y Gen X), de NSE alto, que trabajan más de 30 hs semanales, en pareja/casados y con hijos.

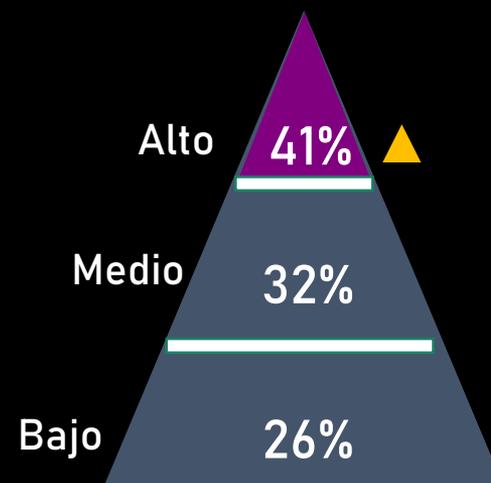
Género



Edad



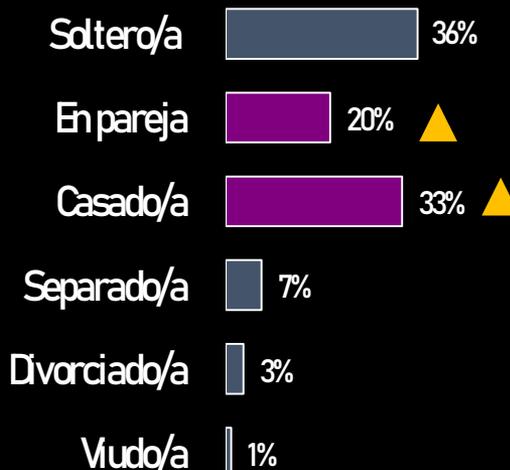
Nivel Socioeconómico



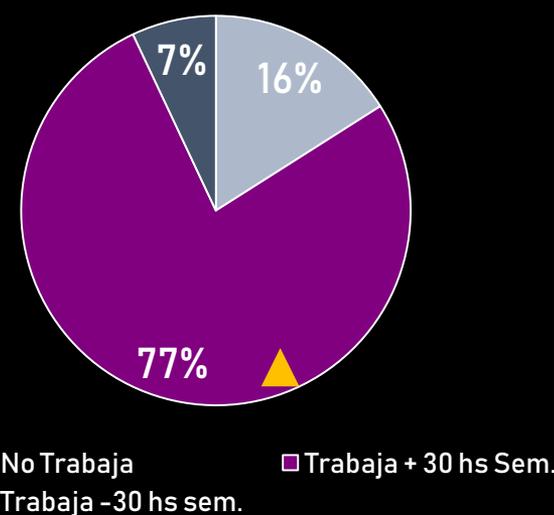
Tienen hijos/as



Est. Civil



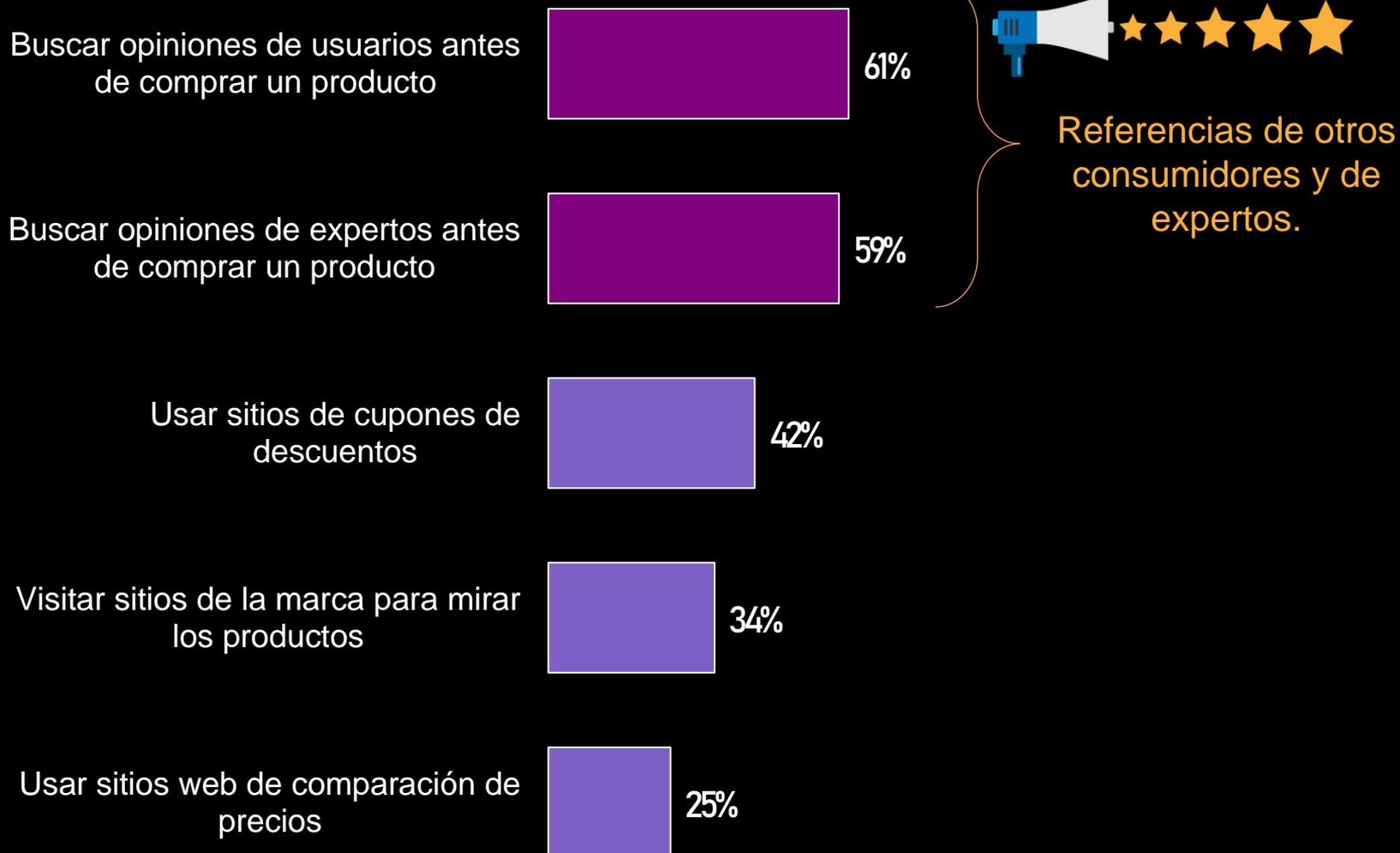
Posee Trabajo



▲ Index superior a 120 versus Total Población

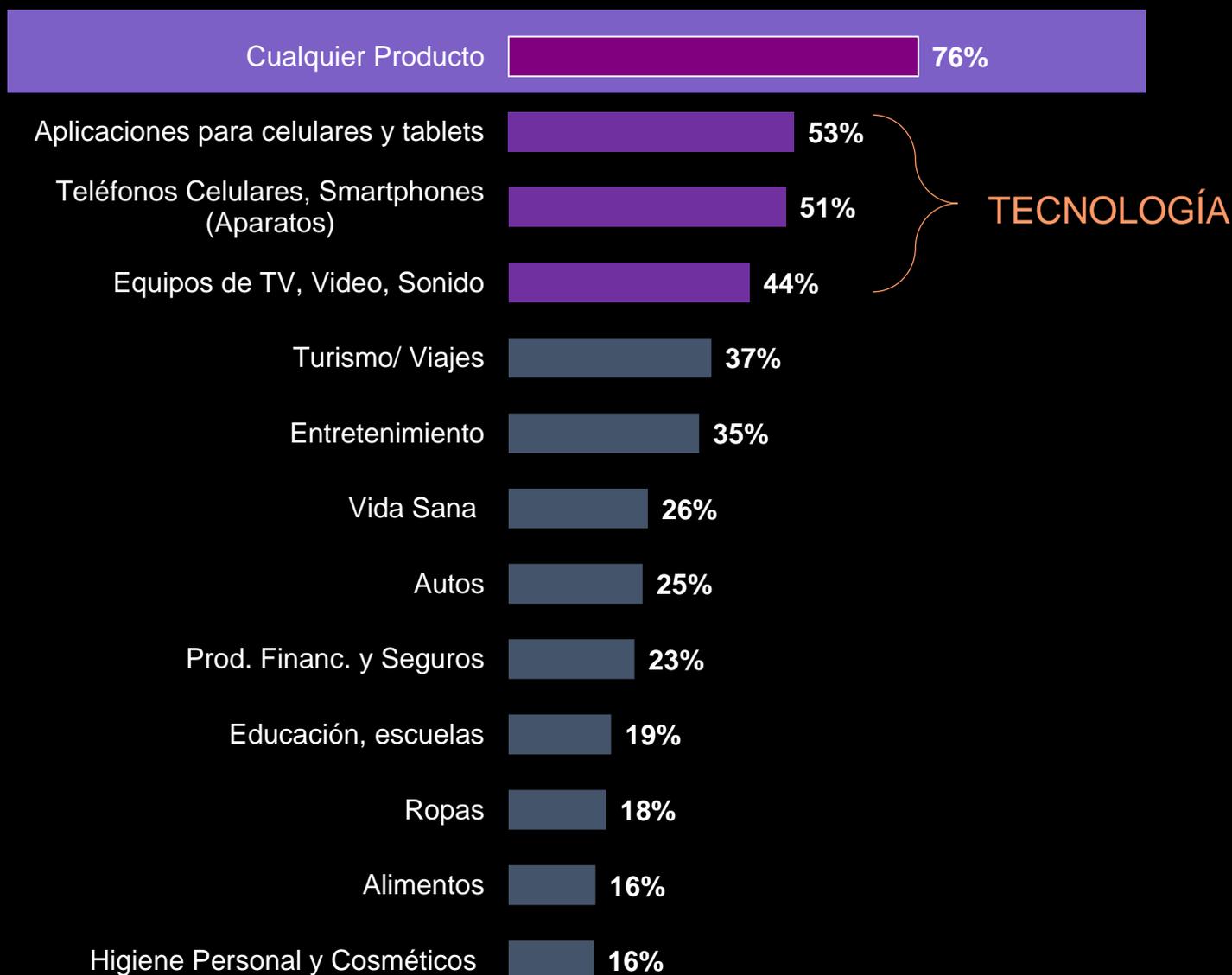
Cuando planifican las compras son importantes las opiniones y calificaciones de otros usuarios y la palabra de expertos.

¿Qué hacen antes de comprar?



Si bien buscan información sobre diversas categorías, las principales son: Tecnología, Turismo y Entretenimiento.

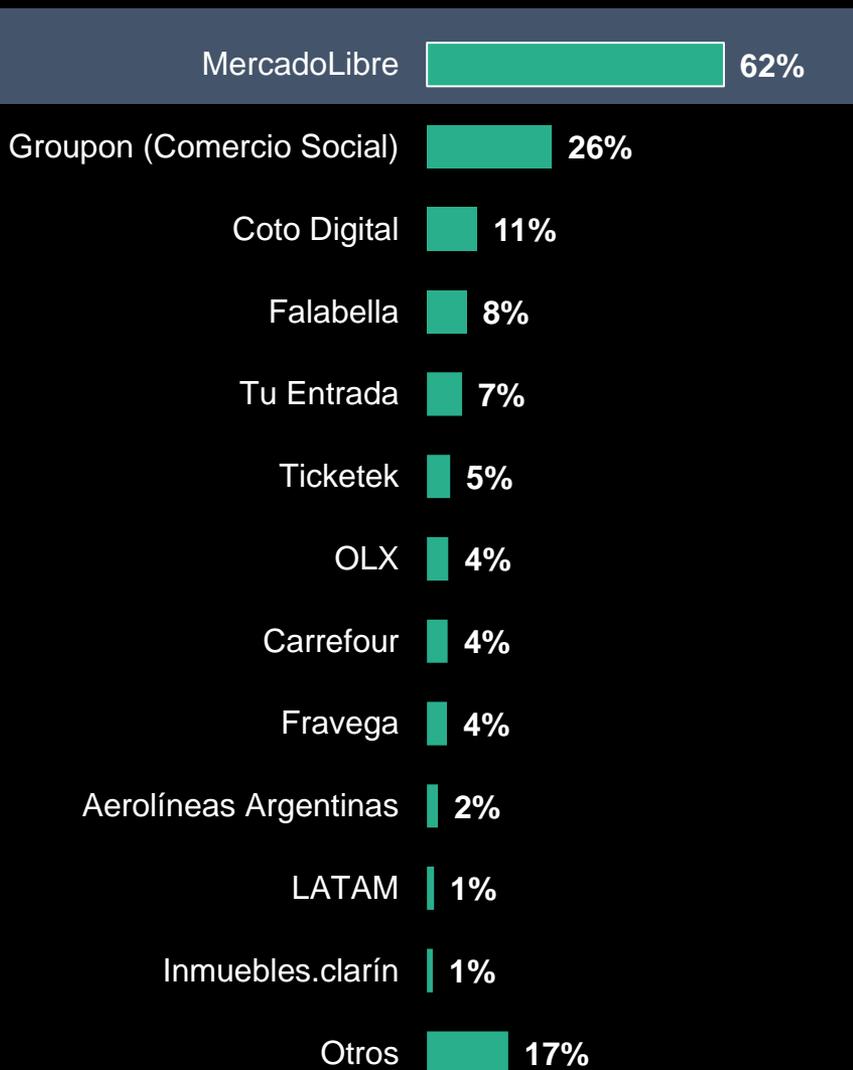
¿Qué categorías buscan en Internet?



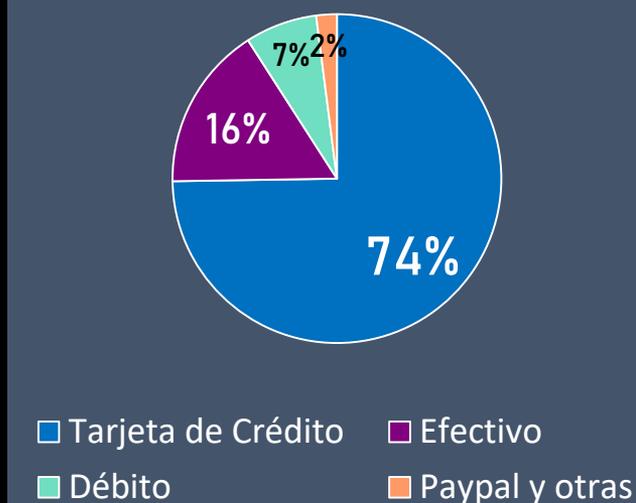
Mercado Libre es la plataforma de mayor uso, alcanzando a 6 de cada 10 consumidores.

La modalidad de compra online es sobre todo bancarizada (Tarjeta de crédito 74%).

¿Qué sitios de compras online usaron en el último mes?



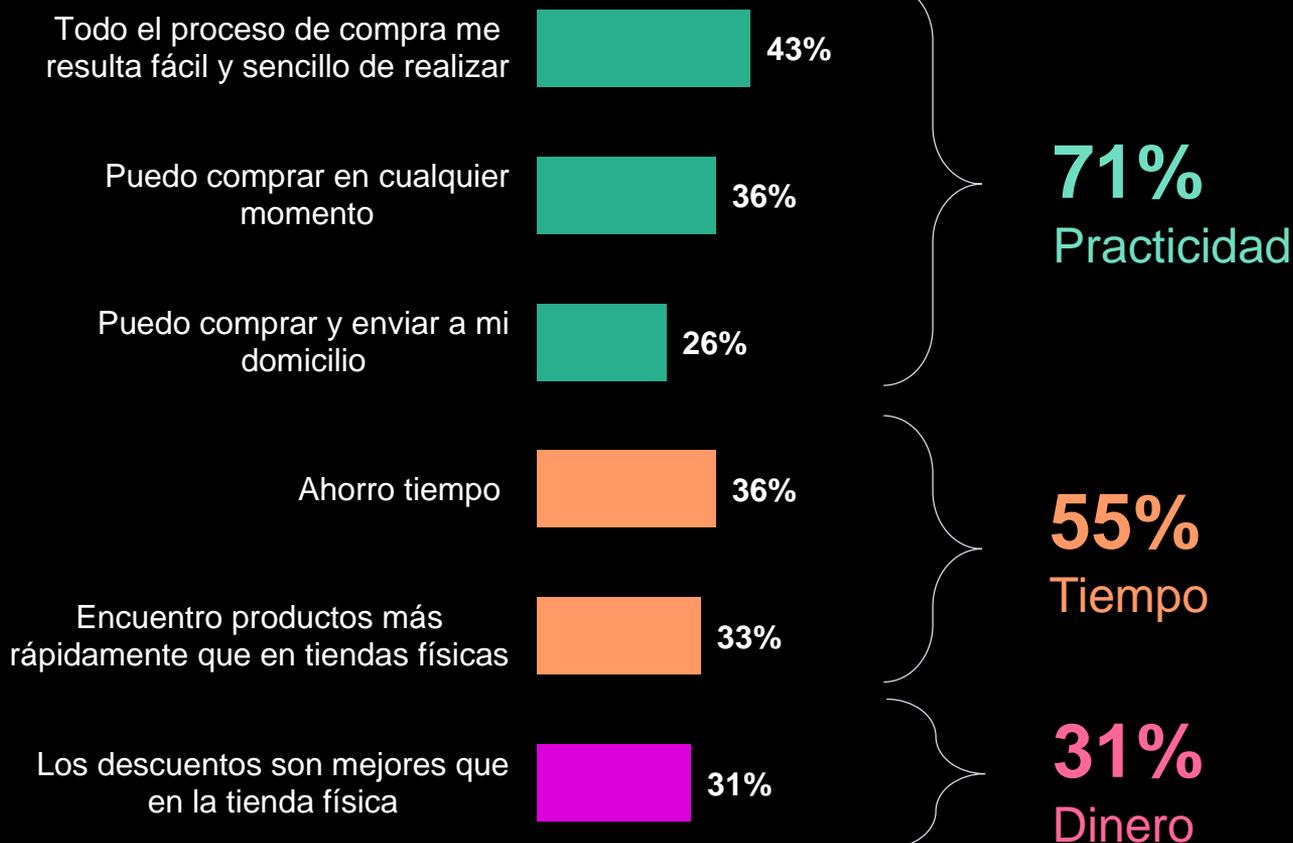
Modalidad de Pago



Según la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, las compras Online ya son algo masivo: 9 de cada 10 ha realizado compras vía Online. Los principales motivos que traccionan la compra online son la practicidad y el ahorro de tiempo.

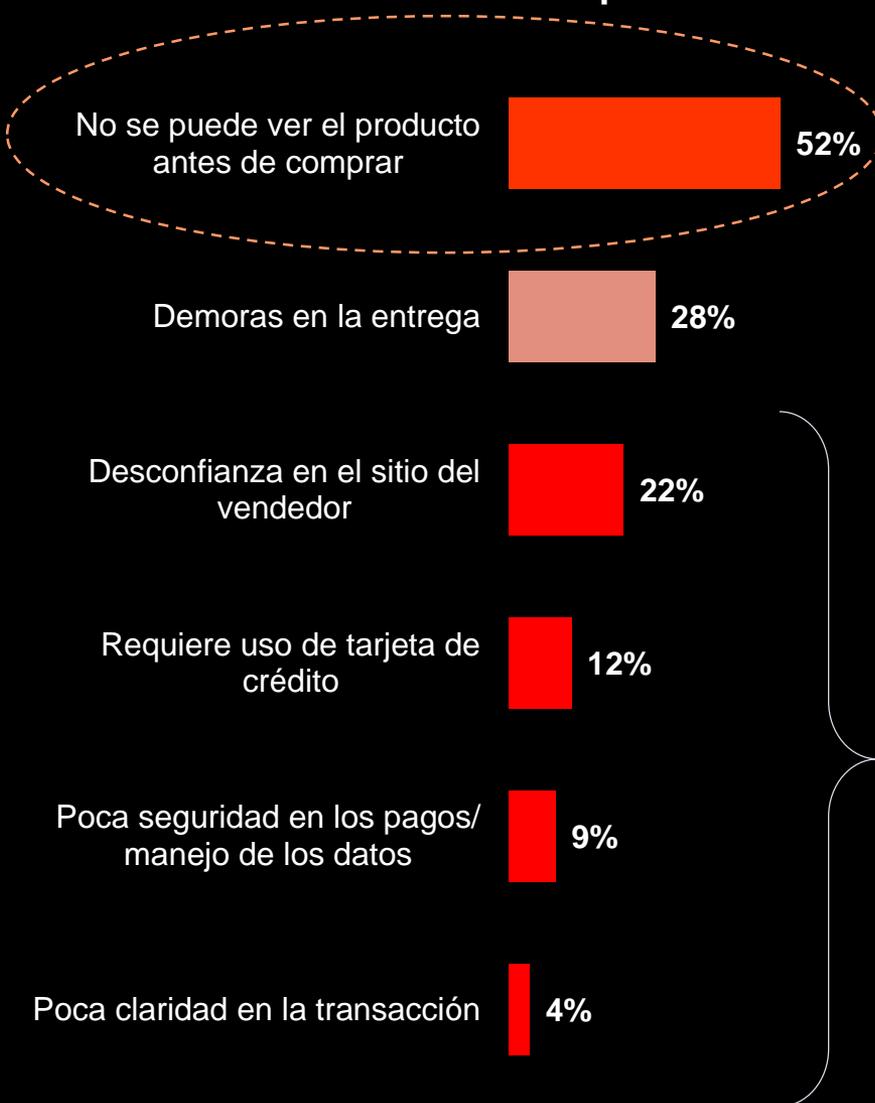
La compra Online: **90%** compró alguna vez online

Motivos por los cuales compra Online



Las principales barreras para la compra Online, son el no poder ver el producto, las demoras en la entrega y otras razones relacionadas con la falta de confianza. Sin embargo, las barreras disminuyen con el pasar de los años.

Barreras a la compra Online



Cantidad Promedio de Barreras a la compra Online

2016	1,9
2017	1,7
2018	1,3



CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPRADORES ONLINE


H I P E R - O N L I N E

Son consumidores con un alto nivel de acceso y uso de Internet, Redes Sociales y Smartphones. Está habituado al uso de plataformas pagas (como Spotify y Videos On Demand) y está habituado a buscar información sobre cualquier producto a través del medio Online.


E N C O N T R O L

La búsqueda de información relativa a precios/descuentos es también una cuestión muy importante para estos consumidores, ya que les gusta sentir que tienen el control de sus gastos y compras, accediendo a beneficios.


O C U P A D O S

Tienen poco tiempo disponible. Tienen hijos y/o una extensa jornada laboral. Por esta razón Internet y las Redes son una herramienta que les facilita las compras.


H I P E R - C O N E C T A D O S

Consideran como referentes (influencers) a otros consumidores a la hora de buscar información y recomendaciones sobre productos y marcas.


B A N C A R I Z A D O S

Tienen más afinidad el nivel socioeconómico alto. La plataforma que más utilizan es Mercado Libre, y más del 70% de las transacciones se realizan con tarjeta de Crédito.


I N F O R M A D O S

Planifican sus compras y buscan información acerca de los productos antes de completar la transacción. Son impulsivos en las tiendas físicas mientras que se declaran más cautelosos en la compra online.

ALGUNAS RAZONES POR LAS CUALES EL “HOT SALE” CONECTA CON LOS COMPRADORES ONLINE



Están hiperconectados y acceden a lo largo de todo el día a través de diversas plataformas.



Les genera la sensación de que acceden a un “buen trato” y mejores precios.



Les permite ahorrar tiempo y comprar desde cualquier lugar y en momento.



Pueden guiarse por las recomendaciones, comparar productos y precios y obtener beneficios y descuentos.



Pueden pagar con tarjeta de créditos y acceder a mejor financiación.



**HOT
SALE
FANS**



Av. Juan B. Justo 637 – 9 Piso, TE 54 11 5-263-9900 Buenos Aires- Argentina
<http://www.ignis-arg.com> ignis.view@ignis-arg.com