

MOBILE SHOPPER

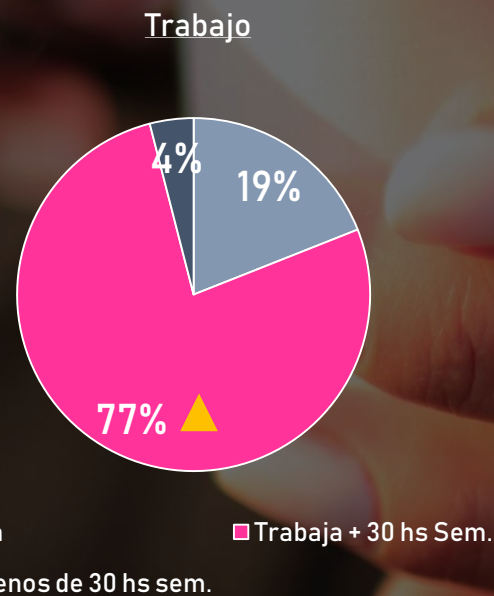
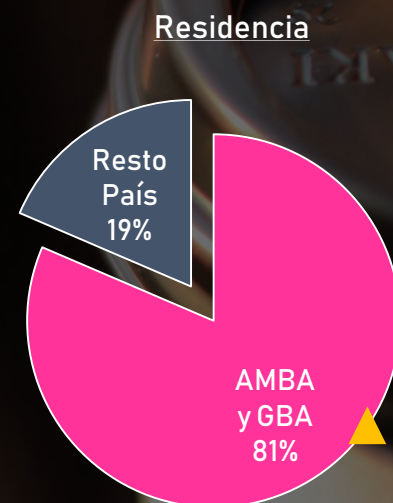
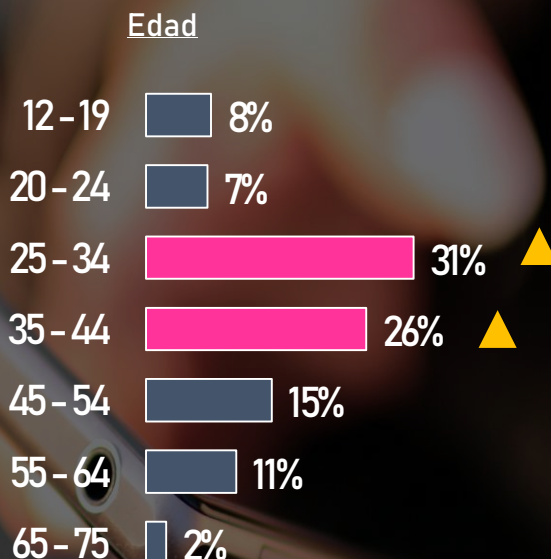
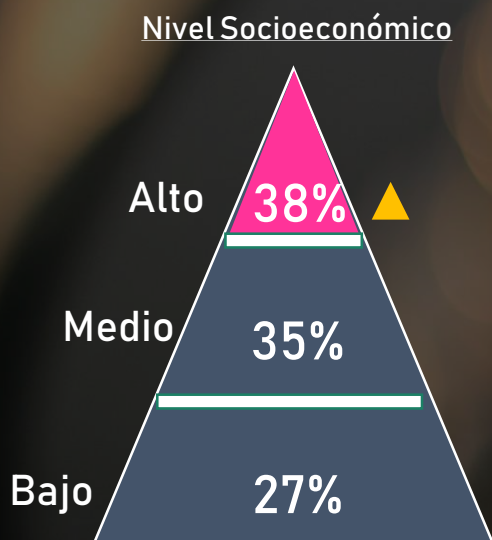
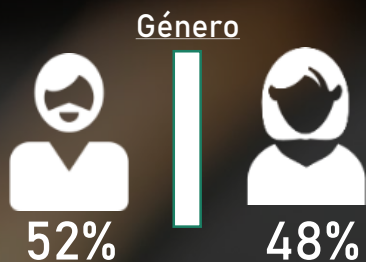


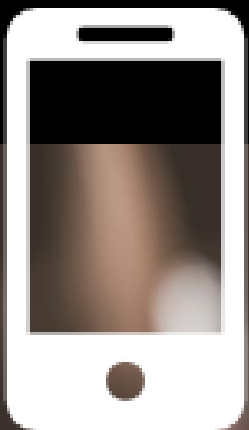
IGNIS VIEW N°118
ABRIL 2019



MOBILE SHOPPER

■ Pertenece mayormente a la generación millennial y early gen x.
Residen principalmente en AMBA/GBA, con mayor composición de NSE Alto, solteros y que trabajan más de 30 hs semanales.





M U L T I T A S K I N G

5,3
actividades

El consumidor que compra a través del mobile realiza múltiples actividades en su smartphone.
En promedio, realiza más de 5 tareas a través de su celular, mientras que a nivel total población, el promedio de usos desciende a 3 actividades promedio.

A diferencia del usuario medio de mobile, el mobile shopper, además de hacer compras y pagar cuentas con el dispositivo, es muy afín a ver TV y utilizar funcionalidades que le sirven para su actividad laboral o estudio (uso de office, video llamada, gps, sincronización de correo y calendario)



PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MOBILE SHOPPER



DISPONIBILIDAD

Los contenidos están disponibles en cualquier momento y lugar. Lo usan para complementar la experiencia de compra, aunque en la actualidad cada vez más compras se hacen efectivas por este medio



PRACTICOS

El acceso a mejores dispositivos, con conexiones mas seguras y veloces permite un uso en el momento que ellos lo necesiten



SMART BUYERS

Utilizan Internet y redes sociales para decidir, complementar y realizar sus compras y pago de servicios. Lo más utilizado: Mercado Libre, seguido por Groupon y otros servidores.



HEAVY USERS

Son usuarios acérrimos de contenidos audiovisuales y gráficos, tanto online como offline. Son principalmente jóvenes y con alto nivel adquisitivo



EXPERTOS

En su búsqueda de novedades y estrategias de consumo, se convierten en grandes conocedores de tendencias, marcas y aplicaciones



INTERNET DE LAS COSAS

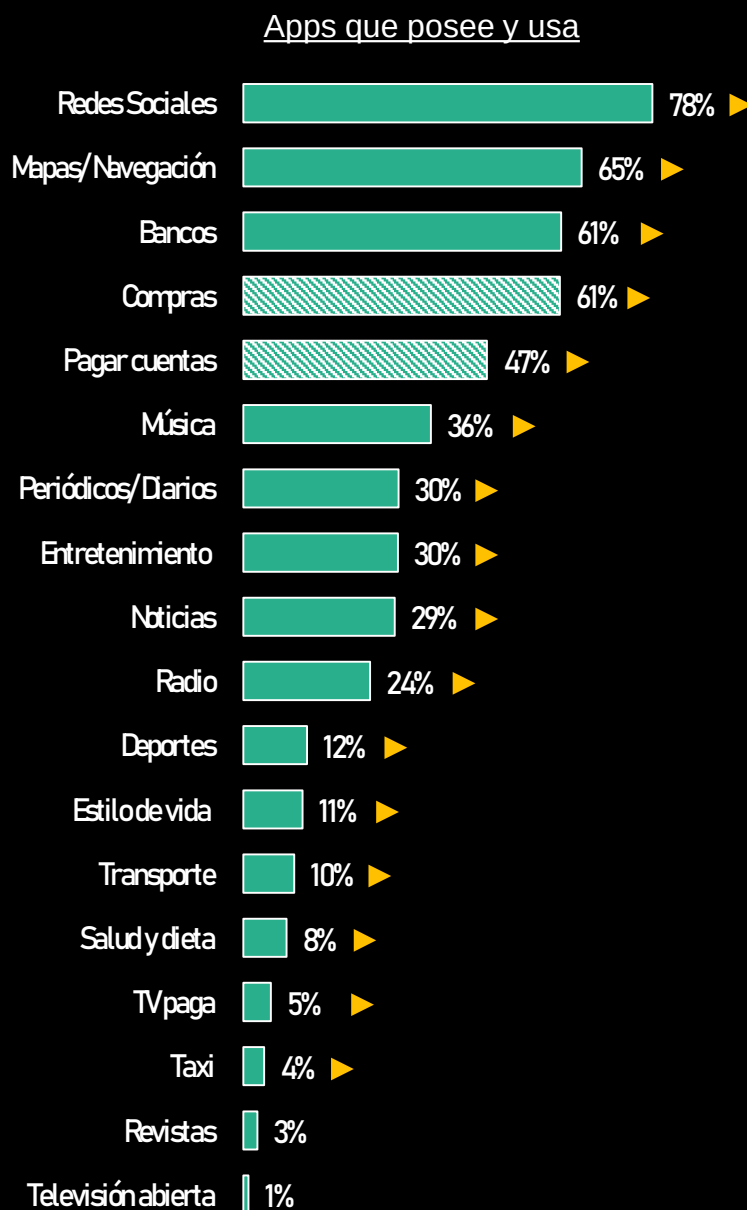
Al crecer la conectividad, el rol preponderante de los celulares será cada vez mayor, permitiendo el uso en combinación con otros electrodomésticos y tecnología de la vida cotidiana.



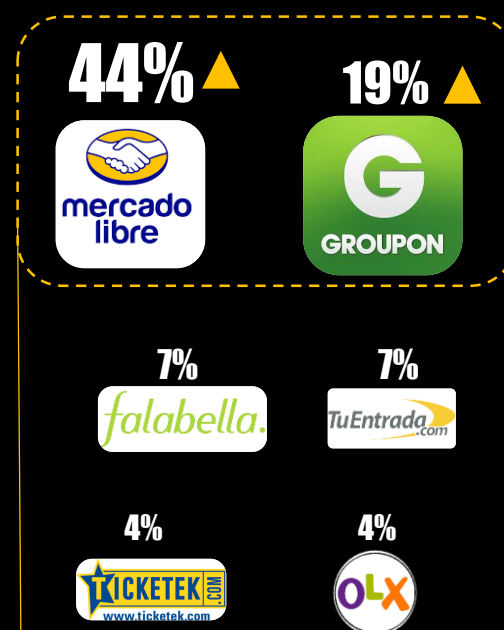
APPS MOBILE QUE POSEEN

Es un usuario con un alto uso y posesión de Apps en comparación con el usuario de mobile medio.

Mercado Libre y Groupon son los sitios comerciales mas utilizados para hacer compras.



Sitios Comerciales que usa





MOBILE SHOPPER

OPINIONES SOBRE LAS COMPRAS

planifica

trendy

prácticos

Es un consumidor que quiere estar un paso delante de las tendencias. Usa Internet para planificar sus compras y sabe que en línea puede encontrar todo lo que busca.

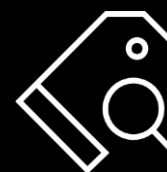
Opiniones más relevantes sobre Compras



Planifico la compra de artículos costosos



Solo voy de compras cuando necesito algo



Siempre busco ofertas y descuento



Prefiero comprar productos de industria nacional



Uso Internet para planificar las compras



Comprar en línea hace mi vida más fácil



Disfruto cualquier tipo de compras



Intento estar al día en los cambios de estilos y modas



Cuando encuentro una marca que me gusta soy fiel a ella

ALGUNAS CONSIDERACIONES A FUTURO



CRECERÁ EL USO DE SMARTPHONES

En pocos años, la posesión de smartphones será casi total, con dispositivos que permiten realizar múltiples tareas



MEJORARÁ LA CONECTIVIDAD

Las empresas se encuentran desarrollando mejoras en la conectividad, dejando atrás las trabas regionales en torno a la conectividad.



AUMENTARÁ LA USABILIDAD

La confianza para realizar operaciones online y a través de celulares será cada vez mayor, a la vez que incrementarán los usos (Internet de las cosas)

¿Cómo prepararnos?



Desarrollar plataformas y puntos de acceso para las pantallas de mayor tamaño



Disponibilidad en cualquier horario, con mayor presencia en los momentos claves de acercamiento de los consumidores



Pensar en los desarrollos y usos futuros potenciales (aunque hoy parezcan lejanos)

THE MOBILE ECONOMY

En la actualidad, existe un crecimiento de la adopción de smartphones -con pantallas de mayor tamaño y una velocidad de conexión más segura y rápida-, que genera mayor seguridad de los consumidores al realizar sus compras a través del celular. Así, el comercio móvil es uno de los segmentos que crece con mayor velocidad y se espera que continúe en aumento en el futuro cercano.

Se proyecta que en 2022 en Latinoamérica la industria mobile generará cerca de \$330 billones (5.2% del PBI de Latinoamérica).

Para el 2025, se espera que 75% de la población de LATAM estará suscripta a algún servicio móvil.

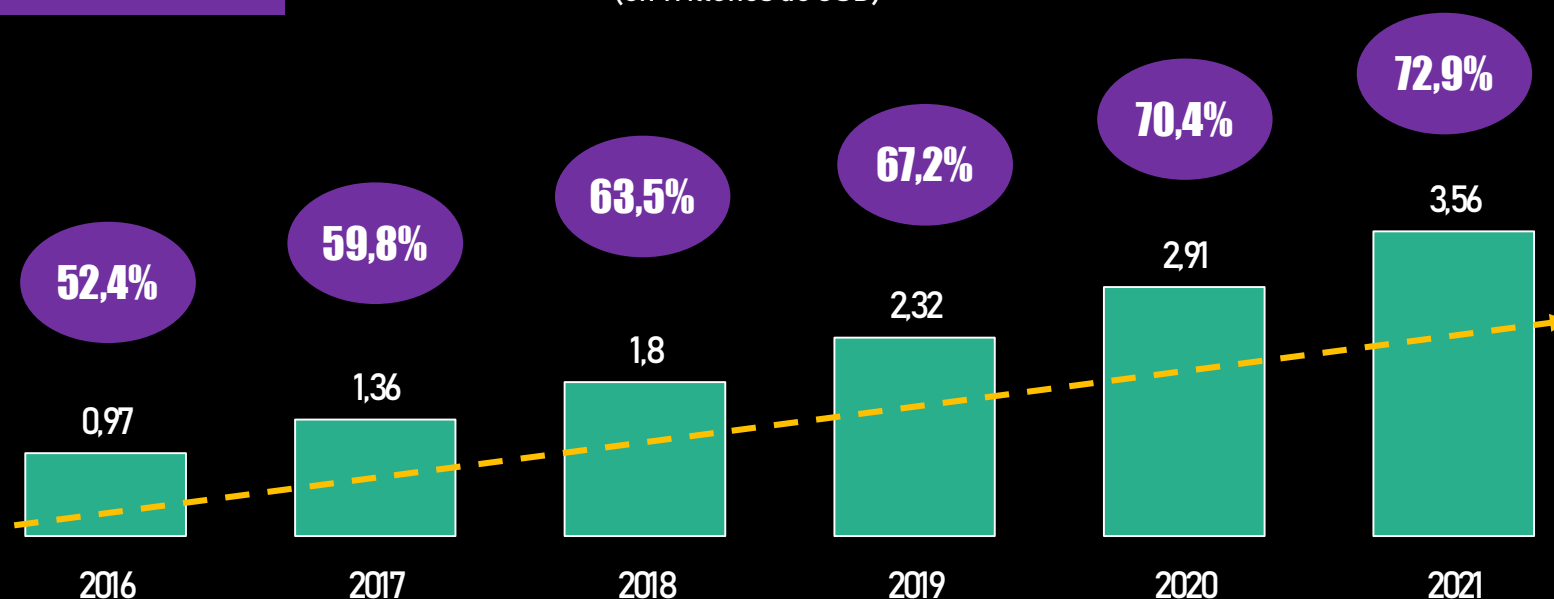
En Argentina, en 2017 81% de la población estaba suscripta a algún servicio de telefonía móvil; 55% poseía un Smartphone y sólo 38% tenía una conexión 4G.

Para 2025, se espera que el 83% de la población argentina esté suscripta a algún servicio de telefonía móvil; 77% poseerá un Smartphone y 72% tendrá conexión 4G.

Crecimiento de Mobile Commerce (ventas mundial)

Participación de Mobile en
las ventas E-Commerce

Total Ventas a través de Mobile
(en Trillones de USD)





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