

## Comportamientos de tus clientes que debes conocer

La implementación de la tecnología en el área empresarial y de los negocios, así como el acceso a internet, ha impulsado la diversidad en que los consumidores pueden acceder a productos y servicios, pero también les ha brindado la oportunidad de opinar y ejercer su compra de una forma mucho más informada y acorde a sus necesidades.

Dentro de estas acciones donde el consumidor compara información y precios de lo que van a comprar, podemos identificar el webrooming, lo cual se puede definir de la siguiente manera: cuando los clientes revisan los precios en internet de una tienda y los comparan con los precios en la sucursal física.

De acuerdo con el estudio “Consumo de Medios y Dispositivos en México” realizado por IAB México, el 84% de los encuestados recurre a este tipo de acción a la hora de tomar su decisión de compra.

Asimismo, encontramos el showrooming, es decir, la comparación que el cliente hace en el piso de venta para comprar en línea; de acuerdo con el estudio mencionado, el 74% de los encuestados realiza esta práctica.

Al realizar estas acciones, los consumidores conocen más sobre las características del producto, precios, disponibilidad y también se interesan en reseñas hechas por otros compradores con el objetivo de aprender de sus experiencias.

Durante dichos procesos, también realizan una comparación entre marcas: si no hay disponibilidad de cierto producto o si el precio es elevado, los clientes buscan alternativas de marca y proveedores, al tiempo que indagan sobre variantes, tanto en fabricación como en materiales.

Con este panorama podrás establecer mejores prácticas en tus canales de compra, ya sea a nivel digital o en tienda física con la meta de que cada cliente tenga un mejor acceso a información sobre tus productos y de esta manera incentivar la compra.

Estas son las tendencias de webrooming para 2022. <https://www.merca20.com/estas-son-las-tendencias-de-webrooming-para-2022/>. Merca 2.0, noviembre, 2021.

Los consumidores ven a las redes sociales como el nuevo aparador de las marcas. <https://expansion.mx/mercado-tecnia/2021/09/29/redes-sociales-marcas-plataforma-venta>. Expansión, septiembre, 2021.

