



▶ Comportamientos de tus clientes que debes conocer



▶ ¿Has pensado en hacer ofertas personalizadas?



▶ Preparan cambios para Instagram

**Ficein**  
Vamos a conocernos mejor

## 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

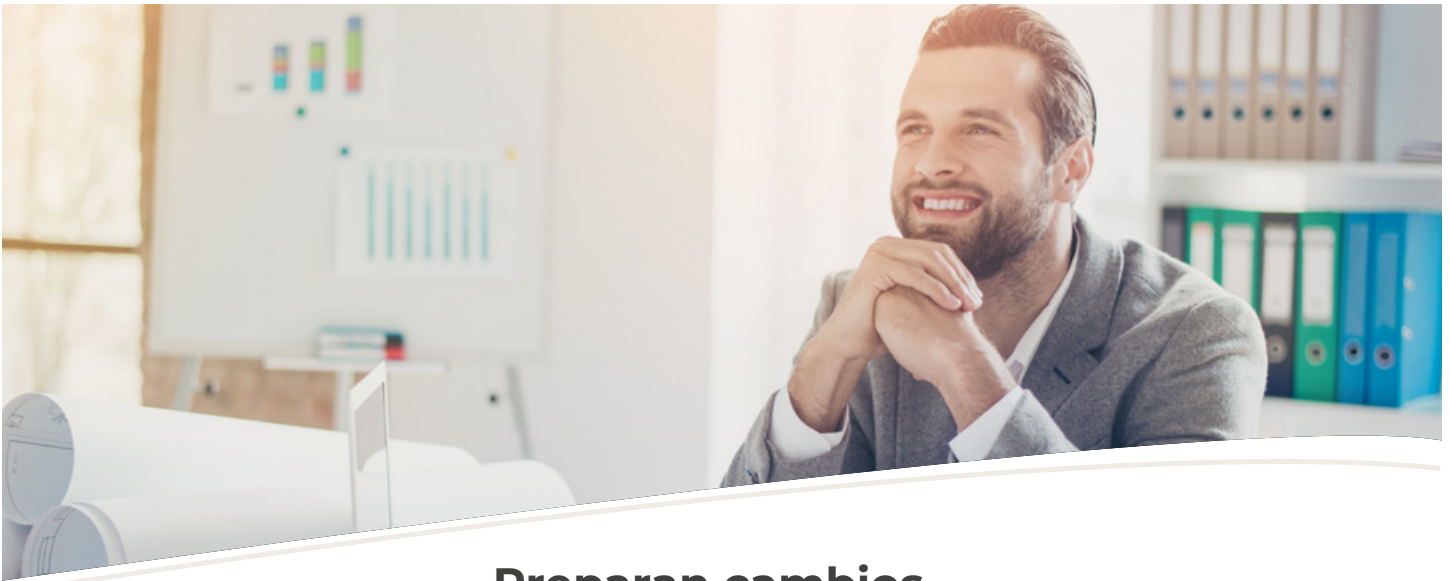
estudio mencionado, el 74% de los encuestados realiza esta práctica.

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.





## Preparan cambios para Instagram

### ¿Has pensado en hacer ofertas personalizadas?

De acuerdo con el estudio "El futuro de retail 2021-2025" realizado por Google y Euromonitor en Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile y Perú, el 40% de los compradores latinoamericanos están dispuestos a compartir su información personal a cambio de una oferta personalizada. Para ello también debes considerar la protección de dicha información, ya que la filtración o robo de datos es perjudicial para un negocio y sus clientes.

Esta red social está buscando que sus usuarios decidan cuáles publicaciones desean ver en la parte superior de sus "feeds". Para ello, está trabajando en una opción llamada "Favoritos", con la cual se podrán seleccionar a creadores de contenido y amigos para ver sus publicaciones al inicio de su sesión. Además, se busca que el usuario vea en orden cronológico las publicaciones de las cuentas que siguen, algo que dejó de realizarse desde 2016.

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/mercadotecnia/2021/09/29/redes-sociales-marcas-plataforma-venta>. Expansión, septiembre, 2021. ¿Quieres seducir a tus clientes en el futuro? Revisa estos consejos. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/insights/recorrido-del-consumidor/como-seducir-nuevos-clientes/>. Think with Google, octubre, 2021.

Instagram traerá de vuelta el orden cronológico en el feed de publicaciones. <https://www.altonivel.com.mx/tecnologia/instagram-traera-de-vuelta-el-orden-cronologico-en-el-feed-de-publicaciones/>. Altonivel, diciembre, 2021.

