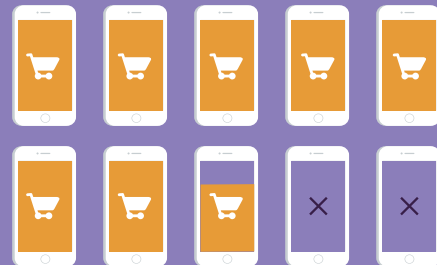


# ¿CÓMO SE BUSCA Y SE COMPRA MODA

en España?



La **compra de moda** es un ejemplo claro de **OMNICALIDAD**, donde **medios offline y online** conviven con naturalidad.



El **77%** de compradores de moda ha hecho alguna **compra online** en el último año.

## ¿Qué se compra?

Online y offline

## CALZADO

es la categoría de moda con **mayor penetración online y offline**.

Online



Share de venta online: **Moda de mujer** seguida de **complementos** y **ropa de hombre**

## Actitudes hacia LA MODA según el sexo

Mujeres Hombres

Es importante comprar a buen precio

62%

55%

Le gusta informarse sobre moda

59%

21%

Solo compra cuando lo necesita

45%

75%

No le interesa el mundo de la moda

15%

41%

## 4 Tipologías de consumidor



### Fashionista

- 23% de los compradores.
- Mujeres 30-44 años.
- Compran y gastan mucho.



Segmento **muy atractivo** para las marcas por su volumen de compra y rol de prescripción.



### Clásico

- 25% de los compradores.
- Hombres 45-64 años.
- Compran con poca frecuencia, pero gastan mucho dinero.



Segmento **interesante** por su **alto gasto** pese a su menor frecuencia de compra.



### Trendy Lowcost

- 25% de los compradores.
- Mujeres 30-44 años.
- Mucha compra, de menor gasto.



Segmento con **deseo de comprar** cuando los recursos se lo permiten.



### Práctico

- 27% de los compradores.
- Hombres 45-64 años.
- Poco volumen de compras y de poco valor.



Segmento con **poco valor** y muy motivado por la comodidad y el precio.

## Búsquedas previas a la compra

64% online

36% offline



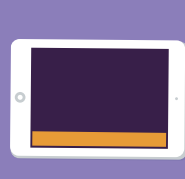
72%

en ordenador



37%

desde el móvil



18%

en Tablet

"De cada 100 compras en tienda física, **35** han tenido algún **contacto digital**"

## Forma de llegar a las webs de las marcas

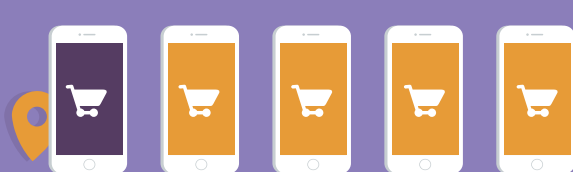
58% desde un **buscador** tipo Google



https:// 41% insertando el nombre en el **navegador**

2% desde **otra página**

En las compras offline con búsqueda previa online, el **ticket medio** es **más alto** que el de compras puramente offline.



1 de cada 5 compras online incluye **búsqueda offline**



1 de cada 3 compras en tienda, viene precedida de **búsqueda online**

## ¿Cómo se compra?



## El smartphone es clave en las compras online

• 1 de cada 5 compras online es desde un smartphone.

## Uso de móvil en las compras

## Desde dónde se compra con el móvil

79% de los consumidores

95% de las mujeres de 18-34 años

Se duplica la cantidad de consumidores que emplea el móvil para la compra de moda respecto a 2013



82%

desde casa



8%

en el trabajo



10%

otros lugares

## El móvil no se usa solo para comprar



58%

para pedir opinión



42%

buscar información



4%

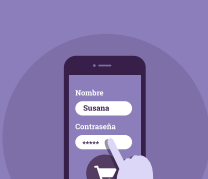
llegar a la tienda



6%

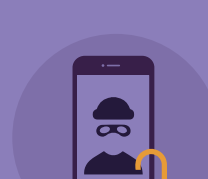
otros motivos

## Barreras en la compra desde móvil



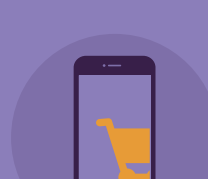
57%

incomodidad



27%

desconfianza



24%

responsiveness



9%

ritual tienda