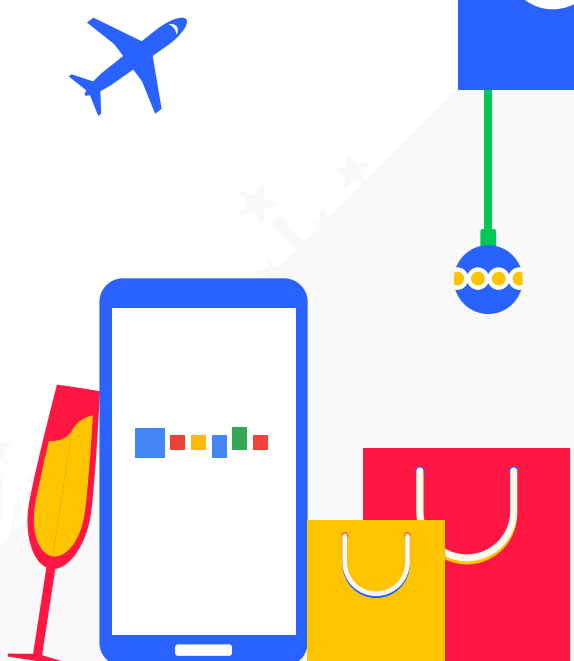


El Buen Fin 2018:

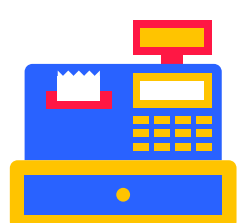
las claves para conectar con los mexicanos

El Buen Fin está cada vez más cerca, y con él llega el momento tan esperado por los consumidores: ofertas y promociones tentadoras por tiempo limitado. Las últimas ediciones de este evento demostraron que las ventas *online* siguen creciendo a ritmo sostenido y que el canal digital adquiere cada vez más relevancia a la hora de tomar decisiones de compra. Por estos motivos, las marcas que quieran aprovechar al máximo esta oportunidad, deberán ocuparse de estar presentes a lo largo de todo el recorrido del consumidor.



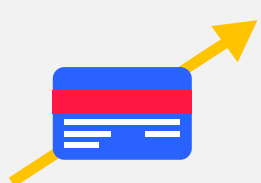
320 M

búsquedas por hora se realizaron sobre el evento en 2017.¹



94 MM

de pesos fue la facturación de la última edición de El Buen Fin.²



+ 43%

de crecimiento en las ventas *online* registradas en El Buen Fin 2017 vs. 2016.²

El canal digital, la nueva vidriera para ganar clics y generar ventas



57%

de las compras realizadas en una tienda física durante El Buen Fin 2017 tuvieron una instancia de investigación *online* previa.²



5 de cada 10

consumidores utilizaron su *smartphone* dentro de un local para comparar precios y ofertas de la competencia.³

El Buen Fin, una mina de oro para las marcas que busquen vender sin límite



1 mes

antes de que empiece el evento, los usuarios empiezan a buscar información *online*.¹



+ 230 M

de búsquedas *online* se registraron en noviembre de 2017 en torno a las principales categorías de productos, *retailers* y términos relacionados con El Buen Fin.¹

¿Qué planean comprar los internautas mexicanos en El Buen Fin 2018? ³



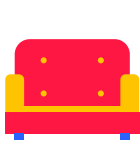
41%

Tecnología



36%

Ropa y accesorios



29%

Muebles y electrodomésticos



19%

Juguetes y videojuegos



12%

Perfumes y maquillajes



12%

Viajes



Interesados

El interés por las consolas **aumentó un 24%** en la edición pasada del evento.¹



Más buscados

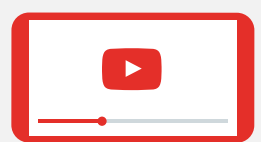
En noviembre 2017, **calzado, vestidos y relojes** se convirtieron en los productos más buscados en Google.¹



Consultas

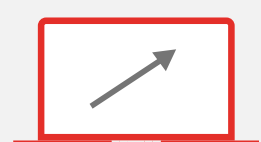
Smart TV, refrigeradores, accesorios y hornos eléctricos fueron algunos de los términos con mayor número de consultas durante el El Buen Fin 2017.¹

YouTube, la fiebre por los descuentos también se vive en la plataforma de videos *online*



+ 72 M

de reproducciones tuvieron en noviembre de 2017 los videos de YouTube relacionados con El Buen Fin.⁴



+ 122%

crecieron las búsquedas relacionadas con este evento dentro de la plataforma de videos *online* en 2017 vs. 2016.⁴

Fuentes.

1. Google, Datos Internos, noviembre 2017.

2. Deloitte, "El Buen Fin 2017 y la experiencia de los consumidores".

3. Google Consumer Survey. "Pregunta: ¿Qué tipo de productos están planeando comprar durante El Buen Fin?", 2017/2018

4. Google YouTube. Datos Internos.

Think with Google