

## **Black Friday, Navidad y Rebajas: las claves del éxito en ecommerce**

**Madrid, 2 de noviembre de 2016.-** Criteo, compañía tecnológica global de marketing de resultados, ha publicado el análisis de los datos agregados de más de 190 anunciantes en España en los sectores de moda, deportes y electrónica, entre el 1 de septiembre de 2015 y el 1 de febrero de 2016 con más de 17.5M millones de transacciones.

El objetivo de este análisis es proporcionar datos a los responsables del ecommerce y recomendaciones clave sobre el comportamiento de compra durante la temporada que engloba el Black Friday, la Navidad y las rebajas de invierno.

El Black Friday se ha convertido en una fecha indiscutible para el ecommerce. Junto a la Navidad y las rebajas de invierno registra una gran subida concentrada en tres días que supone un aumento del tráfico (hasta x2) y un fuerte aumento de ventas (hasta x2,7). En Navidad y en rebajas, al no concentrarse en un único día, las compras también se sitúan por encima de la media pero más repartidas en el tiempo, lo que provoca que el pico no sea tan fuerte como en el Black Friday.

La importancia de hacer cross-device se evidencia en este estudio puesto que una venta implica dos o más dispositivos/navegadores y el análisis del proceso de compra del consumidor se ha vuelto más complejo con la proliferación de dispositivos. Con esto, el cross-device permite enlazar los diferentes perfiles relacionados a un único usuario y un mayor incremento de la inversión, un mejor conocimiento de la ruta de compra del cliente y una experiencia de marca unificada.

Por su parte, las aplicaciones representan el 54% de las transacciones efectuadas desde dispositivos móviles. Además, tienen mucha fuerza en la fidelización de consumidores y durante los 30 días siguientes a la primera visita, los nuevos usuarios de una app, tienen 2 veces más posibilidades de volver que en el caso de una web. Las apps ofrecen una tasa de conversión por encima de cualquier otro canal y un promedio superior en el valor de la cesta frente al desktop o navegador móvil.

Con la fase de investigación, el tráfico aumenta significativamente desde finales de octubre y tras ella, se acelera el ritmo de las conversiones hasta finales del mes de noviembre. Por temor a que no sean entregadas antes de Navidad, las compras comienzan desde mediados de diciembre, dejando los días 25 de diciembre y 1 de enero (y sus vísperas) con poca o nula actividad en internet.



Durante el Black Friday y Navidad, el tráfico en páginas web aumenta considerablemente y una semana antes de estos periodos, los consumidores tienden a poner más productos en la cesta. A partir de noviembre, el mercado se vuelve mucho más competitivo y cada puja es más difícil de ganar porque el CPC y los presupuestos no siempre siguen el ritmo y, en consecuencia, los anunciantes pierden conversiones. A partir de noviembre, se intensifica la competencia entre anunciantes para conseguir más visibilidad entre los internautas, y el aumento de los CPCs les permite seguir siendo competitivos en el mercado y alcanzar el máximo número de conversiones posibles.

Así, de cara a fin de año, resulta fundamental tener en cuenta el fin de semana del Black Friday y el Cyber Monday, y explotar el poder de los dispositivos móviles como grandes influyentes en las ventas on y offline.

#### **Sobre Criteo**

Criteo ofrece marketing de resultado personalizado y basado en el logro de objetivos a gran escala. A través de la medición del rendimiento de las ventas post-clic, Criteo proporciona un ROI transparente y fácil de medir. Criteo cuenta con 2.000 empleadores en 31 oficinas distribuidas en América, Europa, Oriente Medio, África y Asia Pacífico que atienden a más de 12.000 anunciantes en todo el mundo con relaciones directas con más de 17.000 editores. Los anuncios de Criteo llegan a más de 1.200 millones de usuarios únicos de internet (comScoreMMX, enero 2016)

#### **CONTACTO PARA LA PRENSA**

##### **Contactos Criteo**

Alexandra Pelissero  
Criteo  
Tél : +331 70 56 79 12  
[A.pelissero@criteo.com](mailto:A.pelissero@criteo.com)

Miriam Sarralde / Ángela Treviño  
Trescom for Criteo  
Trescom Comunicación  
Tel.: 91 411 58 68 / 695 446 051  
[miriam.sarralde@trescom.es](mailto:miriam.sarralde@trescom.es) / [angela.trevino@trescom.es](mailto:angela.trevino@trescom.es)