

Consumidor Digital Dominicano

Anatomía, oportunidades y conexión





El estudio Usos de internet en Latinoamérica

Los patrocinadores del estudio:



Los Aliados del estudio:



El Comercio

ACTIVACION DIGITAL

EL NACIONAL



EL UNIVERSAL



La Prensa



medcom

EL TIEMPO
CASA EDITORIAL

Patrocinan la conferencia:



A stylized globe with green continents and blue oceans, centered on the Americas. The text is overlaid on the globe.

El consumidor digital dominicano

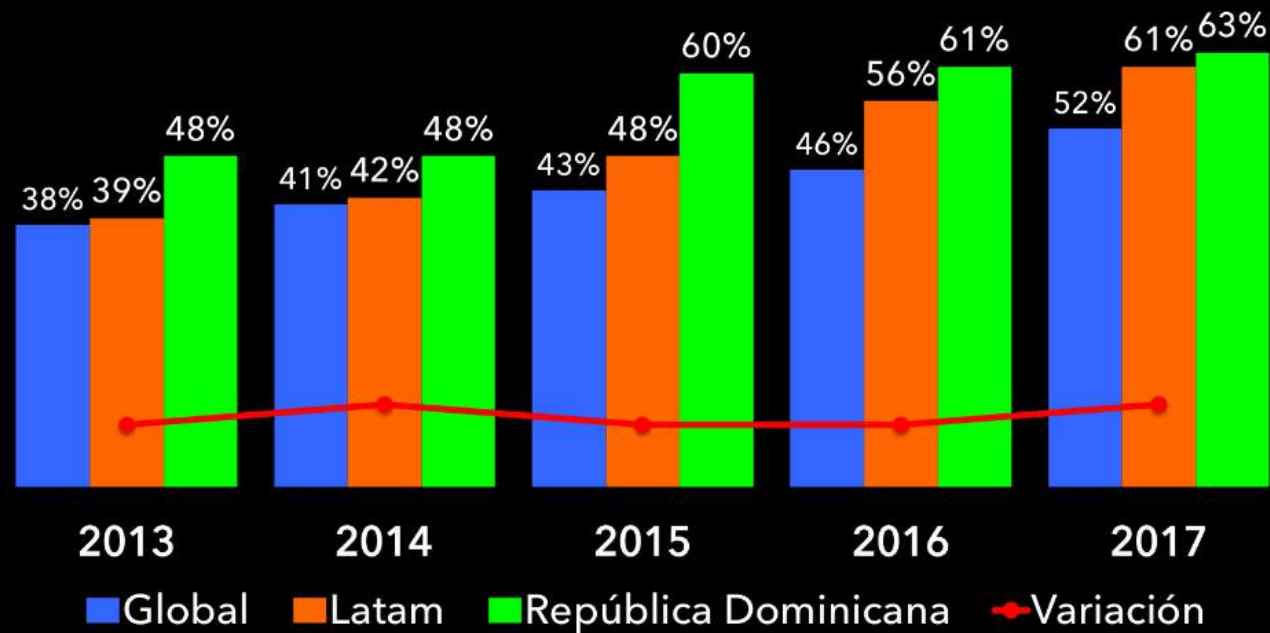
¿Cuántos son?

374.9 Millones de consumidores en LATAM

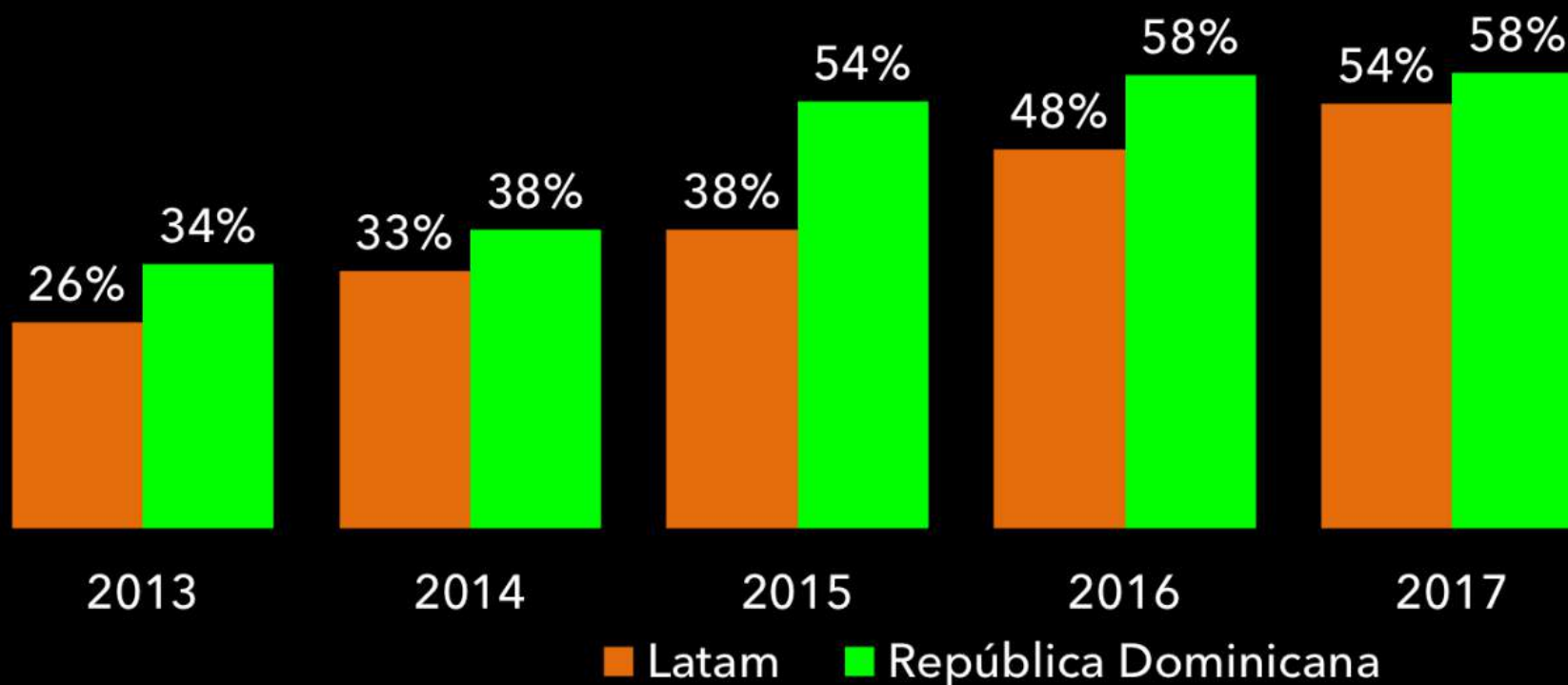
244 (65%) Hablan español

6.4 (0.6%) Están en R. Dominicana

Evolución de internet en República Dominicana

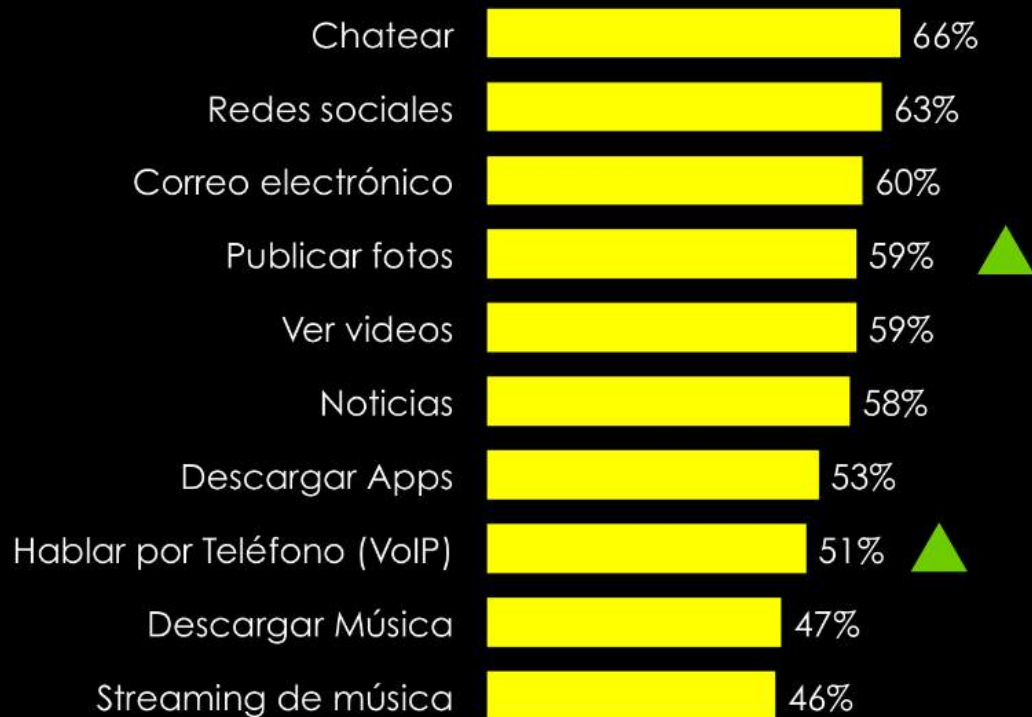


Internet en la palma de la mano



Proporción de la población que se conecta a internet desde teléfonos móviles

Top ten de usos de internet en República Dominicana



Contenidos de interés

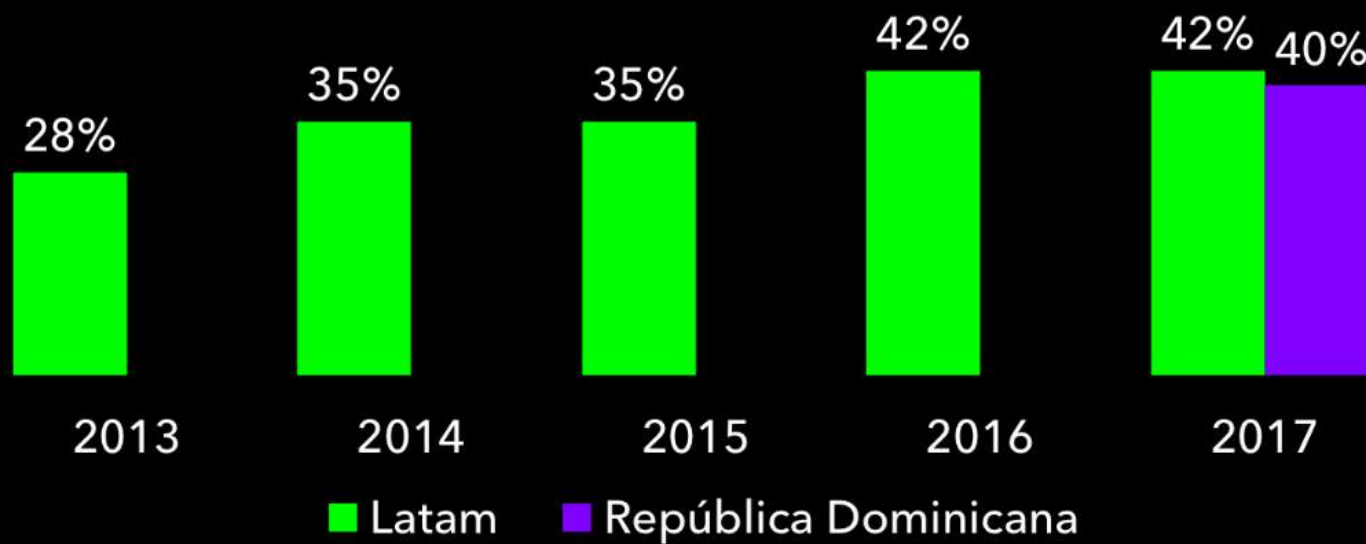
Política Deportes Economía
Medios sociales Medio
Cine Noticias ambiente
Familia y Tecnología
amigos Programación de TV
Libros



Compras por
internet en
República
Dominicana

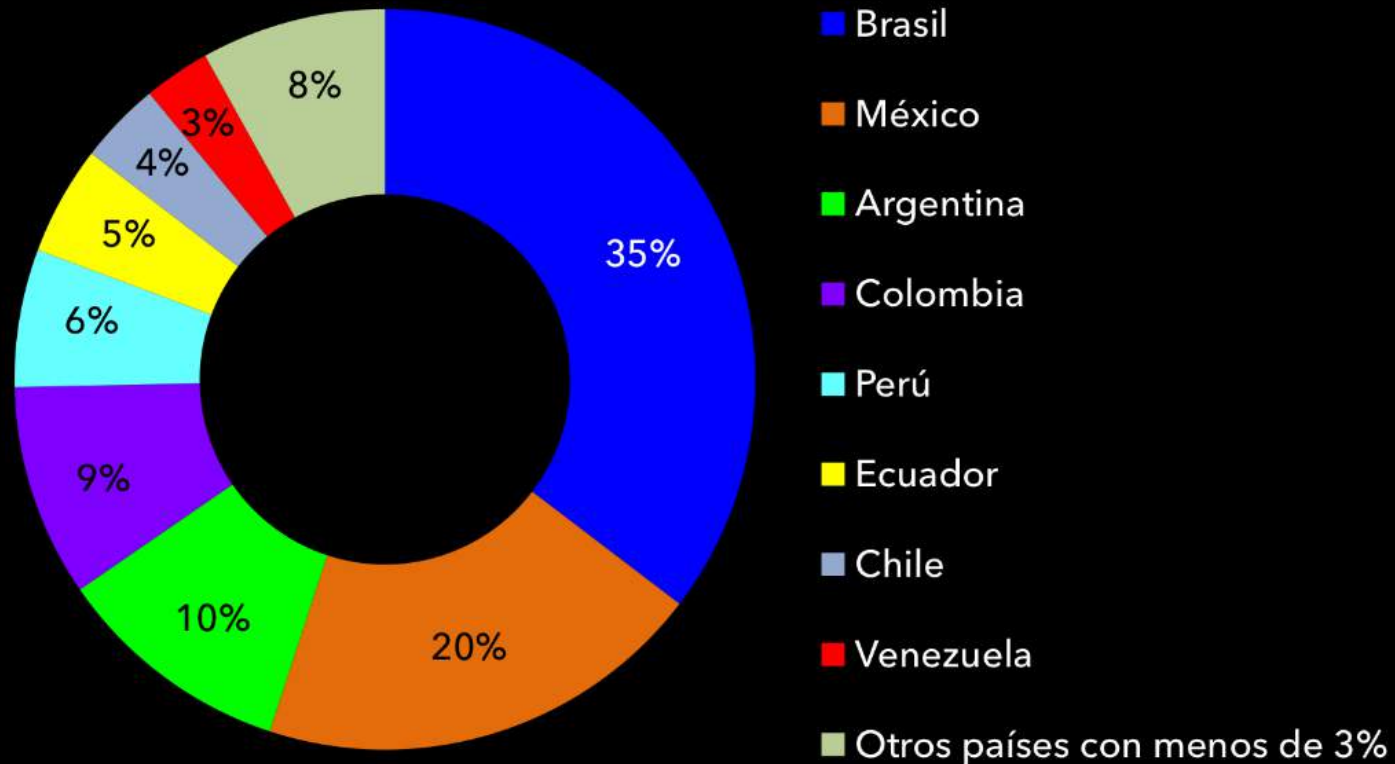
Cuántos han comprado online

259 millones

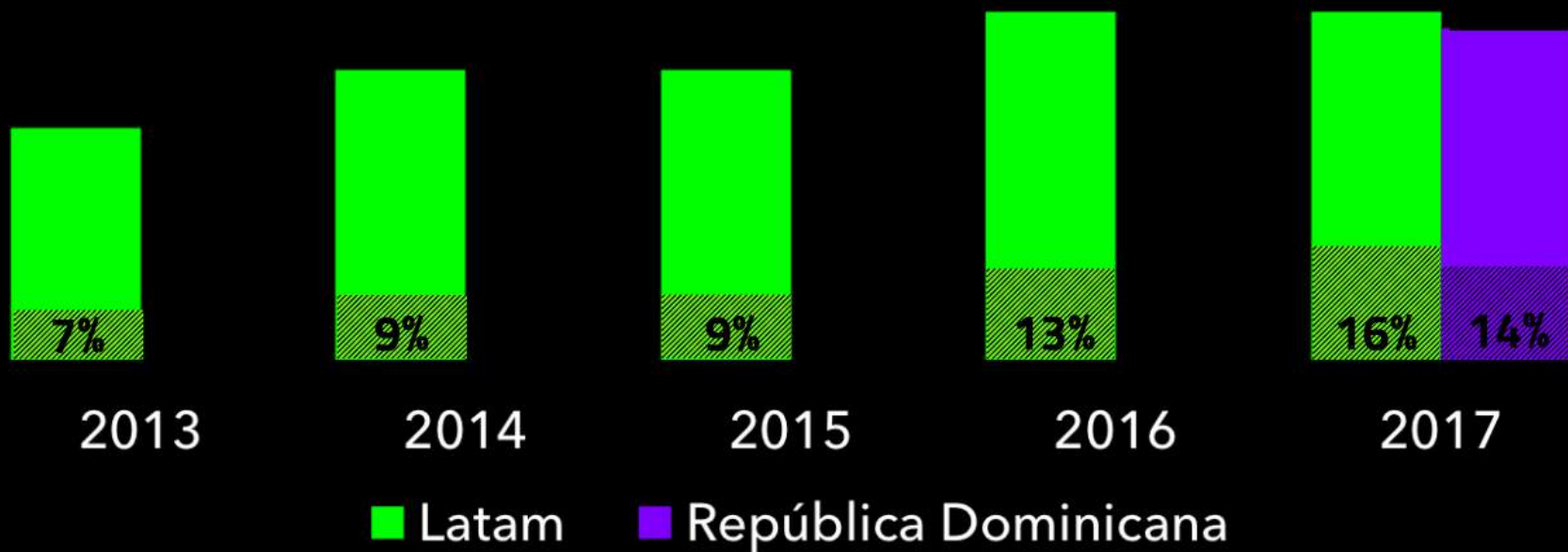


Proporción de compradores sobre la población total

Distribución de las compras online en Latinoamérica



La tienda en el móvil



Proporción de compradores móviles sobre la población total

El móvil en la tienda

21% (DO 30%)
Consulta amigos y familiares

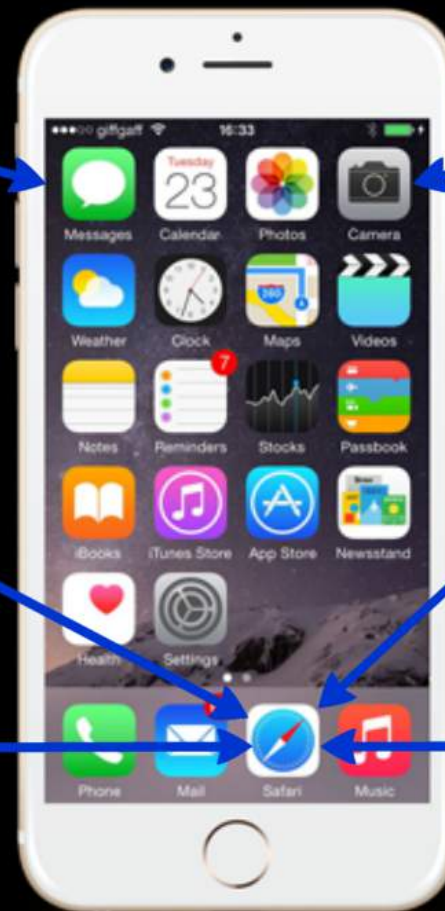
37% (DO 28%)
Toma fotos

48% (DO 44%)
Busca información

46% (DO 28%)
Busca promociones

25% (DO 28%)
Lee reviews

57% (DO 51%)
Consulta precios



Vender más a los que compran

Fotos publicadas por otros compradores **38%** ▲




Factores clave para aumentar la confianza

Vender a los que no compran

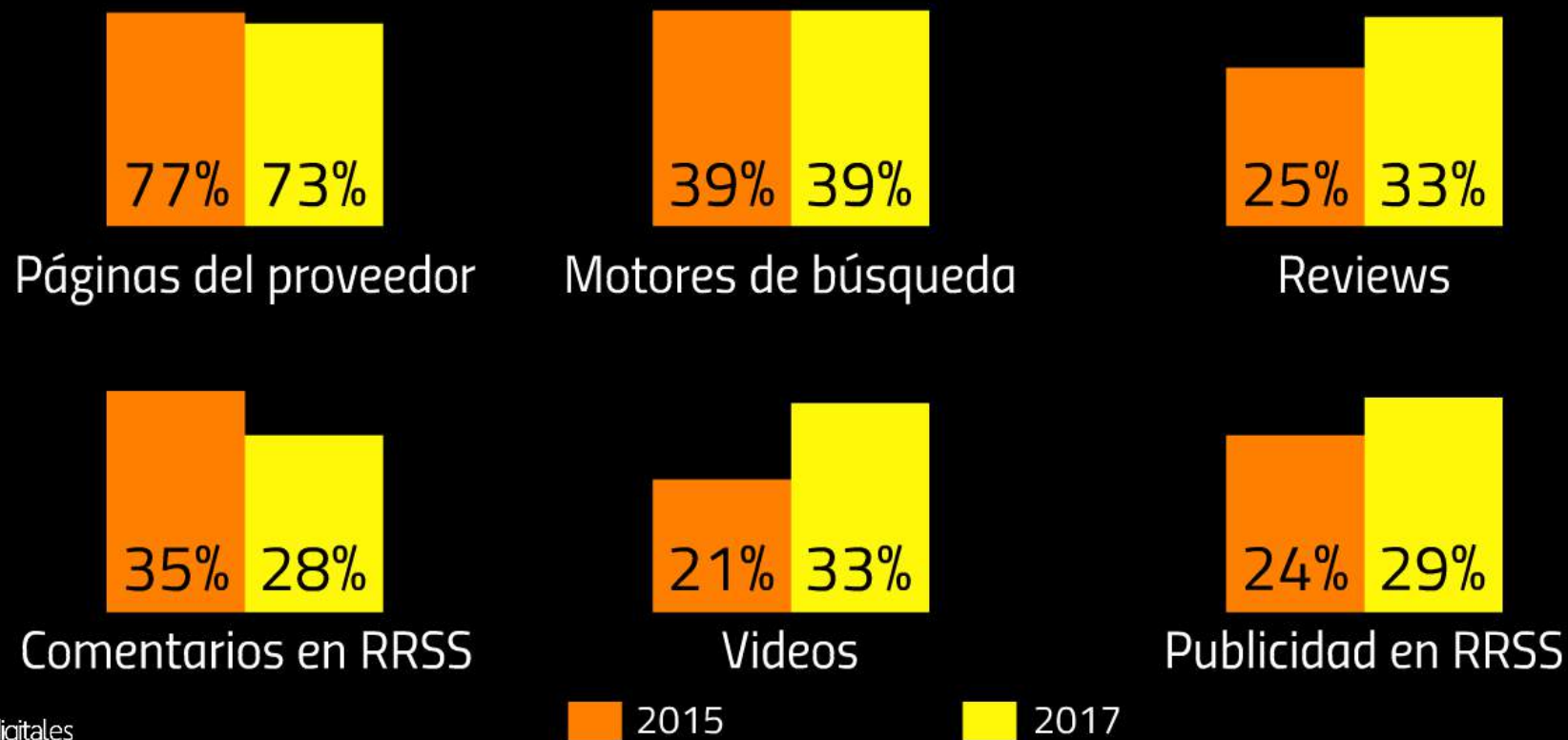


Obstáculos a superar para aumentar el mercado

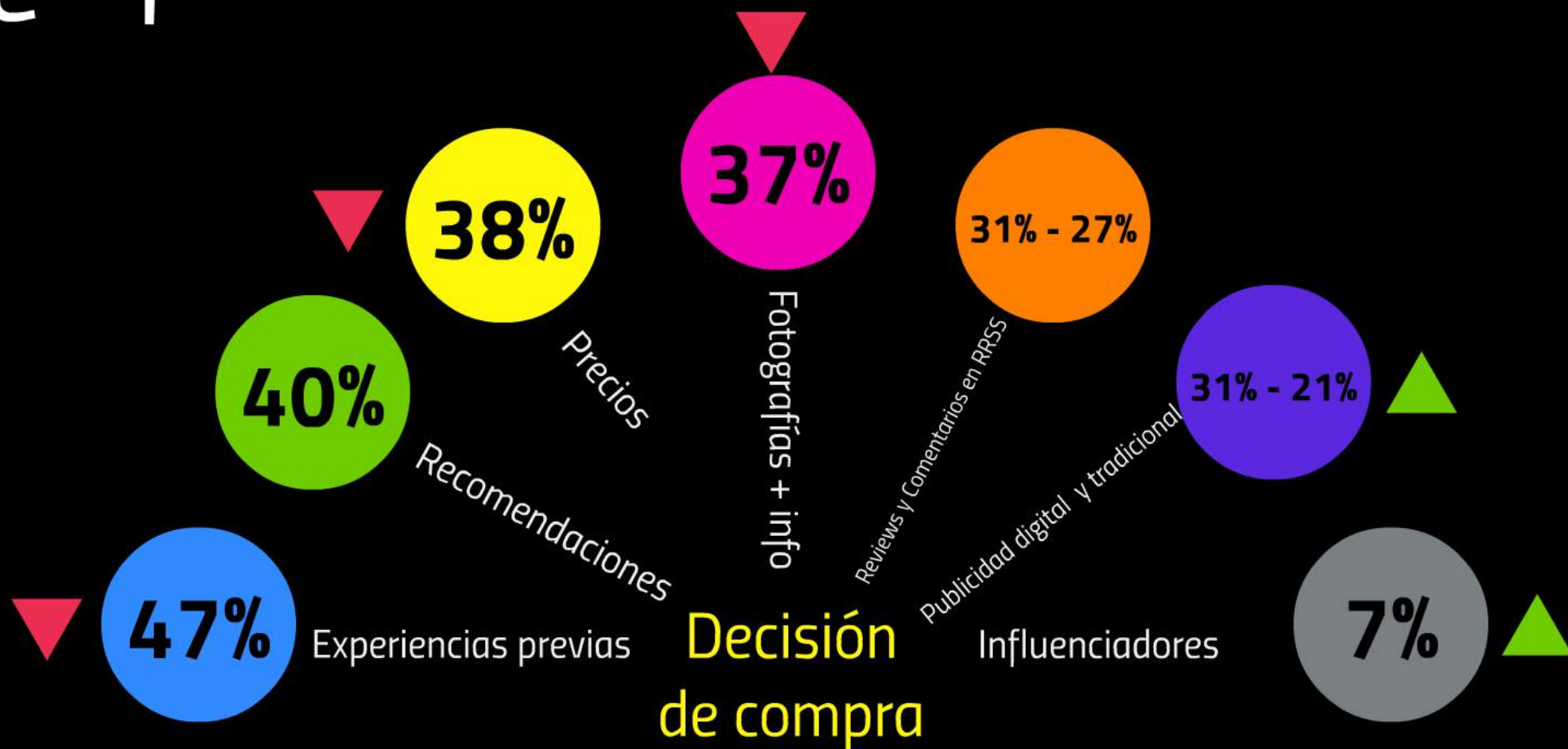


Influencia del Marketing digital

Fuentes de información para decidir en LATAM



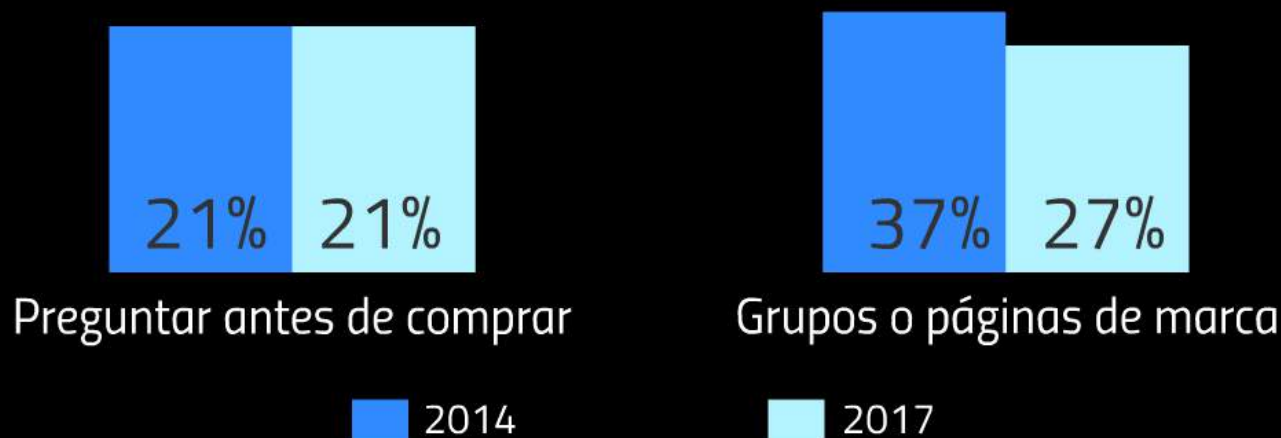
¿Influenciadores?



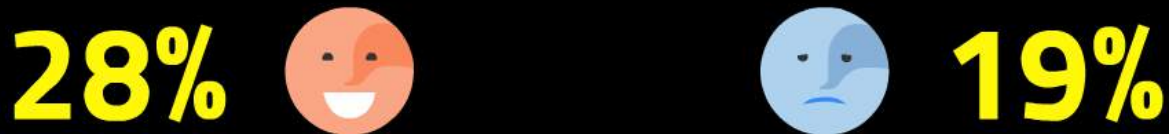
Internet en el contexto de los medios



Los medios sociales en el proceso de compra LATAM



Comparte experiencias



Claves para
conectar con el
consumidor digital

NIVEL I: Empezar a hablar claro

Conociéndolos

¿Qué te interesa?

#Trendingtopics

Investigaciones
de mercado

Medios sociales
(Monitoreos)

Preguntándoles
su opinión

Reconociéndolos

Me importas

#Aquiestoy



- Reconocerlos como individuos y no como transacciones.
- Escuchando y respondiendo.
- Las interacciones personales son importantes.

Reconociéndonos

Mostrándote

#Sinfiltro



- Detrás de la marca hay un equipo humano.
- Si se comete un error se reconoce.
- Hay metas y sueños.

NIVEL II: Convertirse en una marca útil

Definiendo un propósito social



Ayudándolos en su viaje



Cerrando la "brecha de la inutilidad" de los contenidos

64%

De los millennials responden al contenido que es útil

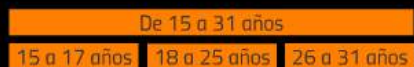
32%

De los millennials encuentran útiles las comunicaciones de las marcas

Fuente: Mowbray, The Millennial Mind

NIVEL III: Destacando entre la multitud

Resolviendo el conflicto "audiencia - relevancia"



Los millennials son un grupo homogéneo frente a la Generación X pero heterogéneo dentro de sí mismo.

Segmentar el mercado.

Creando experiencias memorables

95%

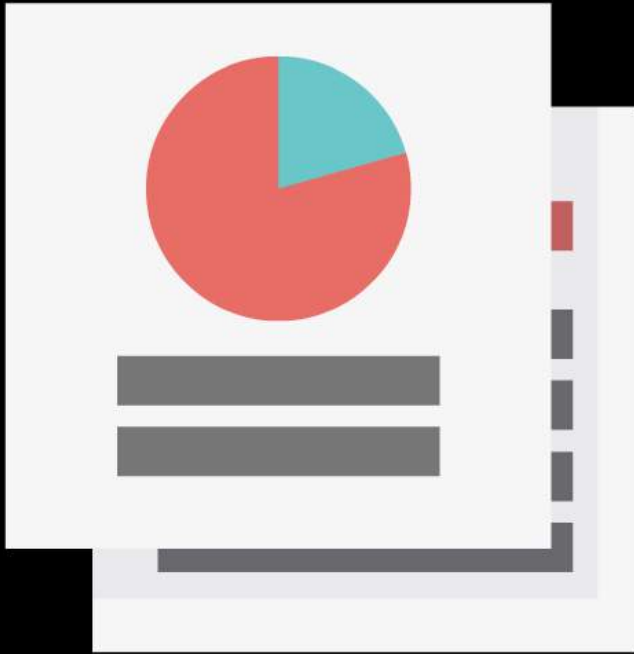
de los clientes con buenas experiencias,
comprarían de nuevo.

Fuente: One stop, Customer service survey.

Manejando con destreza los medios digitales



Fuente: Carlos Jiménez, Clientes Globales, 2016.



Este estudio tiene reportes que se adaptan a tus necesidades de información, para adquirirlos escribe a:
info@tendenciasdigitales.com
o visita:
www.tendenciasdigitales.com

Podemos seguir esta conversación en:

@carlosjimenez

www.carlosjimenez.info/registro

donde puedes descargarte el ebook:

