



## ¿Cómo será el comportamiento de los clientes de la nueva normalidad en el Buen Fin 2020?

**CIUDAD DE MÉXICO. 26 de octubre de 2020.-** Con la llegada de la 'nueva normalidad', las personas están volviendo poco a poco a las tiendas físicas y a comprar mediante las modalidades tradicionales, luego de un incremento exponencial en el comercio electrónico durante la primera mitad del año.

Pero el comportamiento de los clientes, incluso en ese tipo de establecimientos, ha cambiado. Si bien el 72% de los mexicanos aseguran que planean volver a comprar en tiendas físicas de acuerdo con la consultora [McKinsey](#), el reto para el Buen Fin 2020 consistirá en ofrecerle al comprador una experiencia más rápida, más segura y en la que puedan evitar el contacto con la gente para mitigar el riesgo de contraer el COVID-19.

Un aspecto en el que el comprador modificó su comportamiento radica en la intención de evitar filas y aglomeraciones. Datos de la [Asociación Mexicana de Ventas Online \(AMVO\)](#) indican que este es uno de los principales motivos (51%) por los que la gente utilizará las plataformas digitales combinadas con las modalidades tradicionales.

Cabe mencionar también que de acuerdo con cifras de [Ipsos](#), el 47% de los compradores en línea quieren comprar online y recoger en tienda durante esta temporada de compras, además de que el 71% de quienes van a los puntos de venta físicos quieren pasar menos tiempo en el lugar que el que destinaban en el pasado.

¿De qué forma puede lograr un retail ofrecer esa experiencia que combine ambos canales de venta ofreciendo la seguridad y rapidez que la gente busca? Estos negocios deberán poner especial atención en ofrecer servicios como **Drive-Thru y Click & Collect**. En el primer caso, se trata de tiendas con módulos en los que el usuario pasa y, sin descender del vehículo, realiza la orden de los productos que quiere comprar y posteriormente los recoge en otro módulo o ventanilla alrededor de la tienda. El segundo caso es similar, pero con la variante de que el pedido se realiza en línea y de forma remota para luego recoger la mercancía en tienda, también sin bajar del auto.

La utilización de Waze Ads se vuelve fundamental para hacerle saber al potencial comprador, que está en movimiento dentro del mapa de Waze, la ubicación de los establecimientos físicos que, además de ofertas, ofrecen ese tipo de modalidades y servicios.



*“Lo más importante en momentos como este es entender los cambios en el comportamiento de los clientes y aprender a responder rápidamente a ellos. El mundo se está volviendo a mover y este es un momento muy estratégico para conectar con el consumidor que está en movimiento, lo que ayudará a los negocios a interactuar de mejor manera con sus clientes y encontrar nuevas formas para impactar con ellos”,* indicó Anasofía Sánchez Juárez, Directora General de Waze México.

Mostrar al usuario, ya sea mediante Pines, Takeovers (Flechas dentro del mapa de Waze) o incluso desde las búsquedas, el lugar en el que se ubican este tipo de negocios dentro del mapa de Waze, puede generar un incremento de 8% en las visitas a un establecimiento de acuerdo con un estudio realizado por [Waze y Forrester](#). El informe indica que los consumidores dirigidos a las tiendas desde los anuncios de Waze tienen una tasa de conversión (relación entre visitas a un sitio web y las compras que se realizan) de 13% mayor al promedio, además de que el valor de sus pedidos se incrementa en un 7%.

Otro aspecto relevante a destacar dentro de Waze Ads es la visibilidad que este tipo de anuncios le pueden dar a las promociones que ofrece un retail. Poner en el mapa las ofertas para el conductor cobra relevancia si consideramos que, según [Ipsos](#), el 50% de la gente no comprará productos hasta saber que están en promoción, además de que la [AMVO](#) indica que son los descuentos y promociones el principal motivo (74%) por el que los mexicanos comprarán en el Buen Fin 2020.

En conclusión, es importante que los negocios volteen a ver no solo a los clientes que utilizan plataformas como las redes sociales y los sitios web, sino a aquellos potenciales compradores on-the-go que están en busca de adquirir productos a buen precio, de forma segura y mitigando los riesgos de contraer COVID-19.

###

### **Acerca de Waze**

**Waze** alberga la red más grande de conductores, los cuales trabajan juntos diariamente para eludir el tráfico ahorrando tiempo y dinero. La *app* recomienda las rutas más rápidas con base en la conducción en tiempo real y la información proporcionada por millones de usuarios. **Waze** cambia la forma en que los conductores se mueven a través de actos cotidianos de cooperación. Para **Waze** las mejores soluciones de movilidad provienen de la tecnología, lo cual permite a las personas trabajar juntas. Desde desviaciones hasta ofertas relevantes de marcas favoritas, **Waze** es uno de los compañeros de manejo más completos en el mercado.



Para descargar de forma gratuita la *app* Waze para iOS o Android, visita:

<http://www.waze.com>

Para más información de la política de privacidad de Waze, visita:

<https://www.waze.com/legal/privacy>