

Envíos y devoluciones gratuitos y sin sorpresas en el precio final y en el producto que se recibe, lo más valorado por los consumidores que compran online

Son datos que Mediapost, la compañía especializada en marketing relacional, ha presentado hoy en su Estudio Expectativas del Consumidor elaborado por We Are Testers y en colaboración con la Asociación de Marketing de España. Los españoles que realizan sus compras en los comercios minoristas valoran muy positivamente la relación calidad-precio de los productos de estos establecimientos, el trato cercano y personalizado, así como las ofertas disponibles en el momento de la compra

Las compras online se consolidan año tras año, sin embargo, esto no impide que los consumidores tengan ciertas reticencias a algunos aspectos como, por ejemplo, los gastos de envío. Así, el 37,5% de los encuestados reconoce que lo que menos le gusta cuando compran en un e-commerce es el cobro de los gastos de envío. Los tiempos de envío largos es otras de las cuestiones que más frustra a los españoles, con un 34,9%, seguido del cobro por la devolución de un producto (33,5%) y la falta de seguridad en el proceso de pago (32,6%). Estas son algunas de las conclusiones del Estudio Expectativas del Consumidor realizado por Mediapost en colaboración con la Asociación de Marketing de España.

Por edades, más de 4 de cada 10 jóvenes, entre 18 y 30 años, reconocen que lo que más les molesta al realizar compras online son los tiempos de envío largos. Sin embargo, la falta de seguridad en el proceso de pago es lo más frustrante para el 39,5% de los españoles entre 31 y 49 años, mientras que el cobro del envío lo es para el 37,6% de los consumidores españoles entre 50 y 65 años.

Además, según este estudio, los incrementos en el precio final y el cumplimiento de la descripción e imágenes proporcionadas por la tienda online acerca del producto, son factores que también influyen en la satisfacción de experiencia de compra de los consumidores.

Sin embargo, a pesar de la consolidación de los e-commerce en los últimos años, los españoles continúan apostando por realizar sus compras en los comercios minoristas. Así los consumidores valoran muy positivamente la relación calidad-precio de los productos de estos establecimientos (8,6%), el trato cercano y personalizado (8,1%), y las ofertas disponibles en el momento de realizar la compra (8%). A continuación, le sigue la cercanía del establecimiento (7,9%) y la variedad de productos (7,8%).

El 62,7% de los españoles busca información en Internet antes de realizar una compra. Preguntados por dónde consultan información sobre un producto o servicio antes de realizar la compra, los encuestados lo tienen claro: más de 6 de cada 10 españoles busca reseñas en Internet, seguido de las recomendaciones de amigos y familiares (58,5%) y la comparación en Internet con otras opciones del mercado (51,8%).

Por edades, los consumidores más jóvenes muestran una mayor tendencia a buscar información en Internet, mientras que los mayores de 50 años presentan preferencia por las recomendaciones de familiares y amigos, e incluso por las de los propios vendedores de la tienda.

En caso de necesitar buscar datos, reseñas o valoraciones acerca de un producto o servicio, 6 de cada 10 españoles afirman estar satisfechos con la información que encuentran antes de adquirir el producto o servicio. La importancia que dan los consumidores a esa información es tal que el 86,1% reconoce que la información obtenida puede hacerle cambiar de opinión antes de la compra del artículo o contratación del servicio.

Posibilidad de compra on y offline, requisito indispensable para el consumidor español

Según este estudio, la calidad y el precio son los aspectos más valorados por los consumidores españoles a la hora de decidirse a probar una nueva marca. A continuación, se sitúa el servicio de atención al cliente y las referencias de otras personas cercanas.

Sin embargo, la opción de compra online y en tienda física se ha convertido en un requisito que ha cobrado especial relevancia para los españoles, del mismo modo que lo ha hecho el compromiso medioambiental y la responsabilidad social de las marcas.

La garantía, factor determinante para quienes contratan un servicio por primera vez

Una vez realizada la compra, casi 7 de cada 10 clientes valoran muy positivamente la rapidez en la resolución de posibles incidencias. Igualmente, el 46% de los encuestados valoran la posibilidad de comunicación con la empresa a través de diferentes vías como chat, redes sociales, email o teléfono, seguido de la calidad en la respuesta en la solución de incidencias (44,5%). Por último, preguntados acerca de los aspectos que más influyen en la satisfacción con una empresa o marca, los consumidores españoles parecen tenerlo claro: la sencillez en los procesos de devolución (8,5%) y de compra (8,3%) junto con diferentes opciones de entrega (8%). Asimismo, disponer de un club de fidelización es el aspecto no relacionado con el proceso de compra más valorado con un 7,8%.

En el caso de quienes contratan un servicio por primera vez, la garantía es el factor más importante para ellos, con un 8,6%, seguido de la sencillez en encontrar lo que se busca (8,4%), así como en el proceso de compra (8,4%). A continuación, se sitúa, la facilidad de contacto con la empresa vía chat, teléfono o mail (8,3%) y el servicio postventa que ofrece la empresa (8,3%).

En este sentido, las reseñas o la información disponible en Internet es uno de los aspectos a los que más importancia se le otorga en el caso de la contratación de un servicio por primera vez en los comercios minoristas.

Se puede descargar el Estudio Expectativas del Consumidor completo:
<https://www.mediapost.es/expectativas-del-consumidor/>

Datos de contacto:

Asunción
610085559

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing](#) [Sociedad Logística](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>