

Los españoles gastan una media de 190 euros en la campaña de rebajas por Internet

Pixmania.com comienza su campaña más agresiva del año con descuentos de hasta el 80%. En una campaña de ciberrebajas se mueven más de 20.000 referencias de producto.

Pixmania.com, el portal líder en Europa en la comercialización de productos de consumo por Internet, comienza el 9 de enero su campaña de rebajas con descuentos que oscilan entre:

- 40% en informática y electrodomésticos.
- 50% en fotografía y videocámaras; imagen y sonido , puericultura, Auto GPS.
- 70% en juguetes y gadgets, deportes, moda y artículos de viaje.
- 80% en productos como videojuegos.

Según los datos de los que dispone la compañía, este año se estima una cesta media de 190€ por usuario en las ciberrebajas. Según Tristán Colín, director regional de tiendas de Pixmania.com para el Sur de Europa: “Un alto porcentaje de los usuarios reserva su presupuesto para las rebajas y así poder adquirir productos a precios todavía más reducidos. Las ventajas de hacerlo en Internet son muy claras, se asegura la misma calidad y sobre todo comodidad y mejor experiencia de compra, así como la facilidad de poder encontrar grandes descuentos sin tener que desplazarte”.

Los-usuarios de las ciberrebajas buscan sobre todo “chollos” en productos de informática o gamas de electrodomésticos o puericultura, en los que es muy difícil encontrar descuentos tan sumamente llamativos. De hecho, en portales como Pixmania.com se puede encontrar una máquina de afeitar o una sillita de bebé.

Según los últimos datos disponibles, el perfil del consumidor en las ciberrebajas es similar al del usuario de comercio electrónico en general. Cada vez hay más mujeres, personas mayores de 55 años y diferentes niveles educativos, clases sociales y residentes en ciudades pequeñas.

La campaña de Pixmania.com estará activa desde el 9 de enero al 9 de febrero de 2012, con un plazo de entrega de 24 a 48 horas hasta unos 4 días, dependiendo del modo de entrega escogido. Pixmania.com mantiene una estrategia multicanal a través de su sitio web online y cuatro tiendas, dos en Madrid, otra en Barcelona y una cuarta en Valencia, para que los usuarios puedan acceder a las mismas ventajas en la forma que resulte más cómodo. Además, la combinación de un modelo de venta online con puntos de recogida permite a los usuarios realizar sus compras en rebajas a través de Internet hasta el último momento y de la forma más cómoda.
