

E-commerce en EE.UU.



**INTEGRATED
MEDIA +
CREATIVITY**



Septiembre 2021

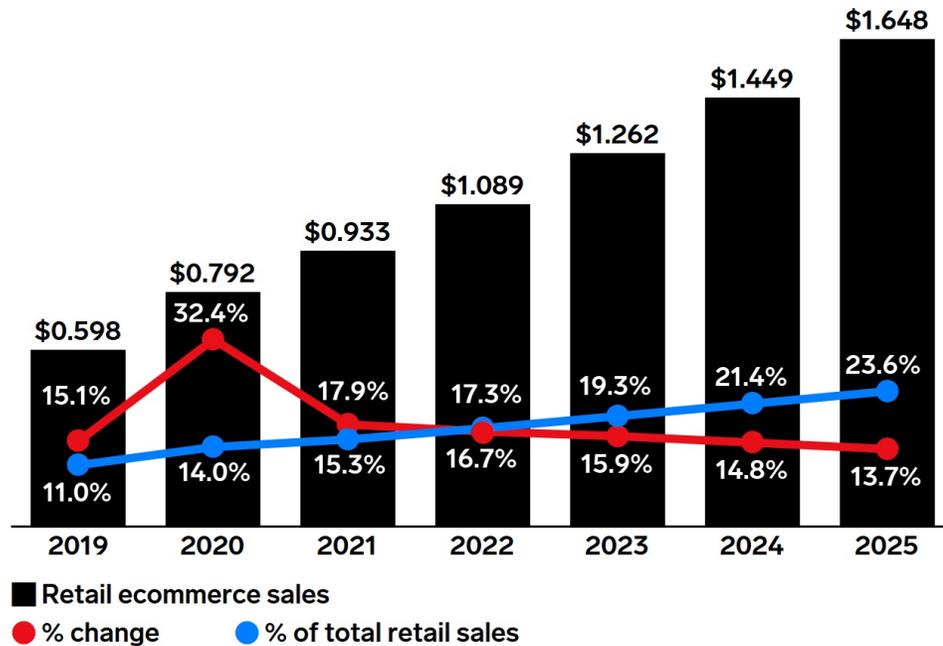


**INTEGRATED
MEDIA +
CREATIVITY**

*Agencia de Publicidad (Creatividad + Medios) de alcance internacional, con oficinas propias en EE.UU., España, El Salvador, Londres, además de socios estratégicos en diferentes países de Europa y América, que **ayuda a las empresas a comunicar su marca, productos y servicios fuera de su país.***

Retail Ecommerce Sales in the US, 2019-2025

trillions, % change, and % of total retail sales

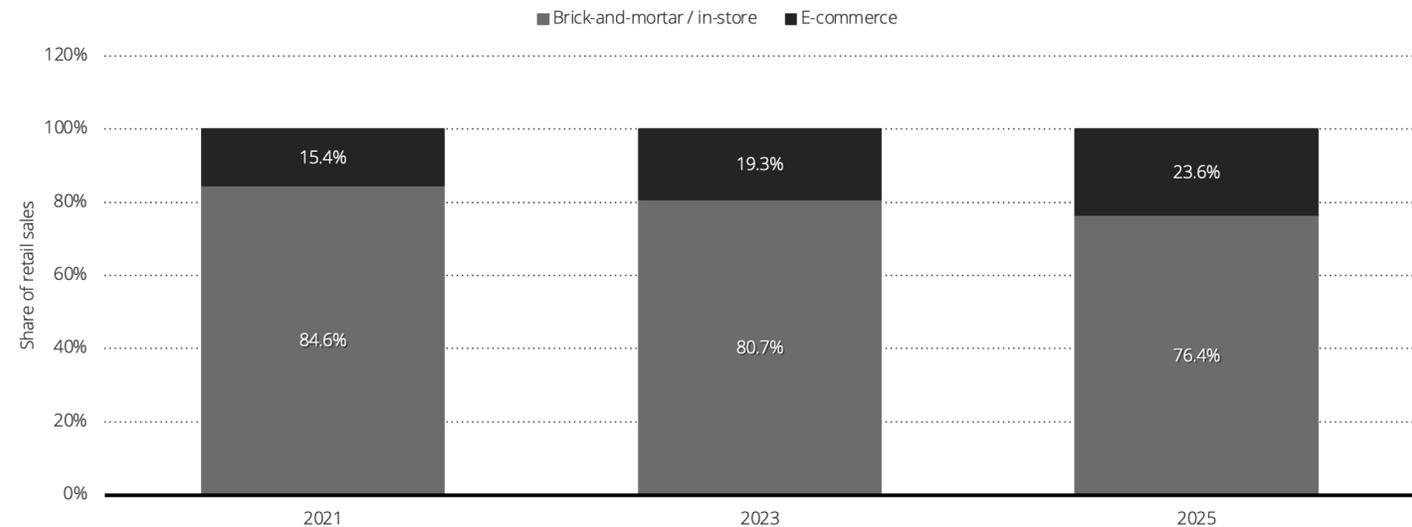


Note: 2019-2025 CAGR=18.4%; includes products or services ordered using the internet, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes, or money transfers, food services and drinking place sales, gambling, and other vice goods sales
 Source: eMarketer, May 2021

T11666

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Estáis haciendo bien, hay buen escenario para el Ecommerce en EE.UU.



Note(s): United States; May 2021; forecast
 Source(s): eMarketer

¿Qué se vende más?

US Retail Ecommerce Sales, by Product Category, 2021

billions, % change, % of total retail ecommerce sales and % of total retail sales

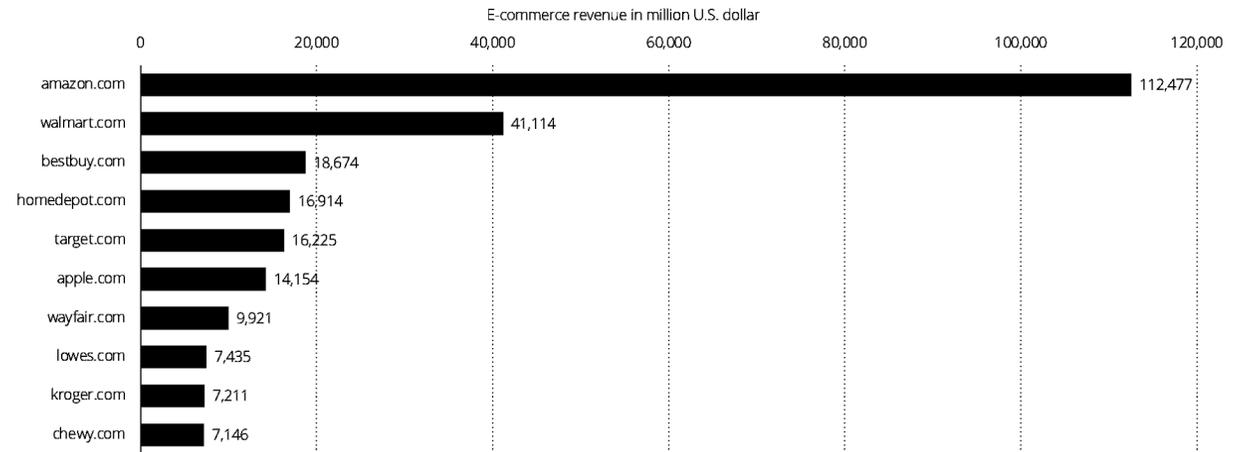
	Retail ecommerce sales	% change	% of total retail ecommerce sales	% of total retail sales
Computer and consumer electronics	\$194.94	9.1%	21.5%	53.2%
Apparel and accessories	\$183.52	18.9%	20.2%	37.9%
Furniture and home furnishings	\$105.93	12.3%	11.7%	31.3%
Health and personal care and beauty	\$85.67	16.1%	9.4%	14.9%
—Pet products	\$16.28	7.1%	1.8%	30.1%
—Cosmetics and beauty	\$12.98	9.7%	1.4%	17.8%
Toys and hobby	\$64.74	13.1%	7.1%	45.4%
Auto and parts	\$62.73	13.5%	6.9%	4.8%
Books/music/video	\$53.85	12.5%	5.9%	69.1%
Food and beverage	\$53.42	18.1%	5.9%	4.8%
Office equipment and supplies	\$18.53	8.5%	2.0%	39.9%
Other	\$85.42	13.4%	9.4%	6.1%
Total	\$908.73	13.7%	100.0%	15.5%

Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments (such as bill pay, taxes, or money transfers), food services and drinking place sales, gambling and other vice goods sales

Source: eMarketer, Feb 2021

¿Dónde se vende más?

Top online stores in the United States in 2020, by e-commerce net sales (in million U.S. dollar)
U.S.: Top 10 online stores



¿Quién es el consumidor?: mercado diverso donde la población hispana es la que más crece.

2019 U.S. Census Bureau Estimates^[15]

Self-identified race	Percent of population
Non-Hispanic white	60.3%
Hispanic and Latino (of any race)	18.5%
Black or African American	13.4%
Asian	5.9%
Two or more races	2.8%
Native Americans and Alaska Natives	1.3%
Native Hawaiians and Other Pacific Islanders	0.2%

Hispanics made up more than half of total U.S. population growth from 2010 to 2020

U.S. population change by race and ethnicity, 2010-2020

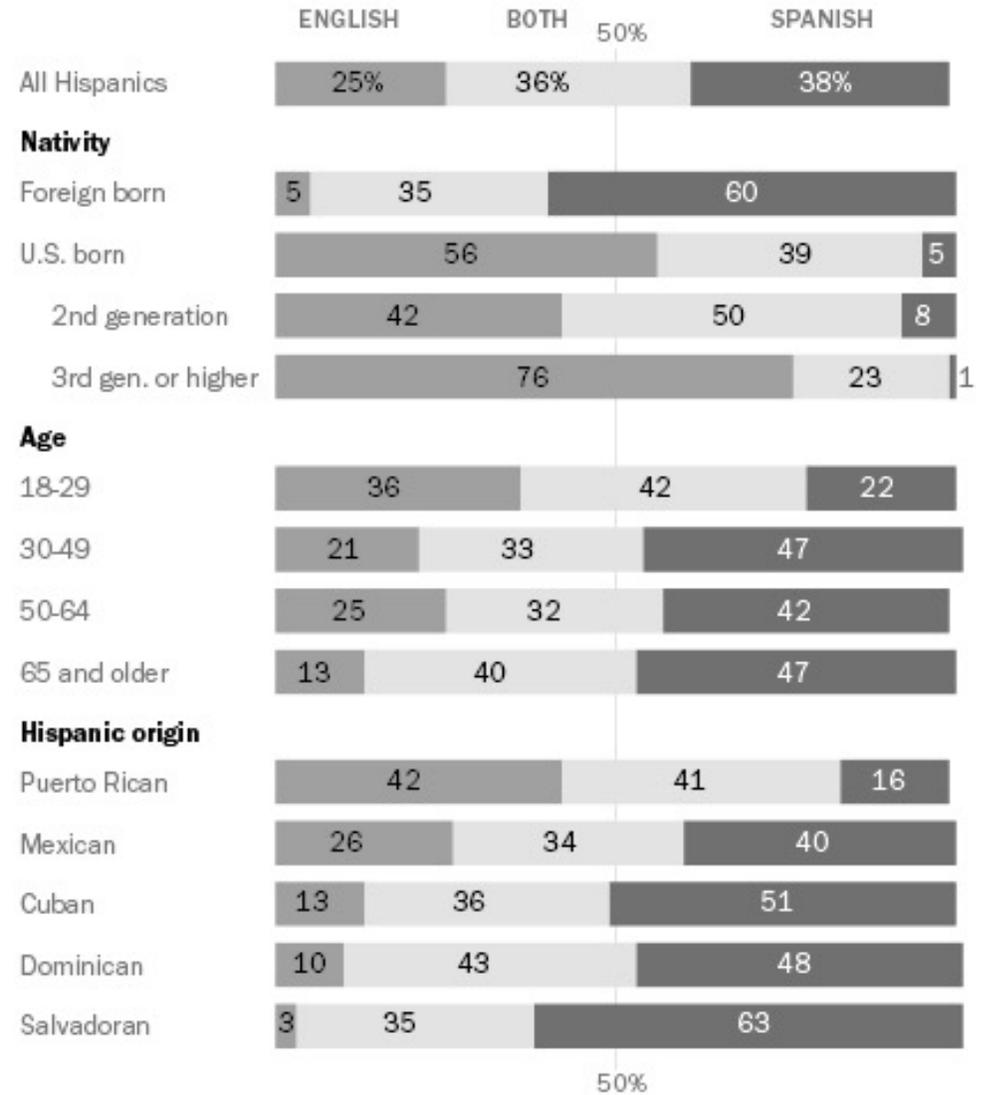
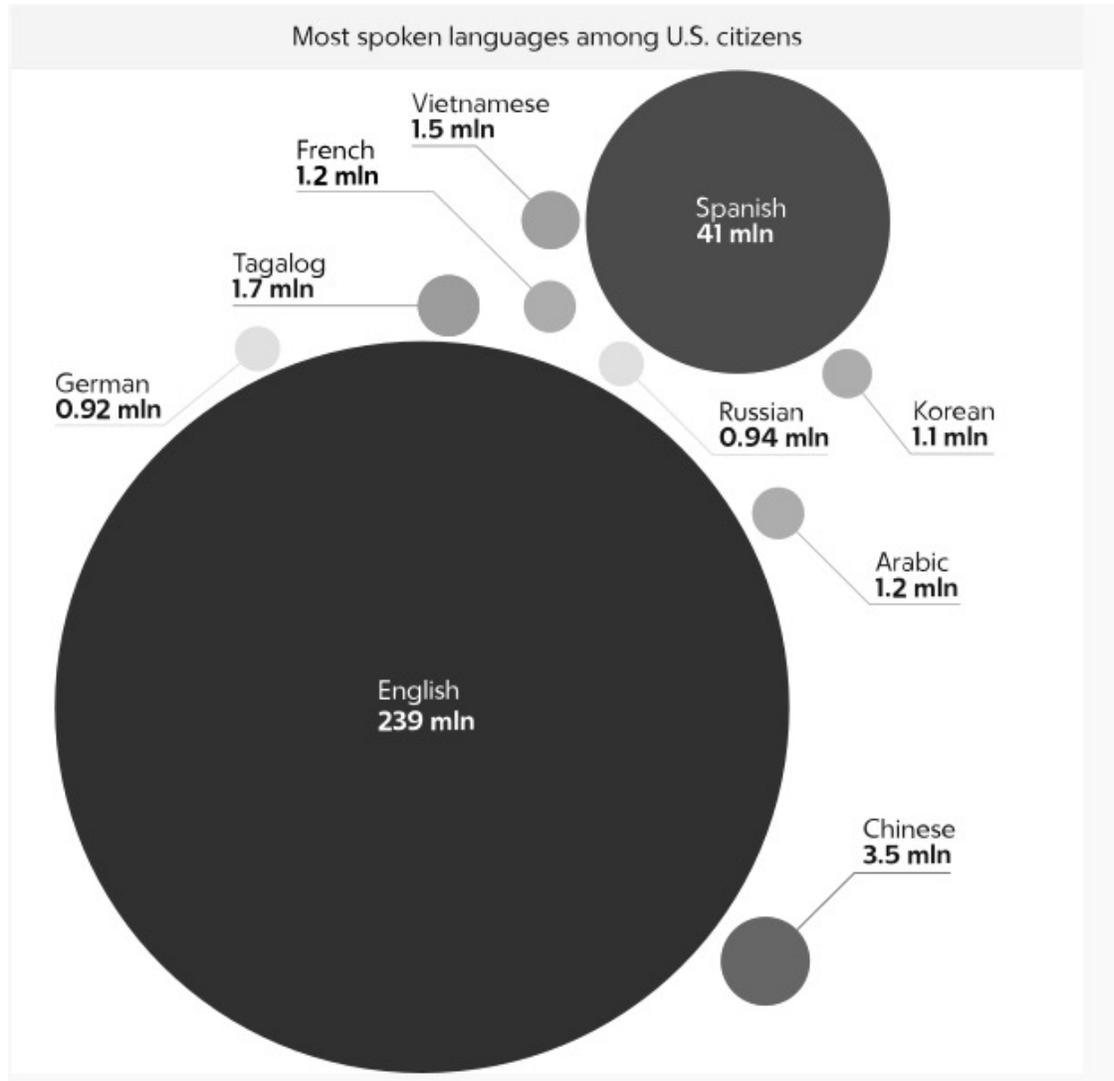
	2020 population	Change, 2010-20	Share of total increase
Hispanic	62,080,000	11,602,000	51%
Asian	19,619,000	5,154,000	23%
Black	39,940,000	2,254,000	10%
White	191,698,000	-5,120,000	<0%
Total	331,449,000	22,704,000	

Note: White, Black and Asian individuals include those who report being only one race and are not Hispanic. Hispanics are of any race. Total includes all racial and ethnic groups; some not shown separately. Population figures rounded to nearest 1,000. Shares of total increase calculated from unrounded numbers and may not add to 100%.

Source: Pew Research Center tabulations of PL94-171 census data for 2010 and 2020.

PEW RESEARCH CENTER

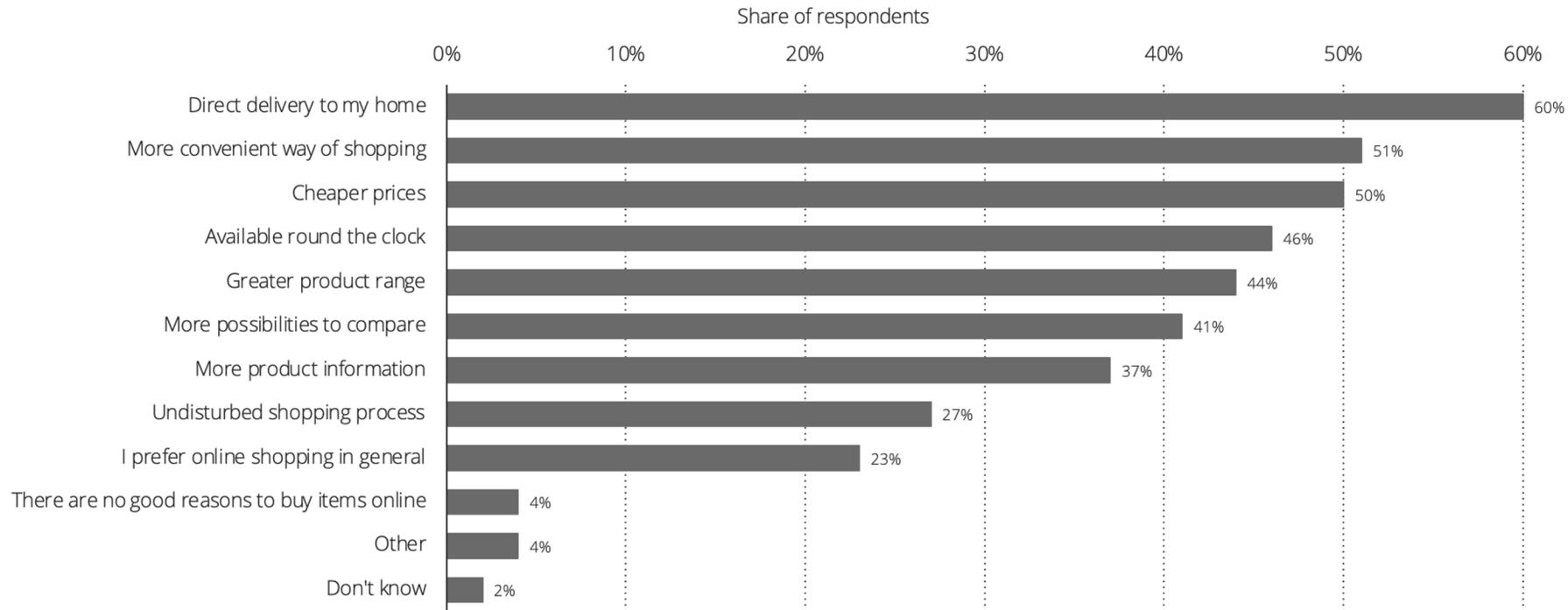
¿En qué lenguaje prefieren comunicarse?



Razones de decisión de compra: la entrega en casa más importante que el precio.

Which of these do you consider good reasons to buy an item online?

Drivers of online purchases in the U.S. 2021



Note(s): United States; 1 Apr to 21 Jun 2021 and 4 Jan 2021 to 25 Mar 2021 and 13 Jul 2020 to 21 Aug 2020; 18-64 years; 5713 respondents

Source(s): Statista Global Consumer Survey

¿Qué esperan de tu tienda online?

Diseño: limpio y profesional.

Rapidez de descarga: Un segundo de retraso en la respuesta de tu página puede resultar en una reducción del 7% en tu ratio de respuesta

Usabilidad (UX): Facilidad para encontrar los productos y pocos clics para el "checkout".

Páginas de producto: vídeo para cada producto en combinación con las fotos.

Carrito de compra

- Altos costos de envío inesperados — informa antes, en la pagina de producto o Home Page.
- Ofrece diferentes opciones de pago – Con diferentes proveedores, tarjeta de crédito o PayPal.
- No obliges al usuario a crear una cuenta antes de comprar, es mejor al final.

Después de la transacción: después de la compra, debe de enviarse inmediatamente el recibo via email (email, número de teléfono, links a SM, "business contact") y tratar de conectar con él via ofertas, información, etc.

Acciones para dar a conocer tu tienda

Apoyate en Email marketing antes de fechas clave.

Utiliza también Amazon como canal de venta.

Crea tus perfiles en redes sociales y aliméntalos de contenido. Apoyate en Influenciadores que recomienden tu tienda.

Anunciate en Google Ads, Facebook o Instagram en estrategias de Costo por click:

- Revisa tu competencia, CPC's de industria y segmentación.
- A/B Testing al principio.
- Elige los formatos (foto, video, shoppable posts, etc.) en función del tu objetivo: difusión, consideración y conversión.

Estacionalidad

Días Clave

- New Years Eve/Day (31 Dic, 1 Enero)
- Día de Martin Luther King, Jr. (18 Enero)
- Chinese New Year (1 Febrero)
- Valentine's Day (14 Febrero)
- President's day (15 Febrero)
- Easter (17 Abril)
- Mothers Day (8 Mayo)
- Memorial day (31 Mayo)
- Fathers Day (19 Junio)
- Independence day (4 Julio)
- Labor day – (6 Septiembre)
- Columbus day (12 Octubre)
- Veterans day (11 Noviembre)
- Thanksgiving (25 Noviembre)
- Black Friday (26 Noviembre)
- Christmas (25 Diciembre)

Geosegmentación:

El clima puede variar marcadamente por estado.

Por ejemplo, un comprador de NY en noviembre probablemente esté buscando ropa completamente diferente en comparación con un comprador del sur de California que todavía disfruta del sol de finales de otoño.

Eventos Deportivos:

NFL, NBA, MLS, MLB

Algunos consejos:

- Ofrece envío gratuito y/o ventas por tiempo limitado para crear un sentido de urgencia
- email marketing especializados
- Utilice UGC para proporcionar pruebas sociales para sus productos y marca.
- Define bien el "Sales Window"

Packaging

Envase sostenible y respetuoso con el medio ambiente; muy relevante en Millennials y Generación Z



Packaging Personalizado



Digital Printing, Colores y Diseños



Packaging Minimalista



Consejos extra

1. Asegúrese de que su **sitio web móvil esté actualizado** en precios, información y sea fácil de encontrar. Se estima que el 54% de las ventas se generen desde aplicaciones móvil, pero además muchos otros lo usan para buscar y comparar precios.

4. El 60% de los consumidores ha utilizado **chatbots** para encontrar respuestas en los últimos 12 meses. Y para los Millennials, un chatbox es el canal de soporte preferido. La razón principal por la que los chatbots son tan populares es que cuando las personas quieren una respuesta, la velocidad siempre es parte de la ecuación.

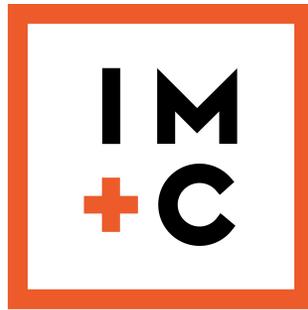
2. Suma "**Social Commerce**" a tu ecosistema digital: Pinterest, Instagram, etc.

3. **Ofrece facilidades de pago:** uno de cada cuatro compradores digitales utilizará un servicio de compra ahora, paga después (BNPL).



5. **Voice Assistance:** 20% de búsquedas en Google son realizadas a través de "voice assistants".

***Escribir por favor 3 conclusiones que pensáis relevante para el desarrollo de vuestro negocio en EE.UU. y enviarme a:
fmonedero@implusc.com***



www.implusc.com

+ BCN

Paseo de Gracia, 12 3º 1ª
08007 Barcelona

T. +34 936 315 612

+ LDN

35 New Broad Street,
London, EC2M INH

T. +44 2030 093 047

+ MAD

C. San Lorenzo, 11
28004 Madrid

T. +34 911 094 889

+ MIA

7300 Biscayne Blvd #200
Miami, FL 33138

T. +1 786 899 9467

+ SV

Av. Las Magnolias 206
Edificio Insignie, Oficina 1304
Colonia San Benito, San Salvador

T. +503 7601 2419