



GoogleInsights

Digital está de Moda

Julio, 2021

Objetivo

Comprender el comportamiento del consumidor en torno a la moda, qué ha cambiado COVID-19 y qué esperar

Key learnings

Las compras y la investigación en internet se han vuelto más relevantes para la categoría Moda.

Categorías relacionadas con vestuario escolar y accesorios han sido los más impactados por COVID-19

La moda se vende a través de lo digital, prepara tu CX y actúa rápido

Al comparar el viaje de hoy con los cambios anticipados de mañana, podemos comenzar a identificar comportamientos que es más probable se mantengan en el futuro.



Hoy en

Covid



Futuro uno

Nuevo Normal

Los brotes más pequeños continúan afectando la forma en que vivimos, trabajamos y gastamos nuestro tiempo, pero el virus está contenido y sus impactos son menos perturbadores.



Futuro dos

Pesadilla Recurrente

Continúan produciéndose brotes importantes adicionales y, aunque algunos países y regiones pueden reaccionar de manera diferente, la sensación de caos e incertidumbre es persistente.

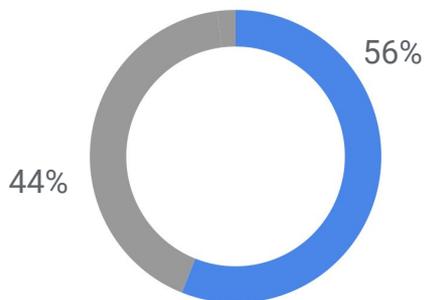
El eCommerce se percibe como el principal canal de compra de vestuario

Durante COVID ...

Canal de compra utilizado

En persona / por teléfono

En línea



42%
Comprador en línea por primera vez
(entre compradores online)

Canales de compra que es probable que se utilicen

Nueva normal

En persona / por teléfono

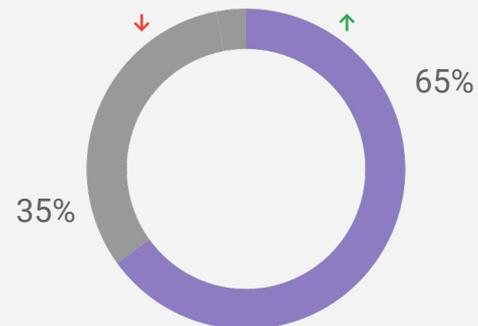
En línea



Pesadilla recurrente

En persona / por teléfono

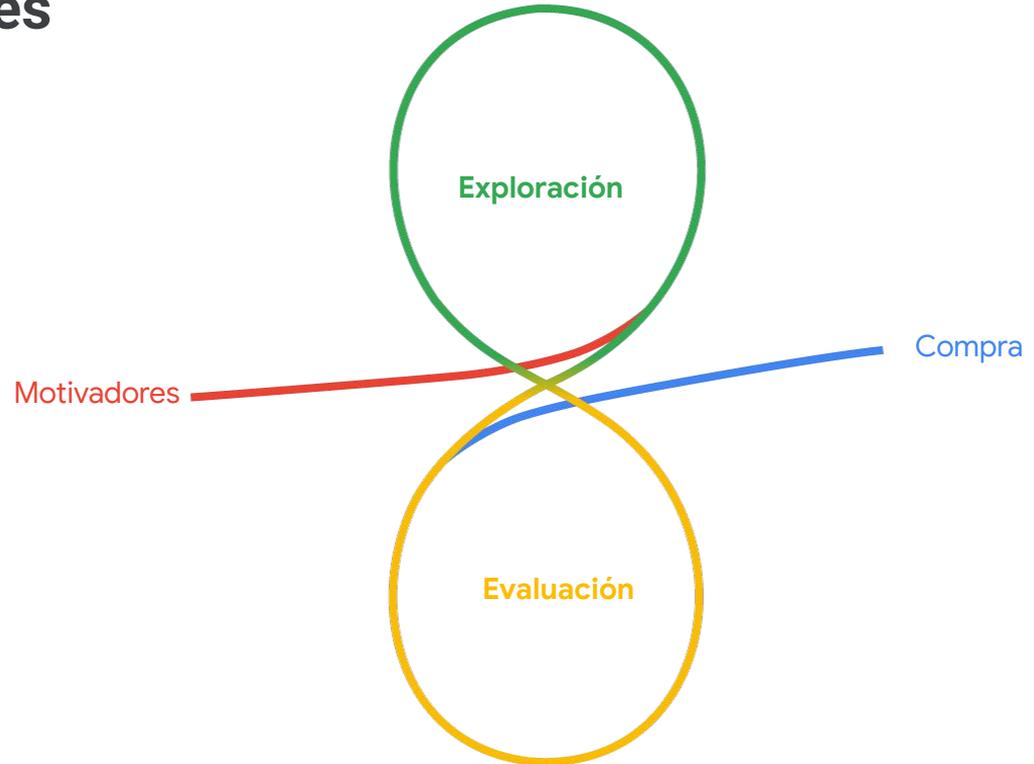
En línea



Robust sample (N=300+) suitable for external claims

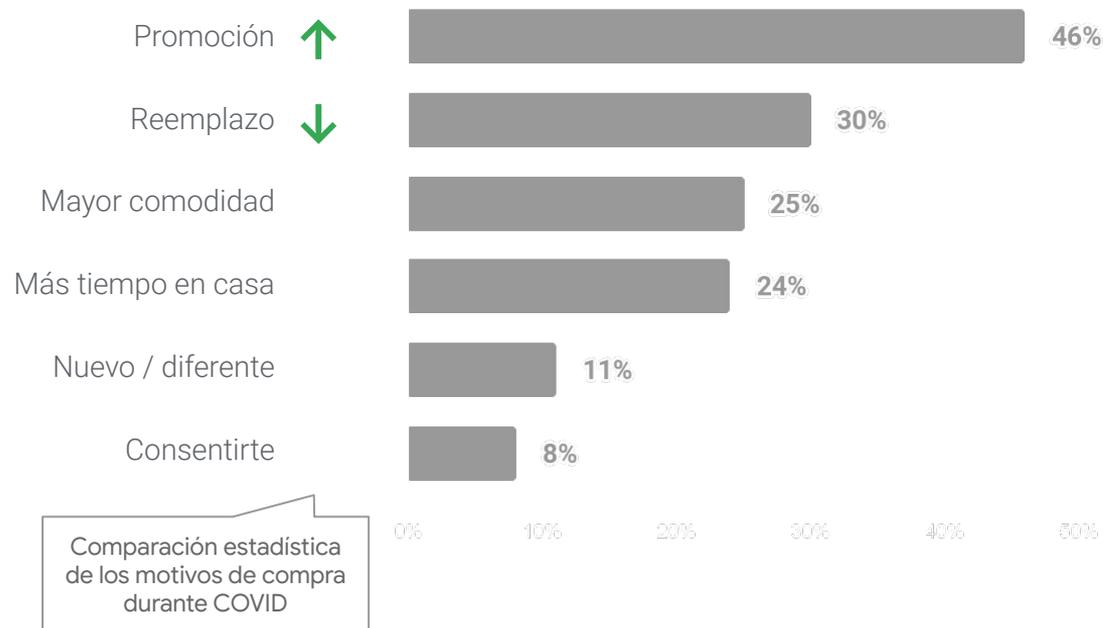
The Journey Reshaped: COVID-19's impact on the path to purchase; Apparel; CHILE // Q.B6 // How did you make this purchase? // Base: Past category shoppers // n = 2011 // Q.B9 // Had you ever purchased on this purchase channel prior to this? // Base: Past category shoppers who purchased online // n = 859 // Q.E16 // In the scenario you read, how would you purchase? // Base: category shoppers who saw the scenario // New Normal n = 2032, Recurring Nightmare n = 2028 // ↑ ↓ Indicates comparison group is significantly higher/lower at 95% CI // Future scenarios indicated as significantly higher/lower vs. during COVID

Sabemos que el **customer journey no es lineal** y es cada vez más diverso

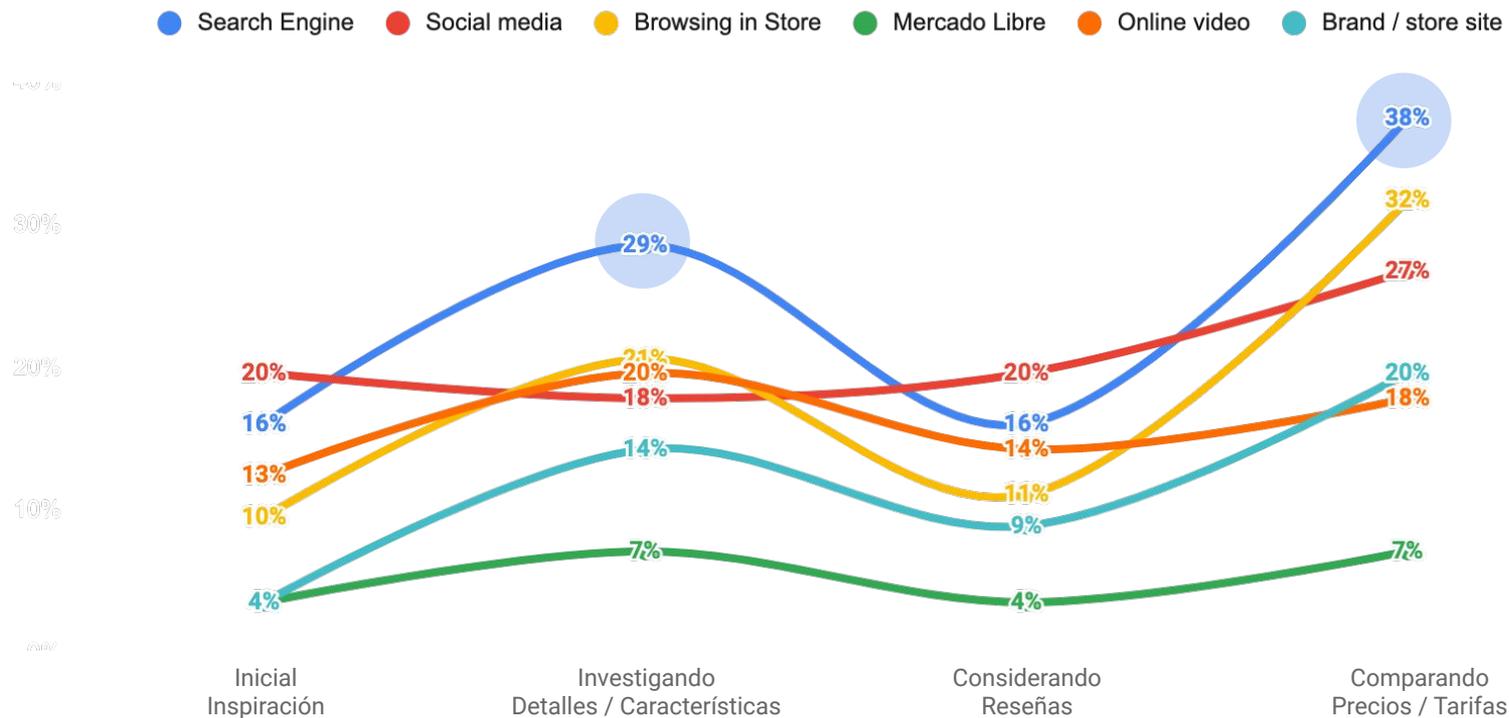


Las **promociones y el reemplazar** ropa o calzado son los principales motivadores para comprar la categoría

Razones para comprar en New Normal / Recurring Nightmare



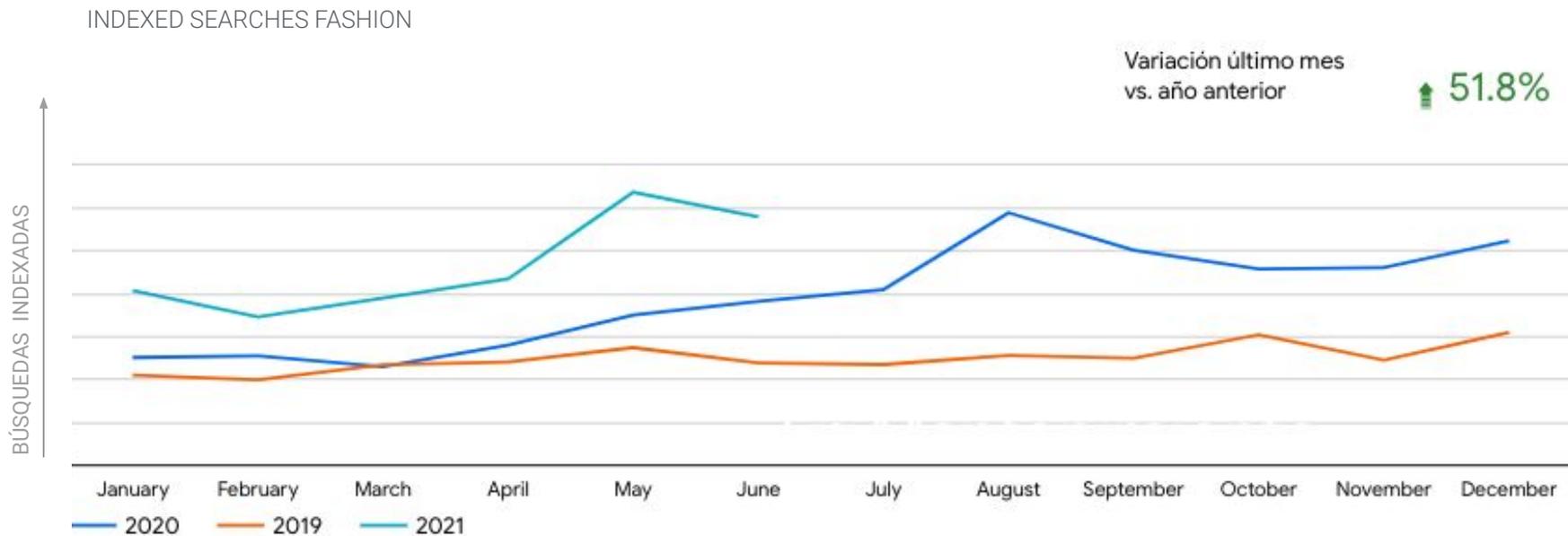
Los buscadores son de gran ayuda para el consumidor, especialmente cuando quieren conocer detalles y precios



Robust sample (N=300+) suitable for external claims

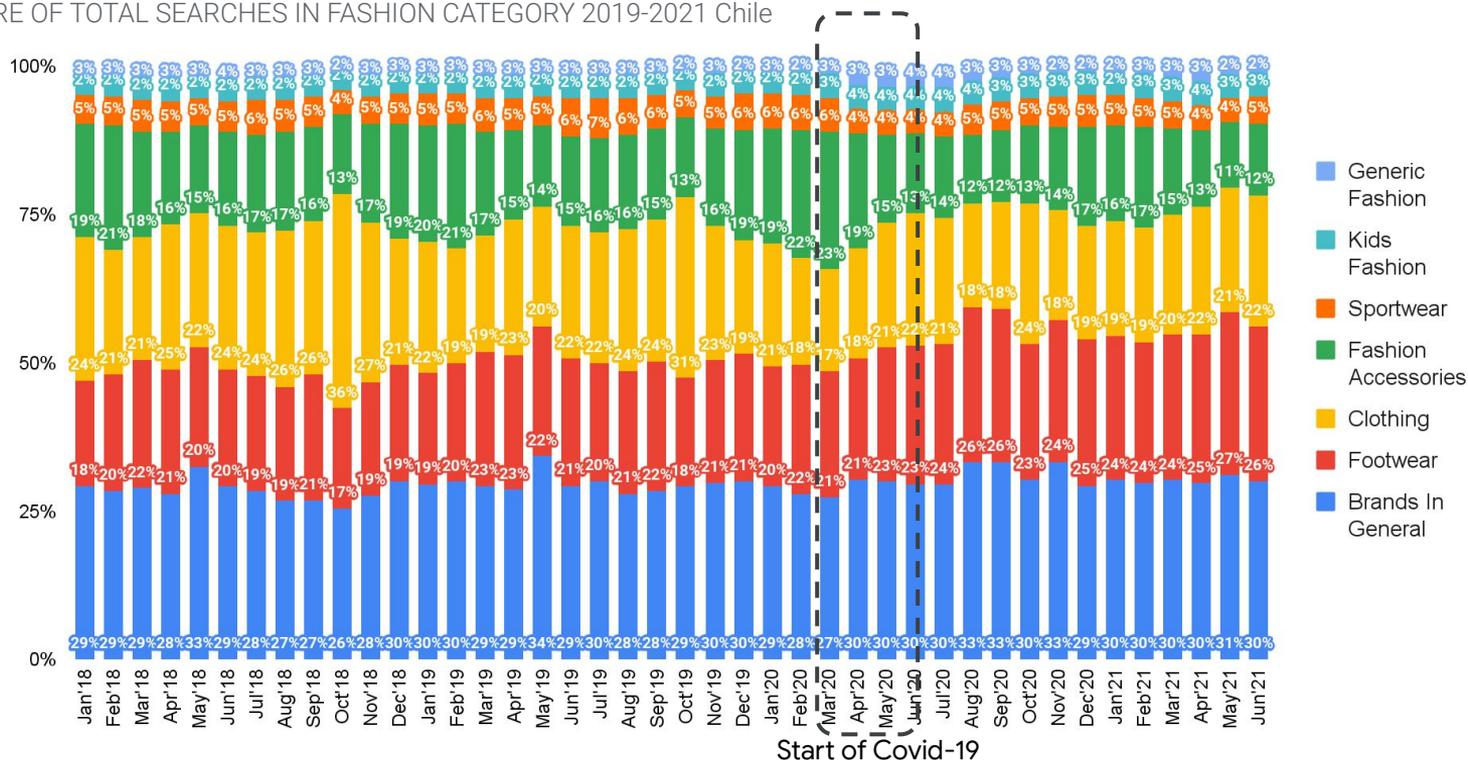
The Journey Reshaped: COVID-19's impact on the path to purchase; Apparel; CHILE // Q.C4, C5 // Now, thinking about everything you did leading up to your purchase, to get ideas, compare products, prices etc. Which of these sources did you use to help inform/influence your final purchase decision? // Q.C10B // What did you use each source of information for when shopping? // Base: Past category shoppers // n = 2011 // ↑ ↓ Indicates comparison group is significantly higher/lower at 95% CI

No es sorpresa entonces que durante 2021 las búsquedas de moda continúen aumentando año contra año



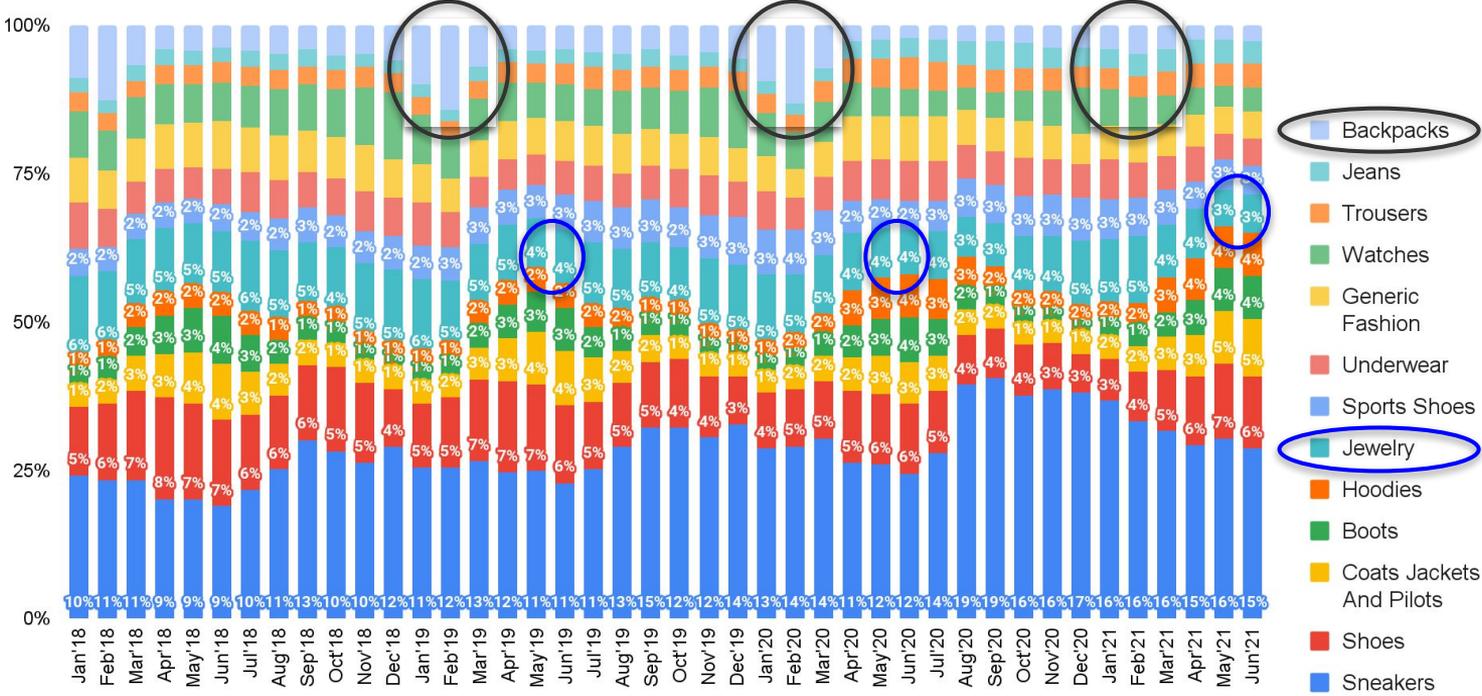
Los consumidores acuden a digital a conocer más de marcas en específico, seguido de encontrar el calzado perfecto

SHARE OF TOTAL SEARCHES IN FASHION CATEGORY 2019-2021 Chile



Derivado de COVID-19 hemos notado cambios de tendencia en las búsqueda de categorías Back 2 School y Accesorios

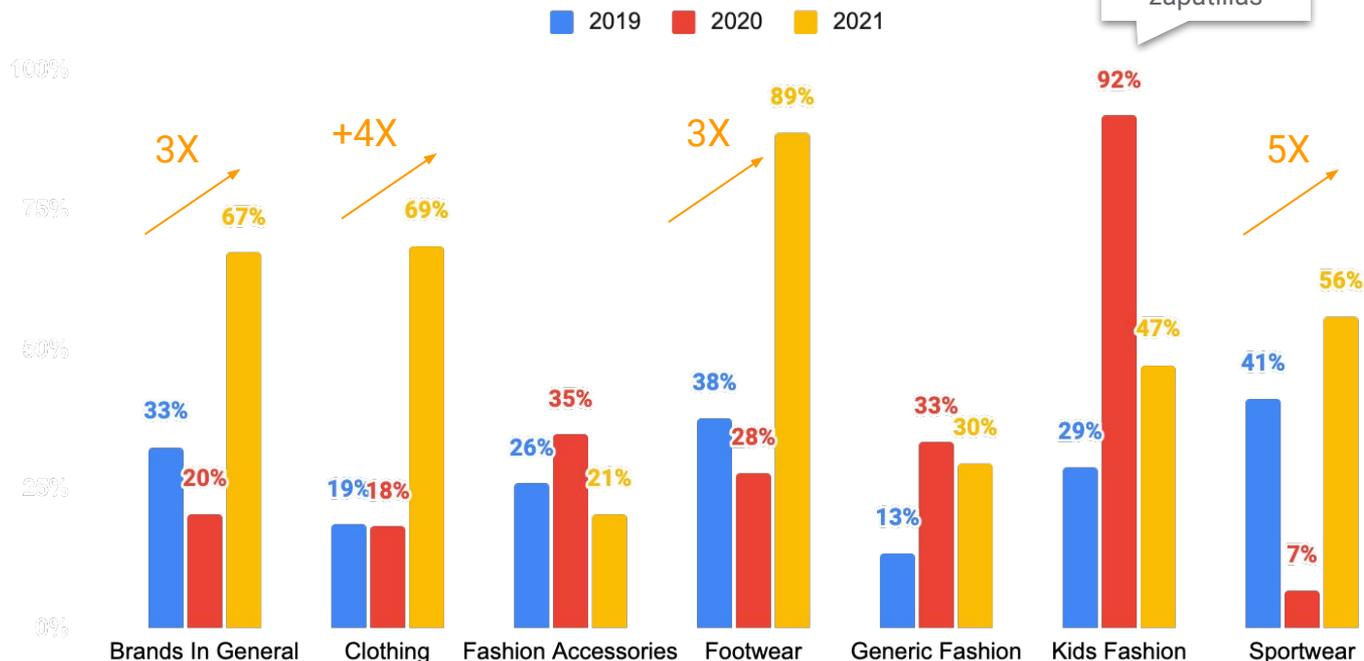
SHARE OF TOTAL SEARCHES IN FASHION CLOTHING CATEGORY 2019-2021 CHILE



Source: Google internal data. CHILE

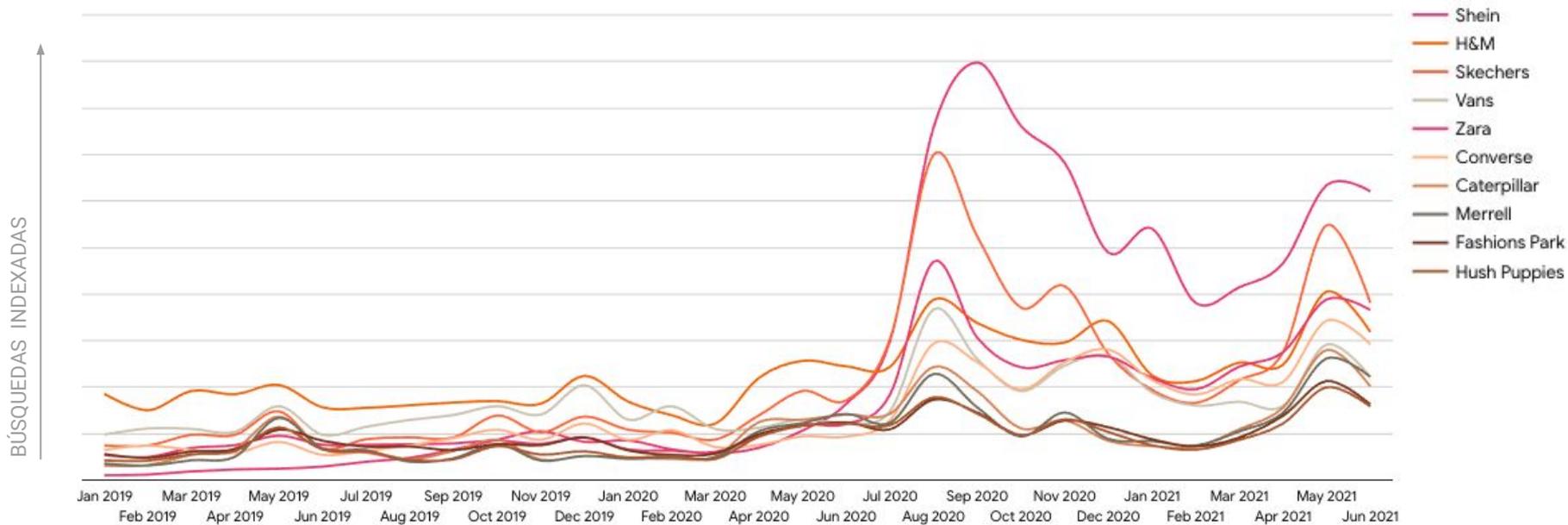
Sin embargo, en general el interés por Fashion en digital continúa creciendo vs. 2020

SEARCH GROWTH IN FASHION CATEGORY JAN-APR 2019-2021 Chile



Donde marcas nativas digitales han logrado capitalizar el interés de los consumidores

EVOLUTION FASHION BRANDS IN GENERAL (WITHOUT PRODUCT) 20219-2021 CHILE



Key learnings

Las compras y la investigación en internet se han vuelto más relevantes para la categoría Moda.

Categorías relacionadas con vestuario escolar y accesorios han sido los más impactados por COVID-19

La moda se vende a través de lo digital, prepara tu CX y actúa rápido

¡Gracias!



Google