



2023KO URRIA

Enfoka-Trends

2023ko Gabonetako kontsumo-joerak

2023ko Gabonetako kontsumo-joerak

ENFOKA-TRENDS 2023ko URRIA

Herrialdeko tenperaturak 30 gradutik asko urrundu gabe jarraitzen du, baina uda meteorologikoaren iraunkortasunak ez du saihesten udazken-neguko erosketen denboraldi handia hurbiltzea, Gabonak punturik gorena izanik. Beraz, une egokia da hurrengo publizitate- edo sustapen-ekintzak planifikatzeko hautematen ari diren kontsumo-joerak ezagutzeko.

Googlek Gabonen eta aurreko asteen garrantzia azpimarratzen du marka eta retail sektoreentzat, bi zifrarekin: garai honetan gure herrialdean urteko online salmenta guztien % 30 baino gehiago egiten dira, eta bilaketen % 31 txikizkako kategoria nagusietan egiten dira.

Era berean, konpainiak adierazi du online kanalak gero eta garrantzi handiagoa duela salmentan, eta joan den Gabonetako denboraldian, online salmentak % 16 hazi zirela aurreko urtearekin alderatuta.

Oro har, Gabonetako erosketen hurrengo denboraldian baikortasuna izango da nagusi, Espainiako ekonomia suspertuko baita, Europako batez bestekoaren gaineratik haziko baita, aurreikuspenak betez gero. Garai honetako egutegi komertzialak ez du soilik Gabonetako opariak erostea barne hartzen, Googlek beste data garrantzitsu batzuk ere kokatzen ditu, hala nola Ezkongabeen Eguna, Black Friday, Cyber Monday eta urtarrileko beherapenak.



[Lucia Garo](#) argazkia [Unsplash-en](#)

2023ko Gabonetako kontsumo-joerak

ENFOKA-TRENDS 2023ko URRIA

Gogoeta orokor horiek alde batera utzita, honako hauek dira Googlek Gabonetako hurrengo kanpainari begira sendotzen ari diren hiru joera nagusiei buruz egiten dituen gogoetak eta pistak:

- Kontsumitzaileak erosketa murgiltzailearen esperientzia bilatzen du.

"Murgiltzailea" esamoldearekin, kontsumitzaileak gero eta gehiago erabiltzen ditu tresna teknologikoak produktuak online edo denda fisikoan deskubritzeko eta erosteko. Adibide ona da Google Lensen kasua, argazkietan oinarritutako bilaketa-tresna; erosleen % 17k erabiltzen dute dagoeneko online produktu bat bilatzeko.

Gainera, Google eta Cint-en inkesta baten arabera, Espainiako kontsumitzaileen % 66k Shorts motako bideo laburren formatuak erabili zituzten, Tik – Tok tankerakoak, produktu edo marka berri bat aurkitzeko.

Murgiltze bidezko erosketa-esperientzia horien erabilera-ehunekoak nabarmen handitzen dira 35 urtetik beherakoetan, erosketetarako alternatiba edo tresna teknologikoak erabiltzeko joera handiagoa baitute. Adin-tarte horretan, bideo laburren erabilera % 43ra igo da erosketetarako inspirazioa bilatzeko, eta Google Lensena % 36ra.



[Lucia Garo](#) argazkia [Unsplash-en](#)

2023ko Gabonetako kontsumo-joerak

ENFOKA-TRENDS 2023ko URRIA

- Prezioarekiko sentiberatasun txikiagoa duen kontsumitzailea, onena edo luxu txikiak bilatzen dituena.

Googlek antzeman du kontsumitzaile espainiarrak, egoera ekonomiko hobea eta inflazioaren kontrola ikusita, nolabaiteko baikortasuna berreskuratu duela. Konpainiak adierazi duenez, adibidez, inflazioarekin lotutako bilaketak % 61 murriztu ziren joan den uztailan, 2022ko martxoarekin alderatuta.

"Premia handiko artikuluetan, batez ere elikaduran, deskontuak bilatzen jarraitzen den arren", dio joeren aurkezpen-dokumentuak, "orain ez dira hain sentiberak prezioarekiko, eta luxu txikiak bilatzen dituzte Gabonak bezalako une bereziak iristen direnean".

Luxuzko enpresak, egoera horren jakitun, kontsumitzaile gazteenak erakartzen saiatzen ari dira, aspirazio-proposamenen bidez, sarrera ekonomikoko prezioetan. Esate baterako, telefono mugikorretarako luxuzko zorroak, belarritakoak, ilerako kakoak eta lurrinak oso ezagunak diren artikuluen adibide onak dira, irispide-atalase baxu batekin, eta logotipo hori, nahi den ikono hori, janztea ahalbidetzen dute.

Luxuzko marka batzuek, hala nola Balenciagak eta Diorrek, metaversoa erabiltzen dute nerabeen eta gazteen artean interesa sortzeko, eta beren nortasun birtualak Roblox bezalako joko-plataformetan hornitzeko modu eskuragarriak eskaintzen dizkiete.



[Lucia Garo](#) argazkia [Unsplash-en](#)

2023ko Gabonetako kontsumo-joerak

ENFOKA-TRENDS 2023ko URRIA

Bestalde, Gucci bezalako marken zapatila birtualek ere, 17,99 dolarreko prezioarekin, arlo horretan oso ezagunak direla erakutsi dute. "Kontsumitzaile gazte asko sartzen ari dira merkatuan eta sormen handia eskatzen dute prezio merkeagoetan", adierazi zuen Claudia D 'Arpizio Baineiko bazkideak, eta gaineratu zuen marka guztiak ez daudela horretarako prestatuta.

Joera hori aurreratzen duen beste sektore bat kosmetikarena da. Ziklo ekonomiko berriak kolorearen eta produktu txikien itzuleran oinarritutako kontsumoa aurreikusten du, baina luxu handiagokoa, "lipstick effect" deritzona. Beste apeta garestiagorik erosi ezean, gastua plazer txiki eskuragarriago baina ikusgarriagoetara mugitzen da, ezpainetako gorri bat bezala.

Eragina bizi-kostuaren krisiaren ondorioz estuagoak diren herrialdeetan ikusten ari da jada; hala, Taggesspiegel egunkari alemaniarrek urte hasieran jasotzen zuen Berlingo kosmetikaren salmenta % 16 handitu zela 2022an, eta pintalabioen salmentak sei milioi eurotik 2021era zortzi milioi eurora igo ziren 2022an. Ameriketako Estatu Batuetara ere iritsi da fenomenoak, eta premium kosmetikak % 15 handitu zituen salmentak 2022an, NPD Group aholkularitza-enpresaren arabera.

Estée Lauder konpainia estatubatuarrak ere aurreikuspen baikorrak egin ditu premium kosmetikaren hazkundeari buruz, eta bere negozioaren adar horretan inbertitzea aurreikusi du.



[Lucia Garo](#) argazkia [Unsplash-en](#)

2023ko Gabonetako kontsumo-joerak

ENFOKA-TRENDS 2023ko URRIA

- Erosketa gero eta gehiago hausnartzen duen kontsumitzailea.

Inspirazioa bilatzea eta konparazioak erosketaren hitzurre gero eta garrantzitsuagoa dira kontsumitzaile espainiarrarentzat. Ildo horretan, Googlek adierazten du datorren Gabonetako denboraldian bilaketa generikoek markatuko dutela, markako bilaketen aldean guztizkoaren % 75 baitira.

Aipamenen eta balorazioen bilaketak % 27 egin du gora urteko lehen seihilekoan. Ehunekoak 6 puntu egin du gora 2019tik, eta horrek, joeren aurkezpen-txostenaren arabera, "erakusten du erabiltzaileek gauza berriak probatzeko joera handiagoa dutela, batez ere prezioarekin, erosotasunarekin, produktuaren eskuragarritasunarekin edo entregatzeko azkartasunarekin lotutako arazoiengatik". Beste datu bat da erosketa hausnartuagoa izateko joera hori ordaintzen duena: erreseinen, iritzien eta balorazioen bilaketa % 27 hazi da aurtengo lehen seihilekoan, 2022ko aldi berarekin alderatuta.

Googlek, ildo horretan, markei eta merkatariei gomendatzen die gako-hitzen aukeraketa adimen artifizialeko tresnaren batekin konbinatzea, "bilaketen estaldura maximizatzeke". Hori doan egin daiteke, adibidez, ChatGPTren bidez, eta "Erlazionatutako informazioa" atalean bideo bat eranstean dugu, erosleek erreseinen argitalpena sustatzea eta influencer-ekin eta eduki-sortzaileekin kanpainak egitea.



[Lucia Garo](#) argazkia [Unsplash-en](#)

2023ko Gabonetako kontsumo-joerak

ENFOKA-TRENDS 2023ko URRIA

Izan ere, marketin digitalaren munduan, gizakiak iraganeko zerbait eman dezake. Baina norbait erosketa batean pentsatzen ari bada, benetako pertsona batek aholkatzea nahi du. Lagun batek, senide batek edo bizilagun batek gomendioak ahoz aho helarazten dituzenean, negozioarentzat estimaezina da.

Izan ere, Nielsen-en ikerketa baten arabera, pertsonen % 83k uste du hori dela publizitate mota sinesgarriena. Hor sartzen dira bezeroen aipamenak jokoan: lagun baten aholkuen bertsio digitala bezalakoak dira.

Bezeroen iritziek kontsumitzaileak negozio batean duen konfiantza areagotzen dute. Bezeroek beren establezimenduari edo produktu eta zerbitzuei buruzko iritzia ematea sustatzen badu, bezero potentzialek proba beren kabuz ikus dezaten laguntzen du, itsumustuan erosteko eskatu beharrean, eta beren produktuak negozioak esaten duena egingo duela sinesten du.

Northwestern-en ikerketa batek erakusten du erreseinen % 80 erosketa ondorengo mezu elektronikoetan sortzen direla. Mailchimp bezalako tresnek erraztu egiten dute lan hori, online salmenten kasuan, "edozein produkturen jarraipena" edo "lehen erosketa bidezko automatizazioa" funtzioen bidez. Funtzio horiek mezu elektroniko bat bidal diezaizkete produktu bat erosi berri duen pertsonari, eta erreseina bat idazteko eskatu.



[Lucia Garo](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Bibliografía

- **Reason Why (2023)** *Una experiencia de compra más tecnológica y los pequeños lujos, entre las tendencias de consumo para Navidad, según Google.* 2023ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <https://www.reasonwhy.es/actualidad/experiencia-compra-mas-tecnologica-pequenos-lujos-tendencias-consumo-navidad-google>
- **Innovación digital 360 (2022)** *¿Qué es una experiencia inmersiva?* 2023ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <https://www.innovaciondigital360.com/es/i-a/que-es-una-experiencia-inmersiva>
- **Xavier Places i Cano (Openbravo, 2023)** *5 ejemplos de experiencia de compra inmersiva en el retail.* 2023ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <https://www.openbravo.com/blog/es/5-ejemplos-experiencia-compra-inmersiva-retail>
- **Fashion network (2022)** *¿Puede la generación Z ser un problema para la industria del lujo?* 2023ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <https://es.fashionnetwork.com/news/-puede-la-generacion-z-ser-un-problema-para-la-industriadel-lujo-,1432209.html>
- **La información (2023)** *La cosmética mueve 8.200 millones por el negocio de los productos premium.* 2023ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/cosmetica-mueve-8200-millones-negocio-productos-premium/2880849>
- **David Zamora (2023)** *Como hacer un Estudio de Palabras clave con (IA) ChatGPT.* 2023ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <https://davidzamora.blog/estudio-palabras-clave-ia-chatgpt>
- **Intuit Mailchimp (2023)** *Por qué necesitas reseñas de tus clientes (y las mejores formas de conseguirlas).* 2023ko urriaren 31n hemendik berreskuratua <https://mailchimp.com/es/resources/why-you-need-customer-reviews-and-the-best-ways-to-get-them>

Lotutako informazioa

- **Vídeos cortos de YouTube Shorts: un acceso directo a nuevos clientes:**
<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/insights/tendencias-de-consumo/youtube-shorts>
- **Como hacer Estudio de Palabras Clave con ChatGPT (IA):**
https://www.youtube.com/watch?v=hRna4XBd_F0&t=15s