

Las app son las nuevas reinas del comercio electrónico



Los dispositivos móviles dejaron de ser el hermano menor del comercio electrónico para asentarse como un canal que, en los retailers más avanzados, concentra ya la mitad de las ventas.

Pero hay una llave maestra que potencia este crecimiento y sin la cual no sería posible:

las aplicaciones móviles (apps)

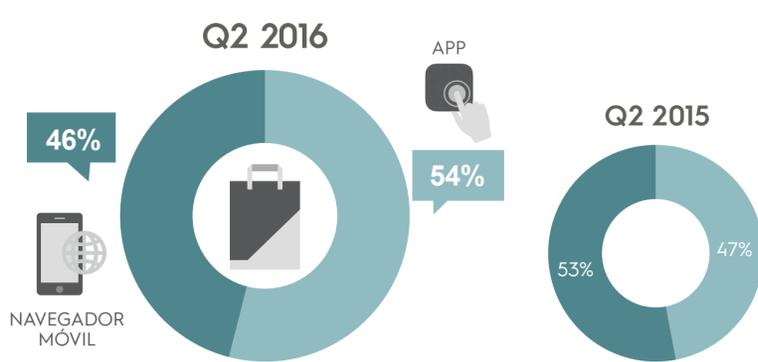


Las cuatro claves de las app en el mCommerce:

1 Apps generan más ventas...

En el último año* se invirtió la relación de transacciones en el mundo móvil: hoy las app superan a la web móvil.

App vs. Web Móvil: relación entre las transacciones

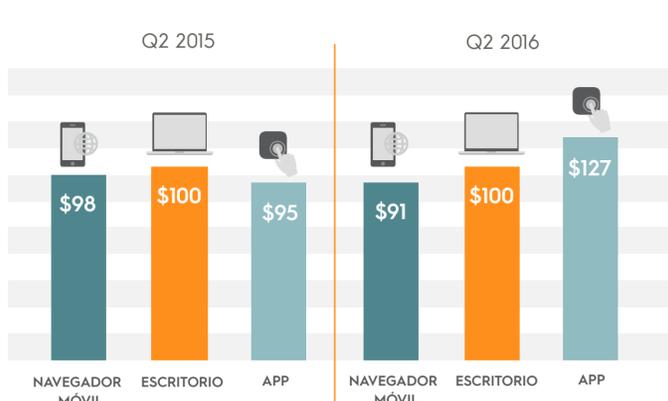


*(Q2 2016 vs Q2 2015)

2 ...y de mayor valor

Mientras que el ticket promedio se mantuvo para ventas de "escritorio" y se redujo en navegadores móviles, a través de apps creció significativamente.

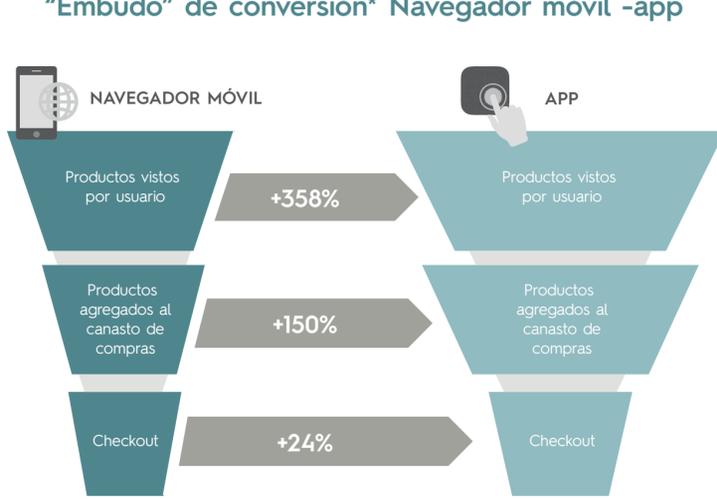
Ticket promedio por canal



3 Las app dominan todas las etapas del proceso de compra móvil

Sus usuarios buscan y compran más productos que los de web móvil o escritorio en todas las etapas del "embudo" de compra y triplican la tasa de conversión de los clientes de navegadores móviles.

"Embudo" de conversión* Navegador móvil -app



*Global en retail Q2 2016

4 Las app retienen más usuarios

Los usuarios de la app tienen el doble de probabilidades de volver dentro de 30 días que los de Internet móvil.

Una oportunidad para lograr consumidores más fieles.

Tasa de retención de nuevos usuarios*



*Porcentaje de usuarios nuevos que retornan al sitio dentro de los primeros 30 días.

Criteo analiza más de 1500 millones de transacciones online diarias desde diferentes dispositivos (escritorio, web, apps) de más de 10 mil clientes a lo largo de 90 países.

El análisis de ese volumen de información le permite a Criteo detectar las tendencias en el comercio electrónico global.

