

Comportamiento del Consumidor

Presenta:

Ingrid Dupeyron Estrada

Asignatura Impartida por la o el:

Dra. Minerva Camacho Javier

Ciclo 02/25

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los consumidores nos vamos adaptando a formas diferentes de compra en nuestra contra de voluntad, no nos toca poder escoger, nos toca adaptarnos como todo en la vida, si bien, la tecnología se ha sido un impacto fuerte a nivel global para absolutamente todo, y eso que apenas va empezando, siento que en el momento de compra los consumidores si necesitan y si se les facilitará ser híbridos o completamente digitales y en ese trabajo es lo que vamos a ver si realmente sirve, no sirve si nos ayuda o no nos ayuda hoy en día.



UJAT

UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"

División de Ciencias Económico

Administrativas

Ciudad Universitaria del Conocimiento

Consumidores híbridos

experiencias físicas y digitales

Que es

Los consumidores híbridos combinan interacción en espacios físicos (tiendas, restaurantes, cines, etc) con transacciones en canales digitales como apps, la web, redes sociales, etc.

Busca experiencia integrada fluida y personalizada

Se compone de

Experiencia física

- Interacción con los productos
- Socialización y personalización en el punto de venta
- Ejemplo
 - Compras en tienda
 - experiencias sociales
 - convivencia social

Experiencia digital

- Uso de canales online
 - la web, apps, redes sociales
- Acceso de información, comparación de precios, personalización digital
- Ejemplos
 - e-commerce
 - Seguimiento Online
 - atención al cliente

Físico + digital

Integración phygital

- Click y collect (compra en línea y recoger en tienda)
- Apps dentro de la tienda
- QR, NFC, pantallas interactivas
- Experiencia Omnicanal

Ventajas

- Experiencia completa
- Mayor fidelización
- Acceso a más datos
- Sinergia

Retos

- Costos de implementación
- Protección de datos
- Consistencia en el branding