



# WhatsApp, un canal fundamental en las compras por comercios minoristas

julio, 2020

# SUMÁRIO



## WhatsApp como herramienta de compras

- **WhatsApp ya era una herramienta fuerte en la que business owners se comunicaban con sus consumidores, pero con la pandemia esto se exponenció. Hoy, el 55% de los consumidores usan la aplicación para este propósito y el 34% compra al menos una vez por semana.**

## ¿Cómo y qué compran?

- **Desde comida hasta carros, WhatsApp ya forma parte en el hábito de compras en más de 30 categorías.**
- **En promedio, los consumidores compran alrededor de 5 categorías recurrentemente.**

## El journey de compra

- **WhatsApp es el canal donde generalmente se cierran las compras, y esto sucede por la seguridad y la cercanía que los consumidores perciben.**
- **La relevancia de WhatsApp como canal digital es del 58%.**
- **Solo el 4% de los consumidores se sienten inseguros al realizar compras por WhatsApp.**

## Vista post pandemia

- **Los consumidores esperan seguir usando WhatsApp en sus compras y cada día hay más business owners usando éste canal como principal medio de comunicación.**
- **Entre las personas que aún no compran, el 46% están dispuestos a usarla.**

# WhatsApp como herramienta de compras





**WhatsApp es una herramienta de uso cotidiano, que además otorga cercanía y seguridad.**

**Los usuarios perciben que el uso de este canal les brinda comodidad y un contacto más directo con los dueños de negocios.**

**97%**

**de la población mencionan, en una encuesta reciente, que usan WhatsApp. ?**

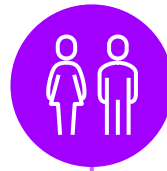


# LOS MEXICANOS ESTÁN ADOPTANDO WHATSAPP COMO MEDIO PARA REALIZAR SUS COMPRAS

# 55%

De los encuestados usan WhatsApp para comprar.

“Con WhatsApp tengo la facilidad de hacer mis compras sin necesidad de salir de mi casa.”  
- Ana, 31 años -



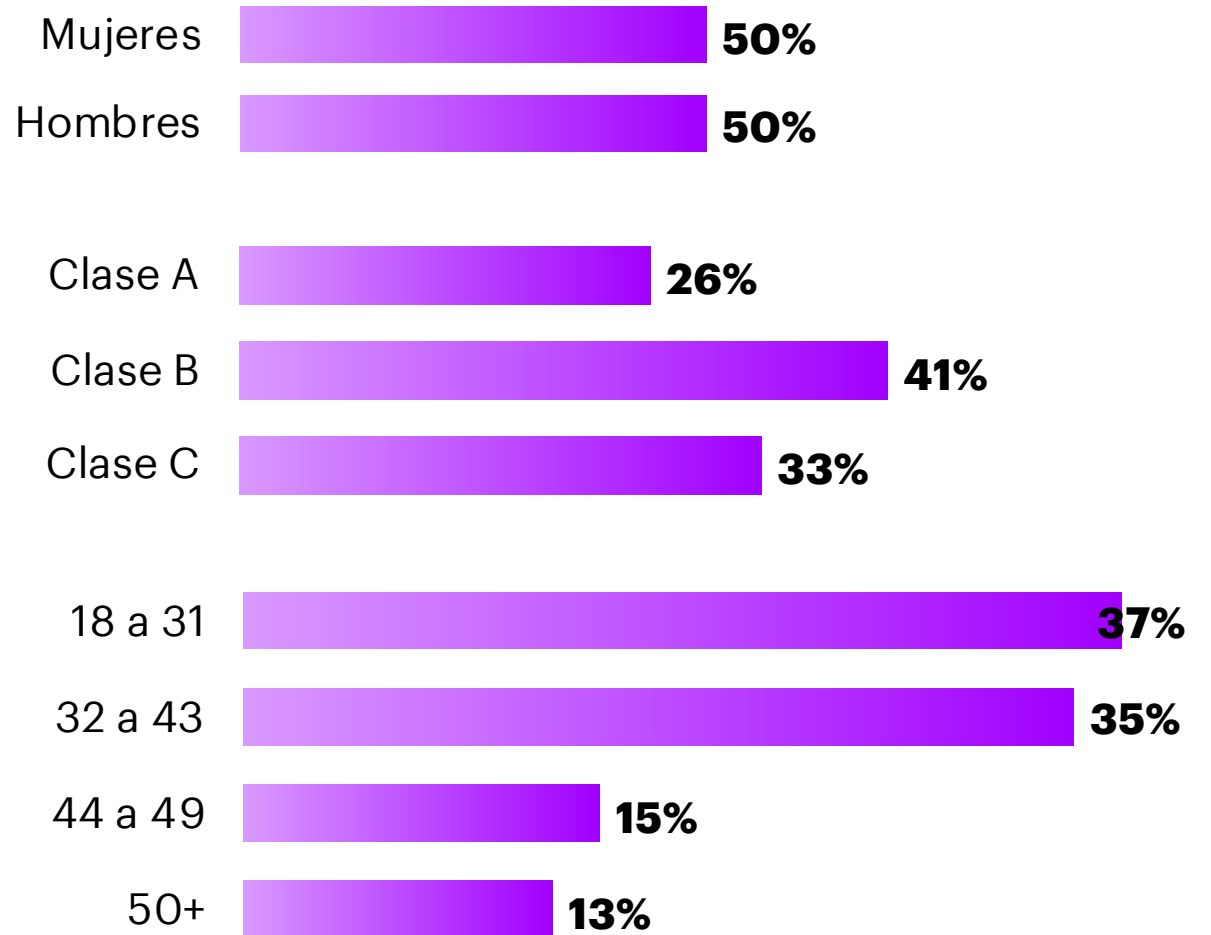
**Género**



**Nivel socio económico**



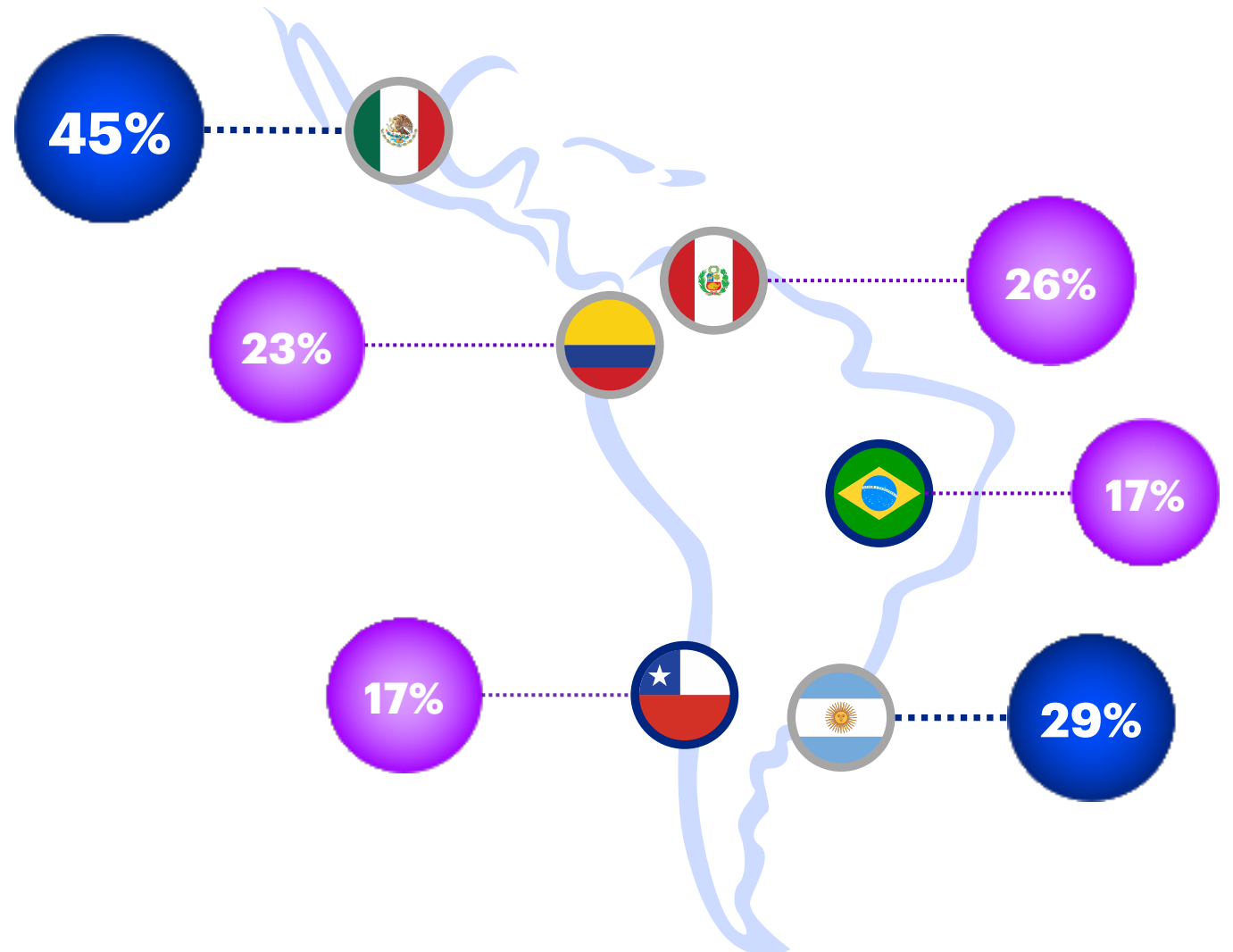
**Rango de edad**



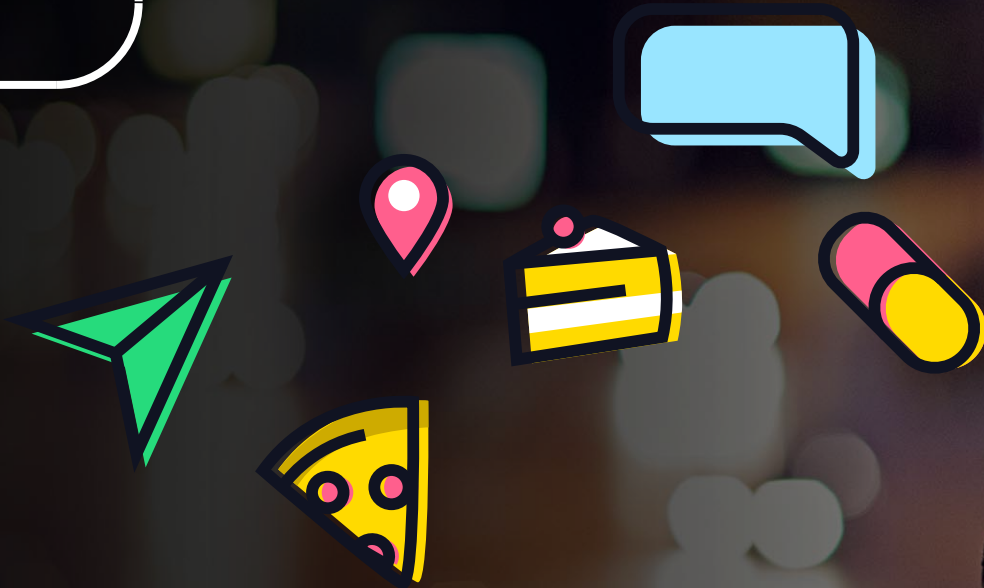
# AÚN HAY MUCHOS USUARIOS QUE NO USAN WHATSAPP PARA COMPRAR, PERO QUE ESTÁN DISPUESTOS A HACERLO

Entre las respuestas de 6 países de América Latina, México ocupa el primer lugar en donde los usuarios aún no utilizan WhatsApp para comprar.

Tenemos un gran potencial para llegar a este sector, ya que están dispuestos a usarlo en el corto plazo porque es un canal que les transmite confianza y seguridad.

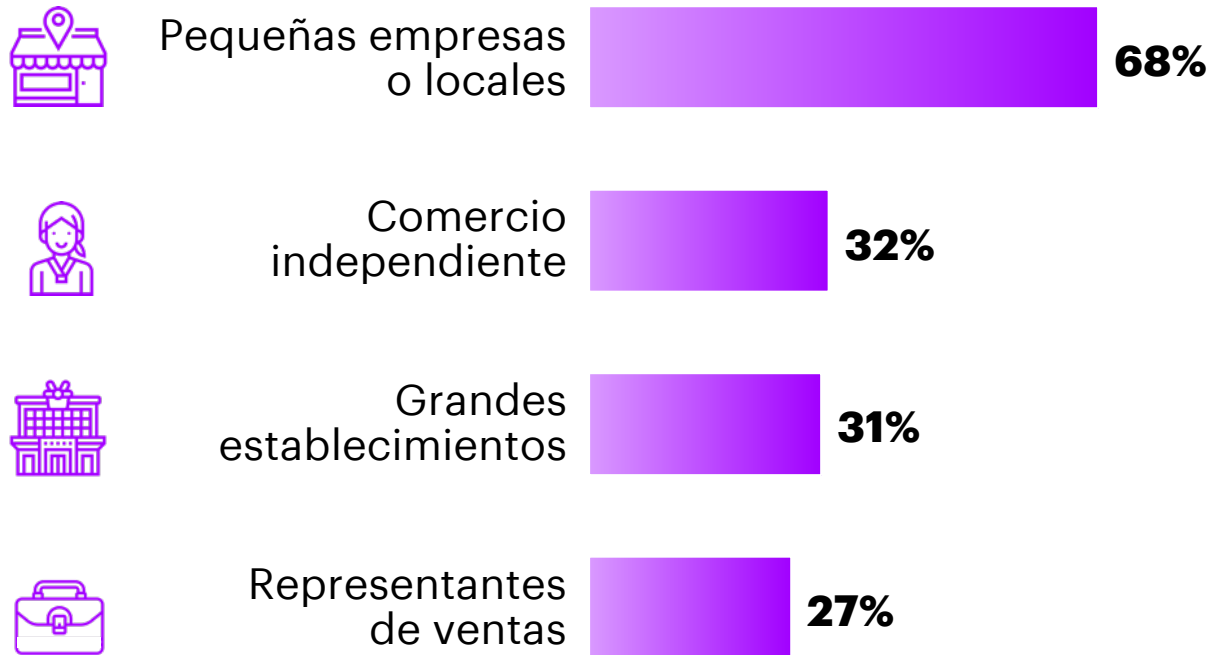


# ¿Cómo y qué compran los mexicanos?



# DESDE PEQUEÑOS HASTA GRANDES ESTABLECIMIENTOS, WHATSAPP CONECTA A SUS USUARIOS

## ¿Qué tipo de comercio usaste para realizar tus compras?



“Ahora todos ven la manera de publicar. Creo que anunciar productos o servicios es algo que llegó para quedarse.”

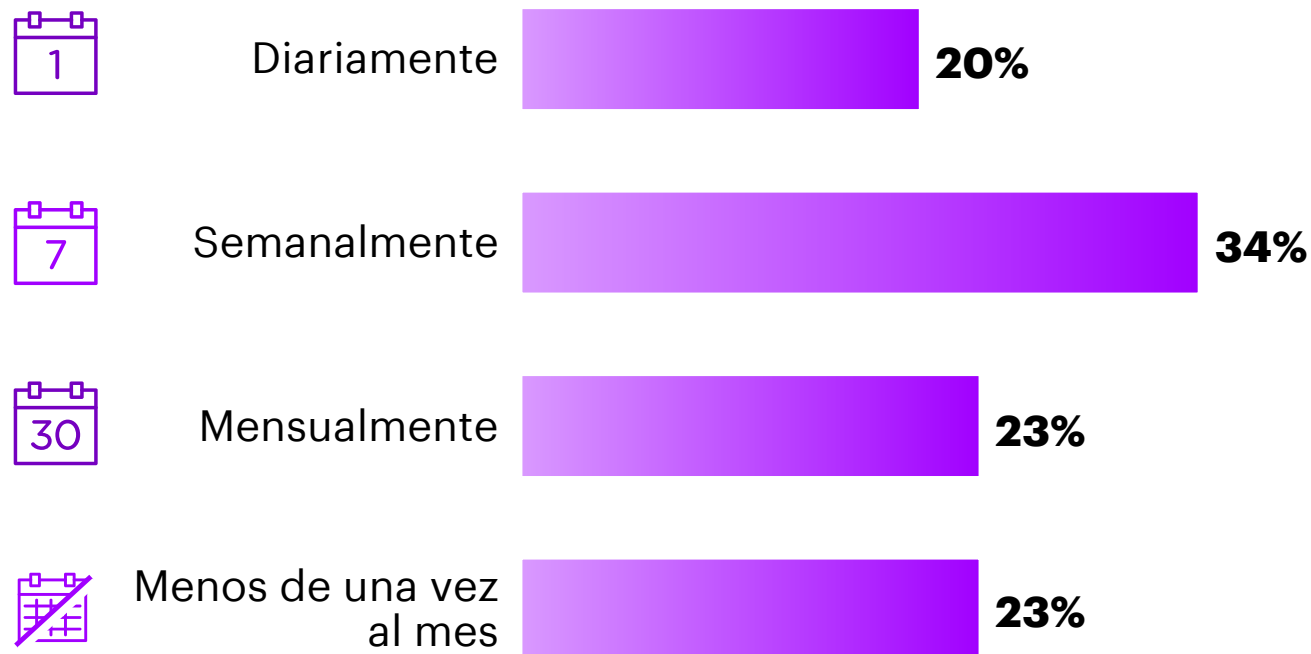
- Azucena, 31 años -

Nota: N = 782 / El gráfico de barras cuenta con datos ponderados para equilibrar la representatividad de la muestra.



# ACTUALMENTE LA FRECUENCIA DE COMPRA ESTÁ EN AUMENTO

¿Con qué frecuencia usas WhatsApp para comprar?



**54%**

**de los consumidores compran al menos una vez por semana.**

“A partir de la pandemia, tengo un vicio por comprar.”

- Alonso, 21 años -

Nota: N = 782 / El gráfico de barras cuenta con datos ponderados para equilibrar la representatividad de la muestra.

# CERCANÍA Y SEGURIDAD, SON VALORES QUE LOS USUARIOS PERCIBEN AL COMPRAR EN WHATSAPP

## Ropa



“Un vendedor de una tienda de ropa que frecuentaba **me mandó mensaje por WhatsApp con las ofertas y las promociones**, me escribió sobre lo que tenía mayor calidad y así **considero que es mucho mejor.**”

## Alimentos frescos



“Si ya es hora de comer me pongo a buscar en el grupo de **WhatsApp**. Allí venden comida y mandan los menús todos los días y puedo ver qué se me antoja.”

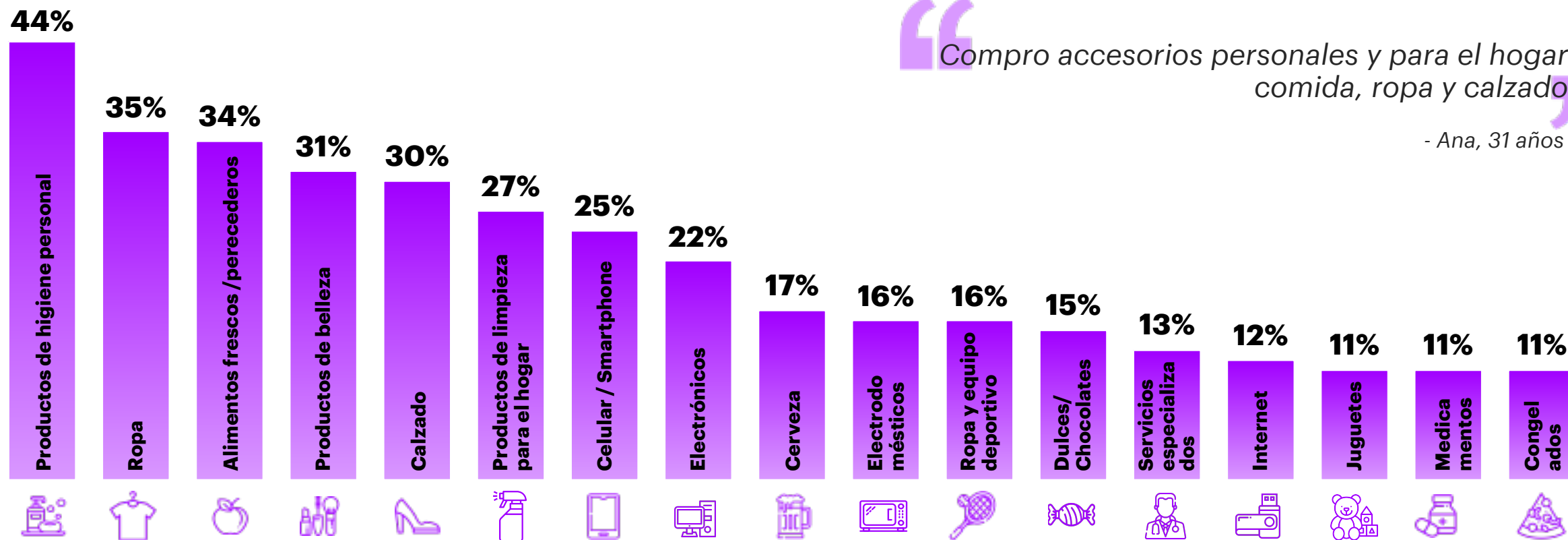
## Autos / Motos



“Comienzo buscando por Facebook, pero son muchos anuncios e información. Si me interesa algo, mando un inbox, pero no es tan privado. No sé porque pasa eso. **Entonces, el vendedor te dice "te paso mi número y mándame un WhatsApp". Así terminé comprando los dos últimos carros de la familia.**”

# WHATSAPP ABRE LA POSIBILIDAD DE PACTAR COMPRAS ENTRE VARIAS CATEGORÍAS

Cuando pactas compras por WhatsApp, ¿qué tipo de productos o servicios adquieres?



“  
Compro accesorios personales y para el hogar,  
comida, ropa y calzado.”  
- Ana, 31 años -

Otras categorías citadas con menos del 11% son: Papelería (11%), Cursos en línea (10%), Servicios generales (8%), Información de materiales tecnológicos (8%), Servicios de streaming (8%), Libros (7%), Boletos y paquetes de viaje (7%), Carros y/o motos (7%), Jugos y té (7%), Materiales de construcción (6%), Bebidas suaves (6%), Productos financieros (6%), Otros (6%), Espiritual (4%).

1) N = 782 / El gráfico de barras cuenta con datos ponderados para equilibrar la representatividad de la muestra.



# Rutina de compra

# ¿CÓMO SE USA WHATSAPP AL MOMENTO DE COMPRAR?

## ¿En qué etapas de la compra usas WhatsApp?



“**Para seguir contactando al vendedor, siempre es más fácil por WhatsApp, si necesito hacer otra compra, me mandan los catálogos y pido directamente.**

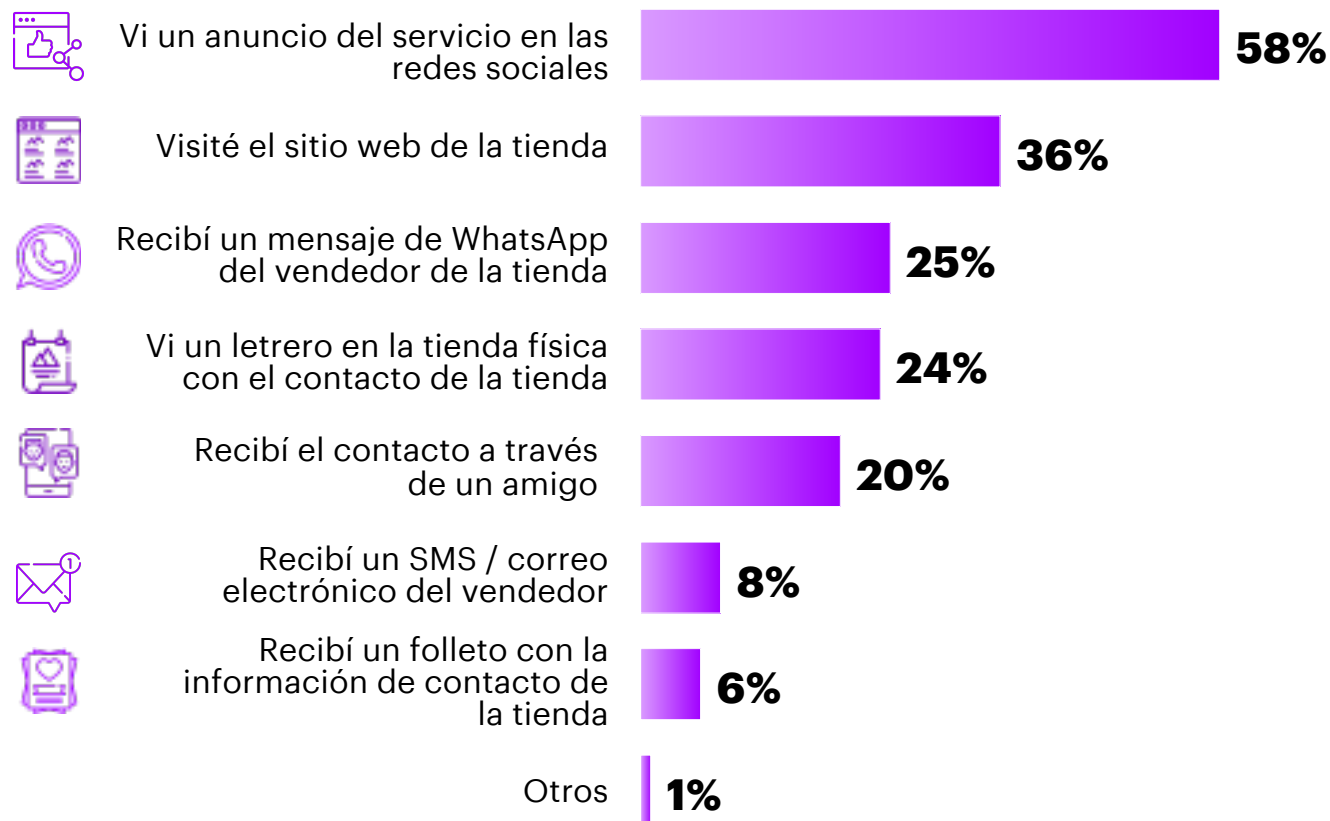
**Cuando se pacta la entrega se usa más WhatsApp, porque es una aplicación que todos tienen.**

**Casi todas las ventas se terminan haciendo por WhatsApp, es más fácil y personal.**”

Nota: N = 782 / El gráfico de barras cuenta con datos ponderados para equilibrar la representatividad de la muestra

# LA RUTINA DE COMPRA DEL USUARIO COMIENZA EN CANALES DIGITALES Y SE CIERRA EN WHATSAPP

De manera general, ¿cómo comenzaste a comprar por WhatsApp?



**43%**  
de las personas encuestadas entre 18 y 31 años, mencionaron que visitaron el sitio web de la tienda.

**1,8**  
Canales promedio para llegar al consumidor.

“A veces estoy en miles de grupos de ventas en FB, pero **luego los vendedores suben su tarjeta con su WhatsApp, los guardo en mis contactos** y así tengo un acceso más rápido a las personas.”

Nota: N = 782 / El gráfico de barras cuenta con datos ponderados para equilibrar la representatividad de la muestra.

# WHATSAPP COMO UN CANAL CLAVE EN EL PROCESO DE COMPRA

## CONOCIMIENTO

## COMPARATIVA

## DECISIÓN DE COMPRA

## RECEPCIÓN DEL PRODUCTO

## POST VENTA

Por medio de anuncios en las redes sociales



Visita el sitio web de la tienda



Ve un cartel o folleto de la tienda



Busca comparar en redes sociales



Busca sitios de tiendas similares a la competencia



Preparación del pedido

Consulta el catálogo en redes sociales o en la página del sitio



Confirmación del pedido

Confirmación del pedido con el comercio electrónico



Fecha de entrega

Pago al finalizar la compra (Tarjeta / Transferencia o en efectivo)



Rastreo/ ajuste

Confirmación al correo o por mensaje con el número de rastreo



Recepción

Entrega por mensajería



Recepción en la tienda



Comentarios en redes sociales



Devolución en tienda o por mensajería



Recomendación por amigos



Busca ofertas y promociones



Recibe un WhatsApp del vendedor de la tienda



Aclara cualquier tipo de duda



Busca comentarios referentes en los grupos



Consulta directamente con el vendedor



Negociación



Enlace al comercio electrónico



Envío del comprobante bancario, o pago contra entrega



Recepción del número de rastreo



Acuerdo de entrega (fecha y hora)



Confirmación de recepción



Asistencia para cualquier duda



Evaluación del producto



Solución de problemas



Comentarios, comparación y reputación

Atención personalizada, consulta de stock y detalles del producto

Aclaración sobre entrega, pagos y garantía del producto / servicio

Confirmación de pago y acuerdos para fecha y hora de entrega

Seguimiento al pedido

Fin de la compra / Detección de problemas con el producto

Evaluación de experiencia

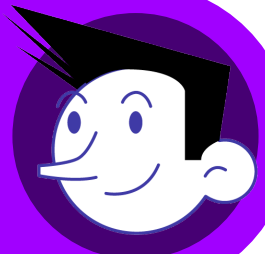
Devoluciones

Continuidad de la relación

Momentos WhatsApp

Momentos clave

# LA NUEVA RUTINA DE COMPRAS DE MOISÉS



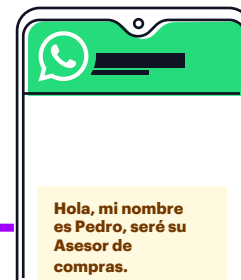
**MOISÉS,**  
25 años



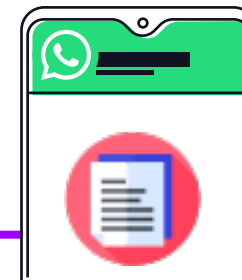
Llamo por teléfono al supermercado para solicitar asistencia por WhatsApp.



Un asistente inteligente me contacta y me pide que revise las opciones del menú en Whatsapp.



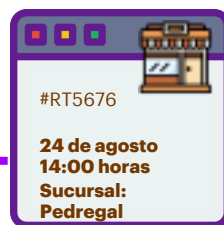
Soy redireccionado con un asesor de la tienda, el cual toma mi pedido.



Le hago llegar mi lista a través de una foto, él lo captura en el sistema y me reenvía la información para verificación del pedido.



Recojo en tienda o está la opción de envío a domicilio.



La fecha y hora la puedo rastrear en su sistema con el número del pedido.



Espero a que me manden el número de pedido.



Confirmando que mi pedido es correcto y envío un mensaje de aceptación.



El pago lo realizo directamente en la tienda.

## NOMENCLATURA



Acciones en tienda



Acciones por WhatsApp

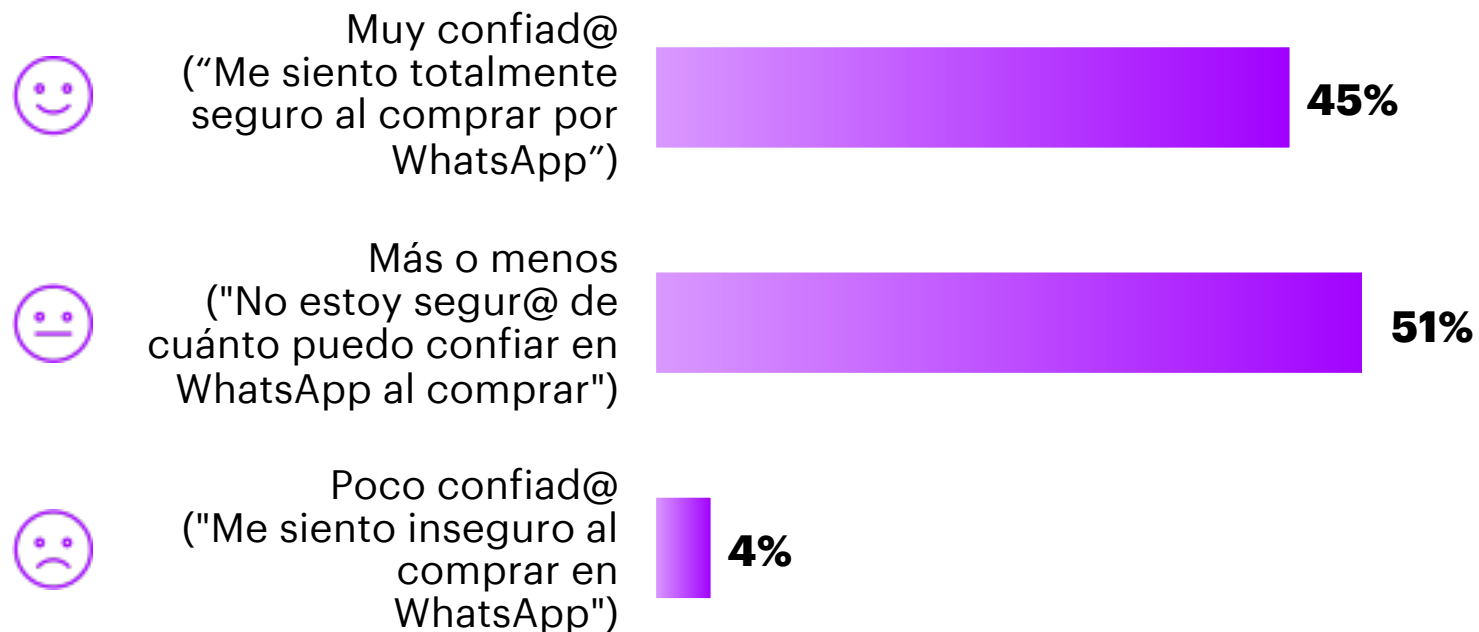


Evaluación de confianza



# UN GRAN NÚMERO DE CONSUMIDORES AÚN NO SABEN QUE TAN SEGUROS SE SIENTEN

## ¿Qué tan segur@ te sientes usando la aplicación?



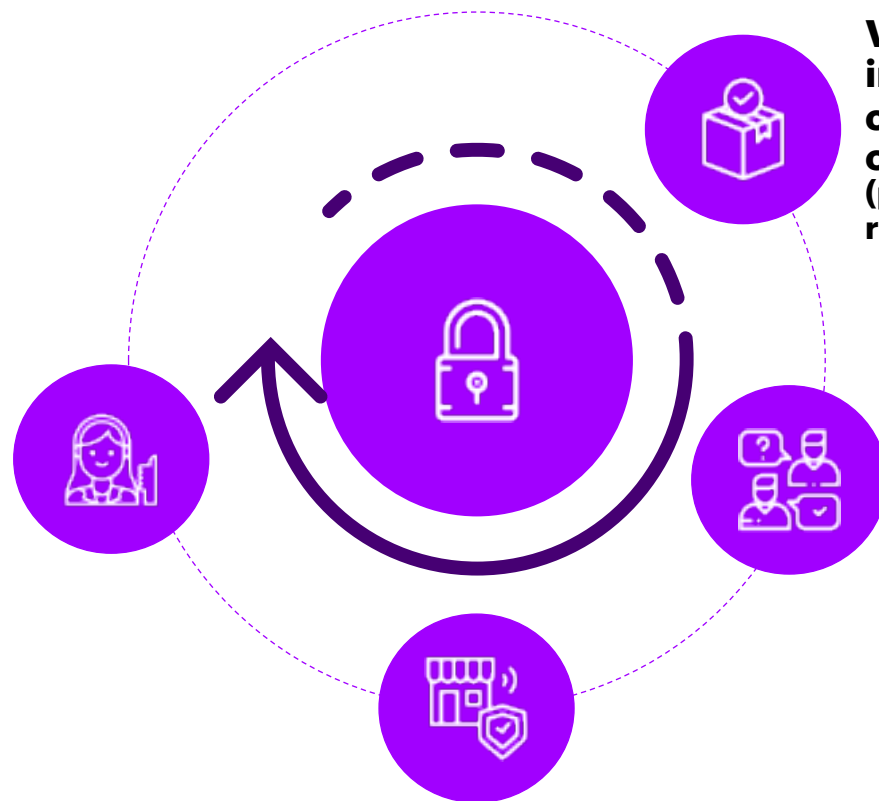
**Aún hay un sector grande de mexicanos al que se le puede brindar seguridad, mejorando su experiencia al momento de efectuar compras por WhatsApp.**

*“Siento más confianza y más contacto directo en comparación de otra aplicación donde no conozco a la persona.”*

- Ana, 31 años -

Nota: N = 782 / El gráfico de barras cuenta con datos ponderados para equilibrar la representatividad de la muestra.

# CICLO DE CONFIANZA Y RESPALDO



**Veracidad de información consultando otras fuentes (página web, redes sociales).**

**Confianza y seguridad en el intercambio de mensajes directos entre consumidor y vendedor.**

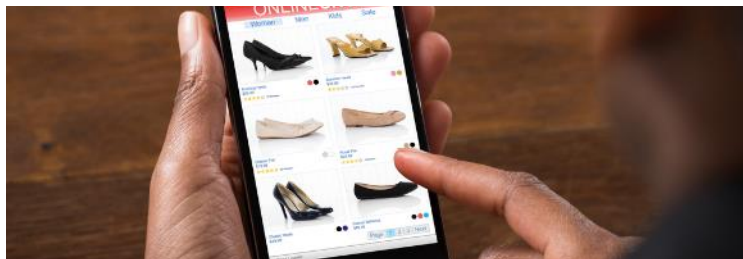
**Transparencia del minorista (redes sociales WhatsApp Business).**

**Recomendación directa entre los grupos de WhatsApp.**

Fuente: Estudio realizado por Fjord (6 consumidores).

# OBSTÁCULOS Y OPORTUNIDADES/PUNTOS A MEJORAR/PUNTOS DIFÍCILES

## Búsqueda catálogos o información al respecto



Para los usuarios una de las mayores problemáticas es la **falta de organización para mostrar productos o catálogos dentro de WhatsApp**, por esta razón se ven orillados a consultar otras plataformas o redes sociales.

*“Deberías poder registrar a tu contacto como algo exclusivo de ventas y tener una opción para ver catálogos.”*

## Almacenamiento de información y datos



Una desventaja importante es la **clasificación de sus contactos entre vendedores, familiares o amigos**, no tienen muchas posibilidades de asignar un espacio dedicado para sus compras dentro de la aplicación, además el **agregar constantemente a nuevos contactos hace que su memoria del celular se agote.**

*“En WhatsApp tienes que guardar los números y ponerles cualquier nombrecito y es algo que no me gusta.”*

## Momentos de pago



Cuando hay que recurrir al cierre y pactar el pago, **muchas veces los usuarios tienen que abandonar la app para poder hacer una transacción fuera de ella** o acordar con el minorista un pago contra entrega o en efectivo.

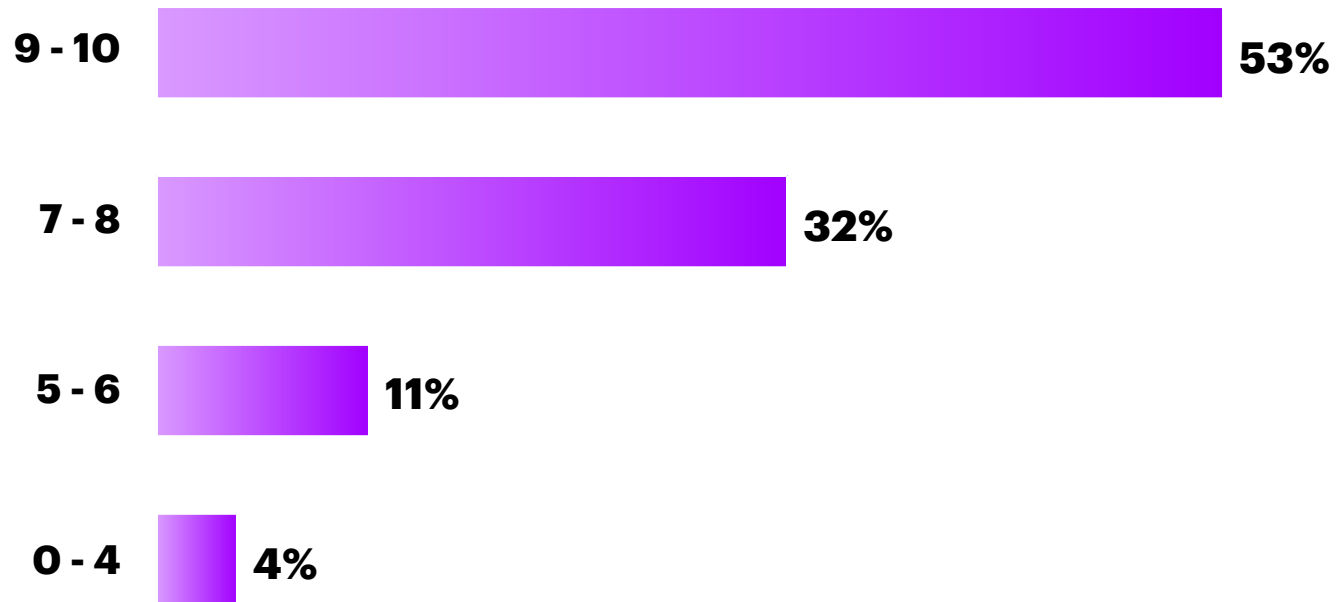
*“Imagínate que WhatsApp sea todo, literal, que puedas pagar allí.”*



# Visión post pandemia

# LA EXPERIENCIA DE LA MAYORÍA DE LOS CONSUMIDORES ES POSITIVA

¿Qué tanto recomendarías a tus amigos el uso de WhatsApp para sus compras?



**85%**  
de los usuarios que compran por  
WhatsApp, lo recomendarían  
con calificaciones arriba de 7.

“  
**Prefiero mil veces contactar a una  
empresa o negocio por WhatsApp.**”

- Alonso, 21 años -

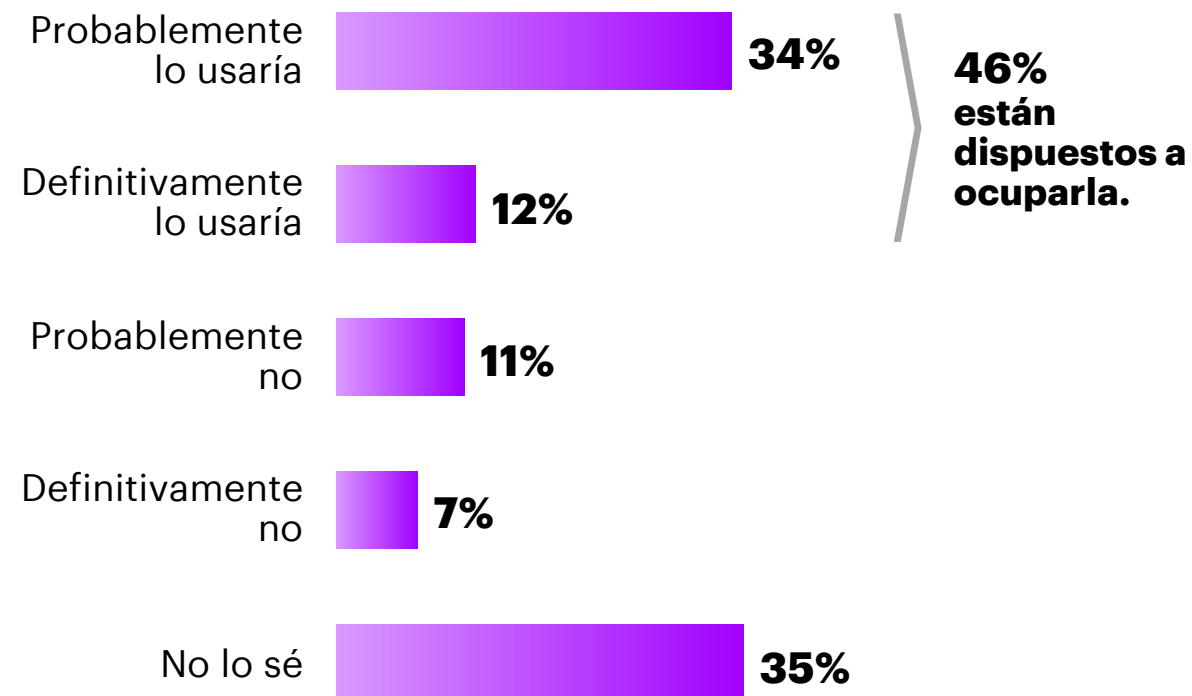
Nota: N = 782 / El gráfico de barras cuenta con datos ponderados para equilibrar la representatividad de la muestra.

# QUIENES AÚN NO COMPRAN POR WHATSAPP, ESTÁN DISPUESTOS A HACERLO A CORTO PLAZO

## ¿Por qué no usas WhatsApp para comprar?



## Sabiendo que WhatsApp puede ayudarte con tus compras, ¿lo usarías?



Nota 1 : N = 639 / Los gráficos de barras cuenta con datos ponderados para equilibrar la representatividad de la muestra.

Nota 2 : En el gráfico del lado izquierdo, se consideraron encuestados que indicaron que no usaron WhatsApp para comprar.

Nota 3: En el gráfico del lado derecho, solo se consideraron los encuestados que indicaron que probablemente y con seguridad usarían WhatsApp para compras.

## **CON LA LLEGADA DEL COVID-19, EL USO DE WHATSAPP PARA COMPRAR HA IDO EN INCREMENTO.**

**Los usuarios han optado por usar su canal favorito (WhatsApp) para satisfacer las necesidades de compra, por la facilidad, rapidez y seguridad que son aspectos que los minoristas deben voltear a ver.**

## **Algunas reflexiones:**

- 1. Aún hay muchos mexicanos que no usan WhatsApp como canal para comprar, pero sí están dispuestos a hacerlo. ¿Cómo podemos atacar éste potencial sector?**
- 2. ¿Podemos transformar la experiencia, no sólo de los consumidores, si no también de los minoristas?**
- 3. ¿Cómo podría WhatsApp cerrar la compra, integrando todo en un mismo canal?**



# NUESTROS CONTACTOS



**Luis Arnal**

Co-líder Global de Fjord

[luis.arnal@accenture.com](mailto:luis.arnal@accenture.com)