

◀▶ Nielsen | IBOPE



OFFERWISE
ONWARD, FASTER, WISER

El ADN del HotSale

Conoce el potencial de este
importante evento estacional
en México



Una oportunidad en ascenso

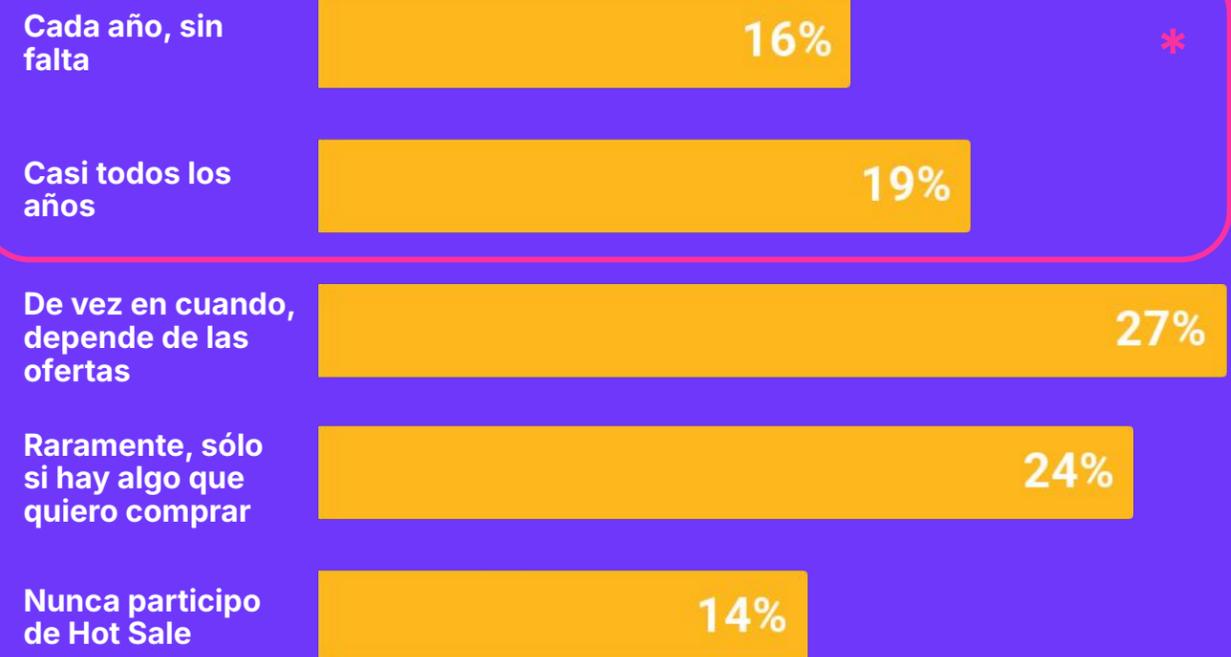
En el dinámico mercado mexicano, las estacionalidades son cruciales para el éxito de cualquier marca. **Hot Sale**, uno de los eventos más esperados del comercio electrónico que ocurre en el primer semestre del año, ilustra claramente esta importancia.

Con **más de un tercio de la audiencia participando activamente**, este evento ofrece mucho más que descuentos. En un entorno altamente competitivo, el factor determinante para las marcas es su habilidad para comunicarse y conectar estratégicamente con el consumidor, captando su atención y transformándola en ventas.

Este informe presenta un análisis, basado en los datos de nuestro estudio exclusivo con panelistas *online* en México – realizado en colaboración con **Offerwise** –, que revela el comportamiento de la audiencia durante las estacionalidades.

A través de los insights que presentamos, ayudamos a los diferentes *players* de la industria de los medios a prepararse y optimizar su impacto en estas temporalidades, proporcionándoles el conocimiento necesario para tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias efectivas.

Frecuencia de compra durante Hot Sale



***35%** Participa frecuentemente

Fuente: Nielsen Digital Consumer Survey 2024. Prepared by Nielsen Ibope Media México | Offerwise
¿Con qué frecuencia suele comprar productos o adquirir servicios en Hot Sale? | 997

Preferencias de la audiencia durante HS

Durante esta fecha clave, el principal impulso de la audiencia mexicana es el **consumo personal**, destinando un porcentaje significativo de sus compras a sí mismos. No obstante, los regalos para parejas, hijos y amigos también desempeñan un papel importante, lo que subraya la necesidad de una estrategia de comunicación personalizada que priorice 'la oferta ideal para ti' y considere la relevancia familiar en las compras de regalos.

Para no perderse ninguna oferta, la audiencia consulta diversos canales. **Redes sociales, sitios web de tiendas y la televisión** destacan como medios clave para la **difusión de las promociones**, tanto para compradores frecuentes como para los ocasionales.

Canales	Compradores frecuentes	Compradores ocasionales
Redes sociales	52%	55%
Sitios de la tienda	48%	51%
TV	45%	49%
Sitios de la marca	36%	30%
Influencers	27%	15%
Medios exteriores	24%	24%
Email marketing	22%	19%
Retail Media	22%	14%
Radio	20%	16%
Medios impresos	18%	19%
Sitios de noticias	17%	11%



¿Para quién acostumbras hacer compras durante el Hot Sale?

#1 para mí
68%

#2 para mi pareja
43%

#3 para mi hijos
38%

#4 para mi amigos
15%

Fuente: Nielsen Digital Consumer Survey 2024. Prepared by Nielsen Ibope Media México | Offerwise
¿Para quién acostumbra hacer compras durante el Hot Sale? | 856 - Hot Sales
¿Cómo te gusta informarte sobre las ofertas de diferentes eventos minoristas (como El Buen Fin, Hot Sales, etc.)? | 157 - Cada año, sin falta Hot Sale | 267 - De vez en cuando, depende de las ofertas Hot Sale

Preferencias de la audiencia durante HS

Una vez comparadas las ofertas, la audiencia mexicana prefiere los **canales oficiales de las marcas** como su página web, y **retail media** para concretar sus compras. El gráfico a continuación muestra su comportamiento en estos canales estratégicos de conversión.



Más allá de los canales de compra directos, otra fuerza impulsa las decisiones de compra durante Hot Sale: el **marketing de influencia**. Los consumidores son cada vez más afines a esta estrategia de marketing: **6 de cada 10 personas** investiga los perfiles de los *Influencers* antes de decidir su compra.



Compra de productos por recomendación de un Influencer

30%

ha comprado alguna vez un producto por recomendación

21%

aún no lo ha comprado, pero tiene la intención de hacerlo

Aunque **49%** no tiene intención de comprar productos recomendados por influencers, estos pueden ser **grandes aliados** para las **métricas del top y mid-of-the-funnel**.

Fuente: Nielsen Digital Consumer Survey 2024, Prepared by Nielsen Ibope Media México | Offerwise
 ¿Qué canales de compra utiliza con más frecuencia durante cada temporada? | 856 - Hot Sales
 ¿Con qué frecuencia investiga los perfiles de los influencers antes de tomar una decisión de compra durante el Hot Sale? | 856 - Hot Sales
 ¿Alguna vez has comprado un producto durante estos eventos por la recomendación de un influencer? | 856 - Hot Sales

Optimiza tu planeación de medios con Nielsen

Además de estos insights que te proporcionan una visión general sobre el comportamiento del consumidor mexicano, **Nielsen** también puede ser tu **aliado estratégico para tu planeación de medios** en todas las etapas de tu campaña de Hot Sale y otras temporalidades de ofertas. Desde la planificación previa hasta el seguimiento posterior, nuestros datos y un equipo de expertos te guiarán **end to end** para maximizar tus ventas y asegurar que tu marca destaque entre la competencia.

¡Descubre cómo!

ANTES

- **Comprende el comportamiento, emociones y decisiones de tus consumidores:** en las cinco etapas del viaje de compra.
- **Identifica los canales de comunicación más efectivos:** para optimizar el alcance y objetivos de campaña.
- **Averigua la inversión de la competencia:** descubre dónde, cómo y cuánto invirtieron antes y si ya anuncian para el evento de este año. Revisa su presencia para identificar oportunidades de inversión exclusiva.
- **Descubre qué Influencer conecta mejor con tu audiencia:** y tiene el mayor poder de influencia en la intención de compra.

DURANTE

- **Optimiza el alcance de tus campañas en digital:** maximizando su potencial al encontrar a la audiencia adecuada para tus mensajes.
- **Sigue en tiempo real lo que está haciendo tu competencia y comprende el tono de su comunicación:** para detectar si es necesario ajustar tu estrategia.
- **Ajusta las métricas clave sobre la marcha:** como la participación de la inversión y la participación de los medios, para reducir el desperdicio y aumentar el ROI.

DESPUÉS

- **Genera análisis sobre el alcance de tus campañas crossmedia:** por medio de información depurada de tus estrategias de televisión y digitales.
- **Aprende y compara lo que les ha funcionado a ti y a tus competidores:** y utiliza esta información para tu planificación del próximo año.
- **Evalúa la efectividad de tu campaña:** en relación con el objetivo de la marca.
- **Identifica qué influencers fueron más efectivos para tu plan:** y mide su efectividad en el movimiento de métricas clave para tu marca.



Metodología

Digital Consumer Survey es una encuesta de Nielsen a internautas mexicanos para comprender sus hábitos y preferencias de consumo de medios y plataformas tanto *online* como *offline*. La última edición se llevó a cabo a finales de 2024 en colaboración con Offerwise. Se levantaron 1000 entrevistas a personas de un panel *online* a nivel nacional, con edades comprendidas entre los 16 y 45 años o más.

Acerca de Nielsen

Nielsen le da forma a los medios y al contenido a nivel mundial como líder global en medición de audiencias, datos y análisis. A través de nuestro entendimiento de las personas y sus comportamientos en todos los canales y plataformas, empoderamos a nuestros clientes con inteligencia independiente y 1 accionable para que puedan conectar e interactuar con sus audiencias, ahora y en el futuro.

Nielsen opera en más de 55 países alrededor del mundo. Conozca más en www.nielsen.com y conéctese con nosotros en redes sociales ([Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#) e [Instagram](#)).

Acerca de Offerwise

Offerwise es un proveedor global de insights con más de 20 años de experiencia en investigaciones de mercado online. Nos especializamos en conectar marcas con consumidores, proporcionando datos precisos y relevantes que ayudan a las empresas a tomar decisiones estratégicas e informadas.

Contamos con soluciones innovadoras de investigación que combinan metodologías cuantitativas y cualitativas, además de operar uno de los mayores paneles de América Latina. Nuestra tecnología avanzada y plataformas optimizadas garantizan datos confiables y representativos en tiempo real.

Nuestro modelo exclusivo de reclutamiento asegura diversidad y calidad en la información, permitiendo que las empresas accedan a datos precisos sobre sus mercados. Por medio de servicios personalizados, ayudamos a comprender mejor a las audiencias, impulsar la innovación y aumentar la competitividad en diversos sectores. Conozca más en <https://offerwise.com/product?lang=es>.

Para más información, contáctanos:
clientservicemedia@nielsen.com