

PARA SU INMEDIATA EDICIÓN

Potencial de las principales tiendas online para incrementar la fidelidad a la marca

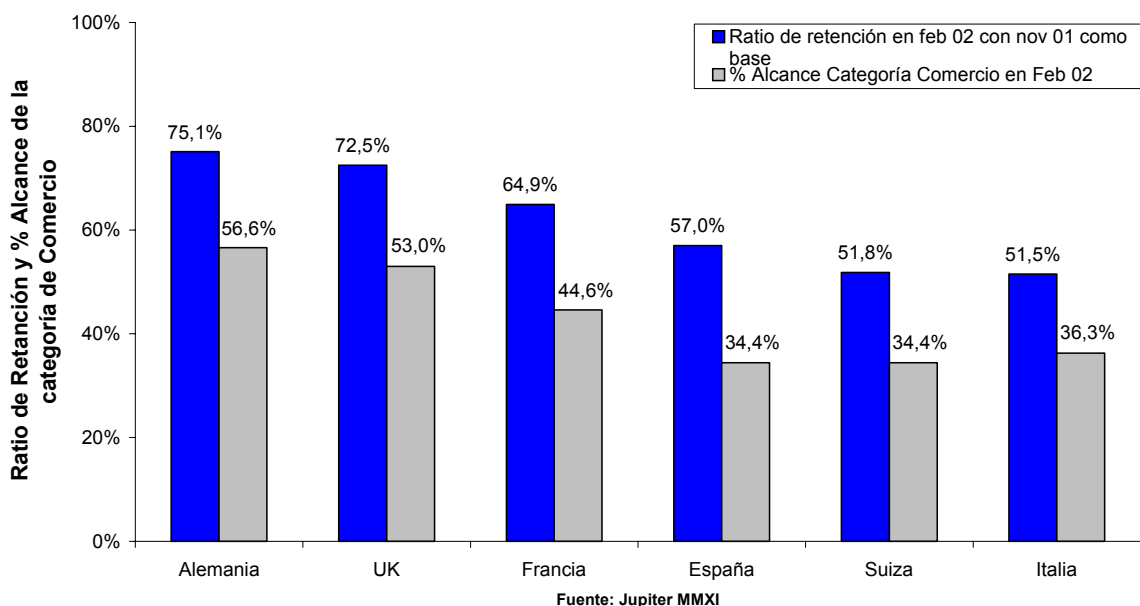
Un nuevo estudio de Jupiter MMXI, compañía líder de investigación de mercados en Internet, muestra el grado de fidelidad de los europeos a los sites de comercio electrónico en los últimos 4 meses.

El análisis publicado hace el seguimiento de los Visitantes Únicos que visitaron un website en noviembre 2001, y después analiza su comportamiento con respecto a la misma website en el periodo comprendido entre diciembre 2001 y febrero 2002 para ver la proporción de ellos que continúan visitando esa web cada uno de los meses posteriores.

Basado en estudios anteriores de la categoría de comercio electrónico, noviembre fue seleccionado como el mes de máxima actividad en comercio electrónico previo al periodo navideño.

Los resultados reflejan que en Alemania la categoría de comercio electrónico retuvo más Visitantes Únicos que en otros países en Europa. En cambio, Italia y Suiza presentaron ratios de retención relativamente más bajos.

Ratio de Retención y Alcance en Sites de Comercio



Como compañía líder en Europa en comercio electrónico, Amazon presenta un buen comportamiento en los distintos mercados. En Febrero 2002, los sitios web de Amazon se situaron en la primera posición de la categoría de comercio en los seis países del estudio. Como se puede ver en el gráfico anterior, cuanto mayor es el grado de penetración de la categoría

comercios en un país, mayor es también el ratio de retención de los sitios web de esa categoría en ese mercado.

La fidelidad a la marca de Amazon varía según los países. Suiza presenta el ratio más bajo, el 28% de los visitantes en el mes de noviembre siguieron visitando la página en febrero, mientras que el Reino Unido presenta el ratio más alto, con un 40% de los usuarios volviendo a visitar el site tres meses después. En Francia sin embargo, CDiscount.com presentó el mayor ratio, reteniendo al 53% de sus clientes mientras que Rueducommerce.fr le seguía de cerca con un ratio de retención del 52%.

Durante el último año la categoría de comercio en España ha estado constantemente liderada por elcorteingles.es y por amazon.com. En el mes de febrero de 2002 más de un tercio (34,4%) del total internautas desde el hogar en España visitó sitios de comercio.

En España, elcorteingles.es presenta un grado de fidelidad muy alto. Más de un tercio (35,7%) de sus Visitantes Únicos en noviembre de 2001 volvió en diciembre 2001, mientras que un 24% de ellos seguía volviendo tres meses después. Otros sitios de ésta categoría presentaron ratios inferiores, y el efecto de la baja retención puede obligar a los comercios online a recurrir a constantes actividades promocionales.

“Es mucho más caro encontrar nuevos clientes que retener a los ya existen, y lo mismo ocurre con los sitios web y sus Visitantes Únicos. Los propietarios de los sitios web necesitan saber por qué están perdiendo estos visitantes y a donde se están yendo para atajar el problema. Este tipo de análisis de retención de clientes en esta época del año puede ser fundamental para incrementar la fidelidad de los clientes.” ha dicho Staffan Engdegard, analista de Jupiter MMXI especialista en Marketing y Publicidad.

Top Ten Sites de Comercio en Europa – Febrero 2002

Top 10 Sites Comercio en Europa			
Jupiter MMXI Europa, panel hogar		Visitante Únicos (000)	Feb, 2002 Alcance Medios Digitales %
	Total Medios Digitales	65,913	100.0%
Rank	Comercio	31,387	47.6%
1	AMAZON.DE	4,432	6.7%
2	AMAZON.COM	3,415	5.2%
3	AMAZON.CO.UK	2,985	4.5%
4	AMAZON.FR	1,536	2.3%
5	TESCO.COM	1,074	1.6%
6	FNAC.COM	971	1.5%
7	QUELLE.DE	945	1.4%
8	TCHIBO.DE	935	1.4%
9	KELKOO.COM	927	1.4%
10	OTTO.DE	896	1.4%

Por favor remitan la fuente de los datos a Jupiter MMXI

Para más información, por favor póngase en contacto con:

Rodrigo Fajardo Barreras
 Director de Marketing para España de Jupiter MMXI
 Email: rfajardo@jupitersmmxi.com
 Teléfono: +34 91 7818990

Acerca de Jupiter MMXI

Jupiter MMXI proviene de la fusión de MMXI Europe, y Jupiter Communications en Septiembre 2000. La fusión creó la fuente definitiva de Investigación de mercado en Internet. Jupiter MMXI proporciona una fuente única de datos, análisis y asesoramiento en Europa para ayudar a nuestros clientes a beneficiarse de Internet. Nuestros servicios incluyen medición, análisis y asesoría.

Acerca de Jupiter MMXI Medición

Jupiter MMXI es la única compañía que basa sus servicios de medición de audiencias en una única metodología a nivel mundial. Jupiter MMXI es el estándar de Mercado para medir el comportamiento online de más del 90% de la audiencia de Internet en Europea y a nivel global. Seguimos anualmente el comportamiento y actitudes en Internet de más de 100,000 europeos. Nuestros paneles continuamente miden online los patrones de comportamiento de más de 50,000 Internautas en Europa desde nuestros paneles en Reino Unido, Francia, Alemania, Suecia, Dinamarca, España, Italia, Suiza y Noruega.

Acerca de Jupiter MMXI Análisis

Las predicciones y análisis de Jupiter MMXI están basados en una sólida metodología de investigación. Nuestros especialistas en los diferentes sectores utilizan encuestas a consumidores, entrevistas a directivos y análisis de datos de medición de audiencias. Nuestra cobertura global única se consigue teniendo especialistas locales en diferentes mercados de Europa y del resto del mundo. Esto nos permite ofrecer el conocimiento imprescindible para la toma de decisiones estratégicas por parte de los principales ejecutivos en sus respectivos sectores.

Para más información www.jmm.com y www.jupitermmxi.com