



NOTA DE PRENSA

El 93% de los e-commerce prevé un crecimiento en 2017

- El 36% planifica su expansión internacional este año
- El 12% cree que la venta móvil superará el 50% del total
- El 96% incrementará sus presupuestos de marketing digital

8 de marzo de 2017-. Kanlli y la revista D/A Retail -en colaboración con el Instituto de Economía Digital ICEMD, la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital), Club Ecommerce y el Club de Dirigentes de Comercio Electrónico (CDCe)- han publicado la IV edición de su estudio anual "Análisis y perspectivas de e-commerce", informe que refleja las expectativas que los e-commerce españoles tienen para el presente año y realiza una estimación sobre cómo se comportarán las ventas en 2017.

Del estudio se desprende que un 93% por ciento de los e-commerce que operan en España prevén crecer a lo largo del presente año, y casi un tercio augura un crecimiento de más del 30% con respecto a 2016. Entre los más optimistas se hallan sectores como embalaje y packaging, multiartículo y bazar, y joyería y relojería.

Por otro lado, también aumenta el pesimismo, pasando de un 2% en las previsiones para 2016 a un 7% para las estimaciones en 2017 de aquellos e-commerce que creen que sus ventas descenderán.

En cuanto al incremento del tique medio, a pesar de que el 18% de los e-commerce encuestados se muestra optimista de cara a 2017, tan sólo un 8% de espera que su tique medio se incremente más de un 10%.

Con respecto a la expansión internacional, un 36% de los e-commerce planea abrir nuevos mercados en 2017, siendo más propicias las tiendas online con un rango de facturación inferior a 200 mil euros. En otro sentido, el 57% de los encuestados prevé poner en marcha nuevas líneas de negocio en 2017.

Si nos fijamos en las previsiones de venta a través del móvil, vemos que son optimistas: un 60% de los encuestados opina que al menos un 10% del total de sus ventas se realizarán en m-commerce. Además, un 12% augura que las ventas a través de móvil supongan más de la mitad del total, lo que indica una gran diferencia con respecto a las previsiones del año anterior, en las que sólo un 6% esperaba realizar entre un 25% y un 50% de sus ventas vía móvil.

Inversión en marketing digital

En cuanto a la inversión que los e-commerce prevén destinar al marketing digital, el 96% de los encuestados asegura que sus presupuestos aumentarán en 2017. En relación a la inversión en fuentes de tráfico, el 62% de los encuestados tiene intención de invertir en redes sociales; el 59%, en SEM y el 52%, en SEO. El resto de opciones se corresponden con porcentajes de menor peso. El 33% tiene intención de invertir en conseguir tráfico directo, el 29% en campañas de medios y solo el 20% en marketing de afiliación.

Si atendemos a la inversión en marketing digital en general, las áreas en las que más se prevé invertir con "marketing en buscadores" (68%) y "analítica y



optimización", con un 53% de las respuestas. Les siguen "automatización de marketing", con un 34%; "herramientas de gestión", con un 25%; "compra programática", con un 21%.

Para más información sobre estos aspectos y conocer otros datos sobre las previsiones para el e-commerce, se puede consultar el estudio "Análisis y perspectivas de e-commerce para 2017"

ACERCA DE KANLLI

Kanlli es una agencia de marketing digital y de resultados. Hoy día sólo hay una cosa permanente: el cambio. Y el cambio es la norma fija en el mundo de la comunicación y el marketing. Kanlli es la agencia de marketing interactivo que ayuda a las marcas a triunfar en un mundo en constante cambio. Bajo el lema "WHEN EVERYTHING FLOWS" definen su concepto de trabajo: simplificar los procesos de reinversión y transformación que desarrolla para sus clientes y hacerlos más fluidos. Entre sus clientes se encuentran prestigiosas marcas como Prosegur, Cetelem, Travel Club, El Corte Inglés, Laboratorios Rovi, Perfumesclub, Makro o Famosa.

ACERCA DE D/A RETAIL

Distribución Actualidad es una publicación de referencia del sector retail en España. Desde hace más de 40 años se ocupa desde la revista impresa y portal web y newsletter digital de actualización diaria, de informar del mundo de los operadores del retail y el retail 2.0, alimentario, gran consumo y no alimentario, con enfoque especial hacia la Innovación y las tendencias de futuro, con opinión y análisis realizados por especialistas.

CONTACTO

Elena Lostalé

Departamento de Comunicación

+34 917 259 220 Ext. 125

comunicacion@kanlli.com