

E-COMMERCE SENSE FILTRES: El basar interminable que ens sedueix

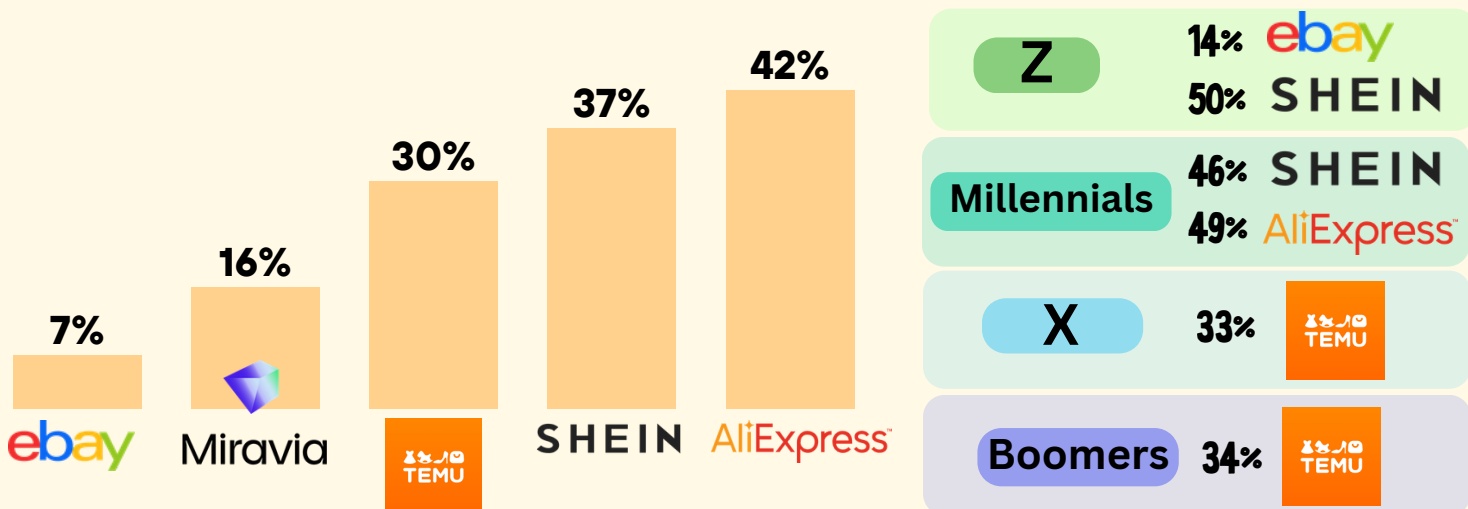


7 de cada 10 persones compren a plataformes online diferents d'Amazon

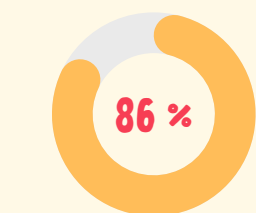
Z 72% **Millennials** 73% **X** 71% **Boomers** 59%

Cada generació té la seva plataforma de capçalera:

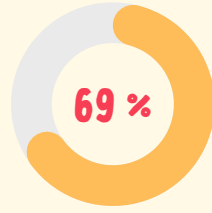
Shein atrapa els joves, Temu té més pes entre els boomers



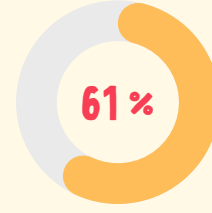
Tot i que generen dubtes i presenten punts de fricció...



Potencien un **consum elevat**



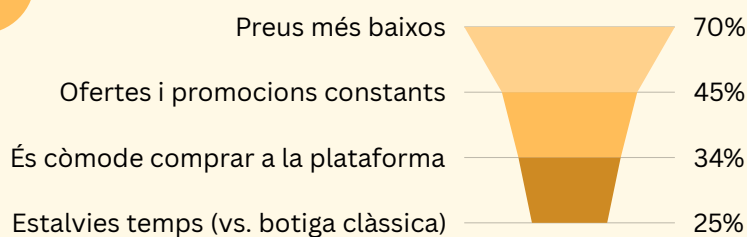
Generen **dubtes ètics**



Qualitat dubtosa i temps d'espera llargs

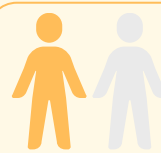
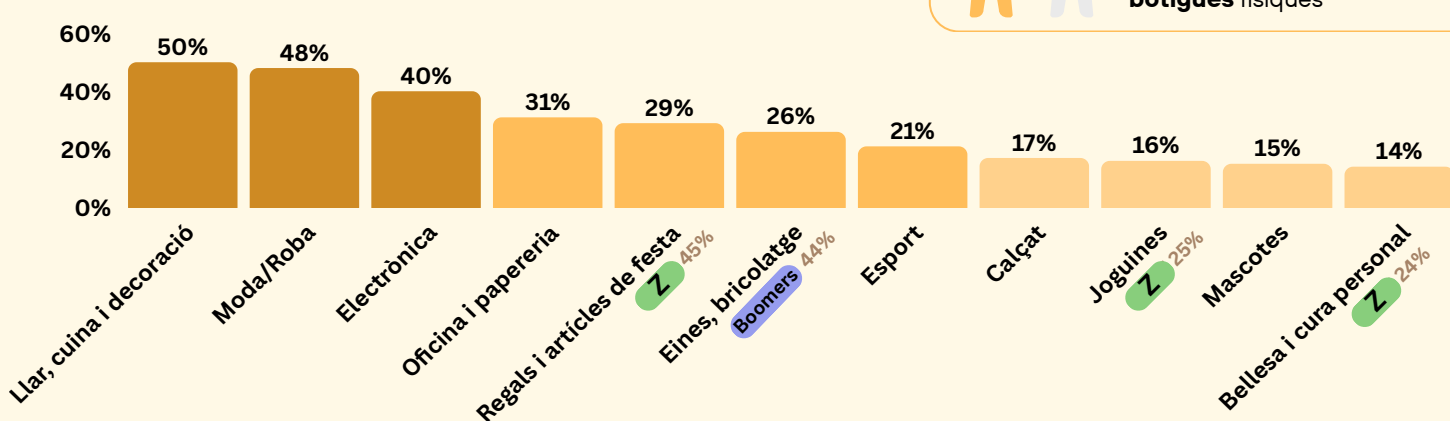
enganxen des de l'idea de compra SMART

1. Des de la màgia de l'estalvi

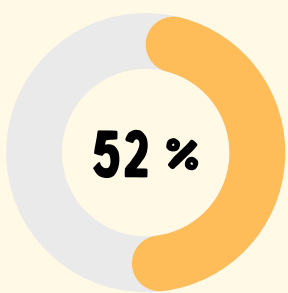


2. ...i per la presència de categories i la gran varietat de productes en cadascuna d'elles

Categories que compren



1 de cada 2 declara que "tenen una **gran varietat** de productes" i "hi trobo coses que **no hi ha a botigues físiques**"



L'equació **QUALITAT-PREU** surt a compte per a **1 de cada 2** consumidors, que senten que la **possible baixa qualitat queda compensada**

