

# I estudio compra colectiva perfil compradores

# objetivos

- perfil socio demográfico de los compradores
- tipo de ofertas preferidas
- nivel de satisfacción con el servicio del negocio
- nivel de satisfacción con el servicio del site de compra colectiva
- motivaciones para comprar
- motivos para no comprar
- repetición de compra

# metodología

encuesta con formulario online enviado a usuarios yunait

muestra: 300 compradores de ofertas colectivas

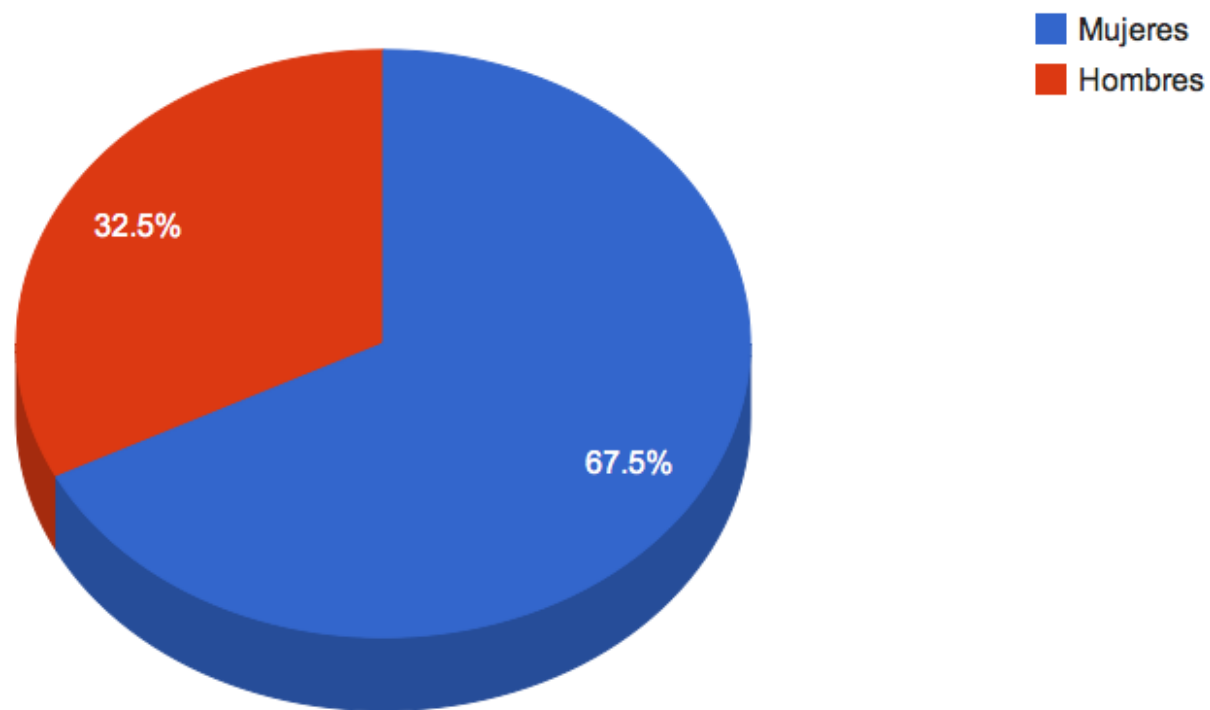
fecha: desde 1 de diciembre de 2010 a 15 de febrero de 2011

# sumario

- el 67% de los compradores de ofertas colectivas son mujeres.
- la mayor parte tienen entre 25 y 34 años aunque las mujeres se reparten más en todas las franjas de edad.
- el 92% se concentran en 8 ciudades, un 62% están en madrid y barcelona.
- el 65% tiene estudios superiores o de postgrado.
  
- tipo de ofertas preferidas (mujeres): salud y belleza (29%), viajes (26%), restaurantes (23%), entradas (19%) y deportes (3%).
- tipo de ofertas preferidas (hombres): restaurantes (37%), viajes (24%), entradas (19%), deportes (14%) y salud y belleza (6%).
  
- el 64% está satisfecho con el servicio del negocio y el 58% dice haber recibido la misma calidad de servicio que un cliente normal.
- el 79% está satisfecho con el servicio del site.
  
- una oferta clara y de calidad es la mayor motivación de compra.
- un proceso de compra complicado es el principal motivo para no comprar.
- el 77% de los encuestados volverá a comprar una oferta grupal.

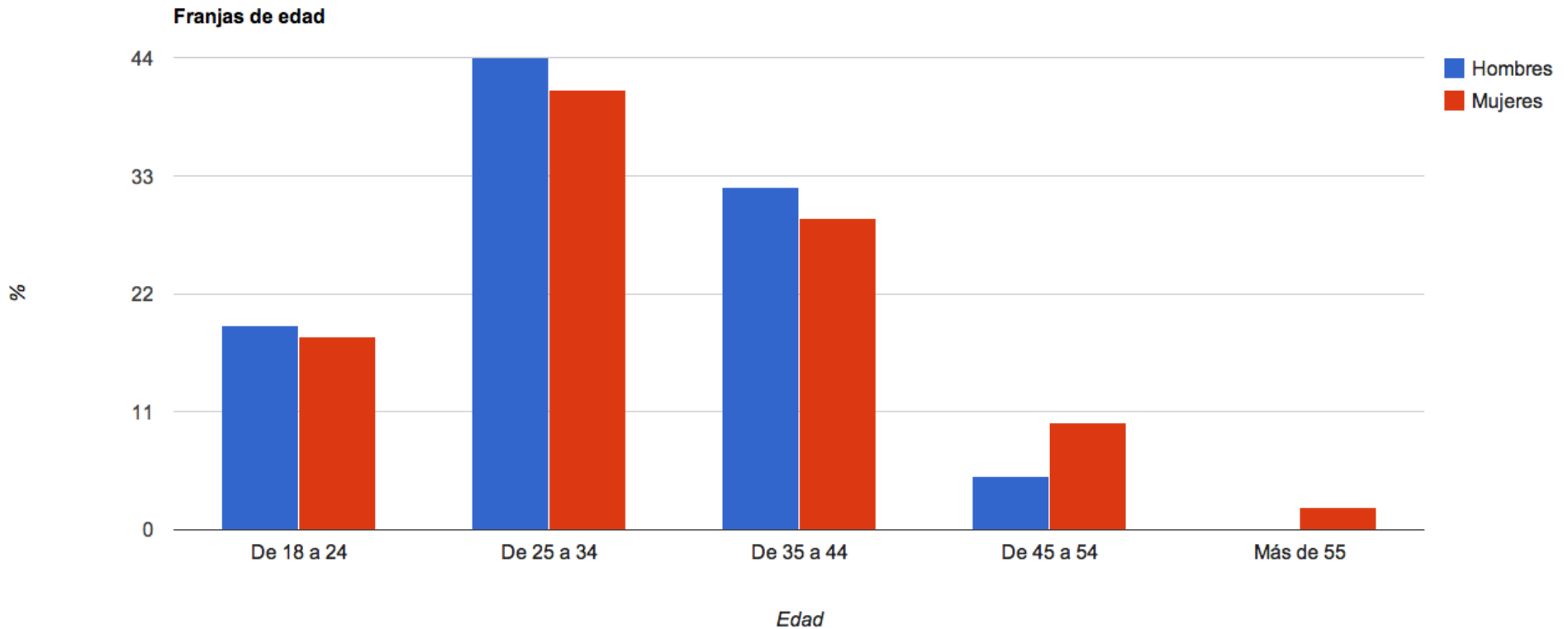
# ¿quién está comprando? sexo

Compradores de ofertas colectivas por sexos



el 67% de los compradores de ofertas colectivas son mujeres

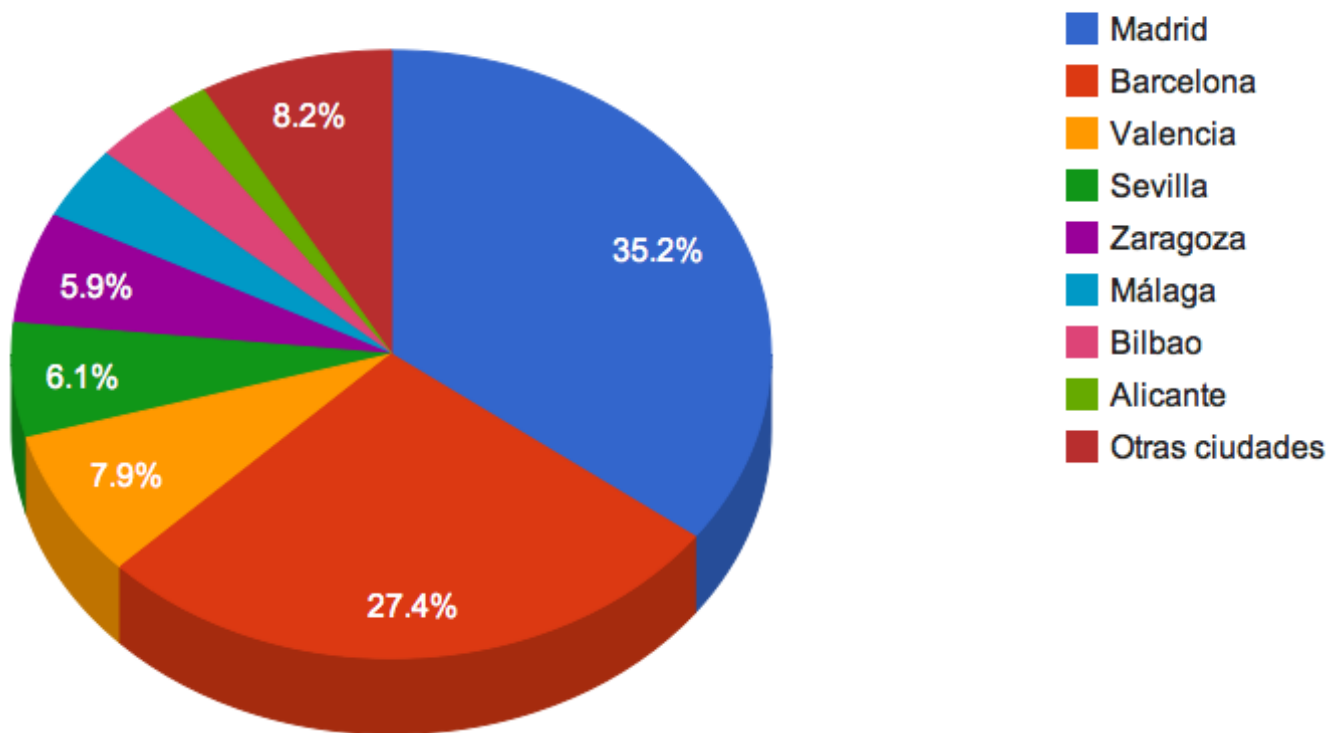
# ¿quién está comprando? edad



la mayor parte de los compradores están en la franja de 25 a 34  
las mujeres más repartidas en más franjas, incluida la de más de 55

# ¿quién está comprando? ciudad de residencia

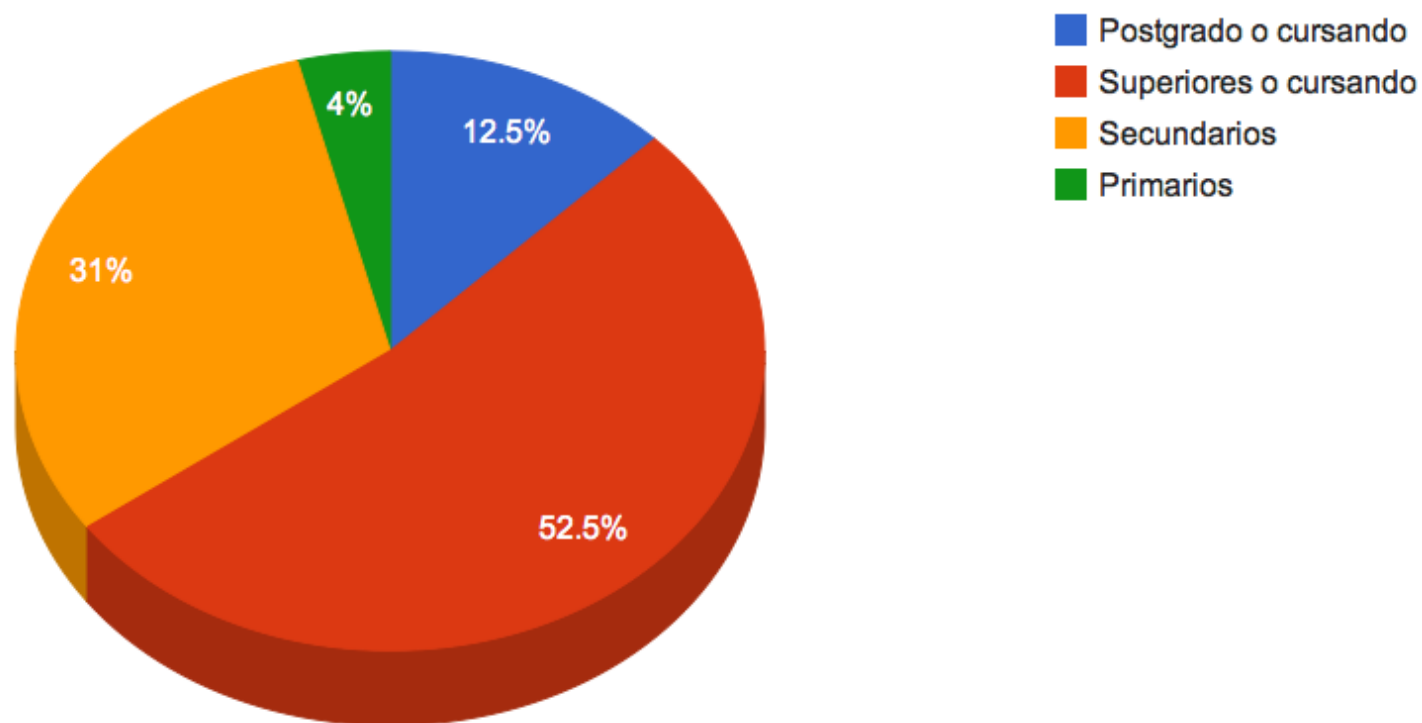
Ciudad de residencia



un 92% de los compradores se concentran en 8 ciudades  
un 62% de los compradores son de madrid o barcelona

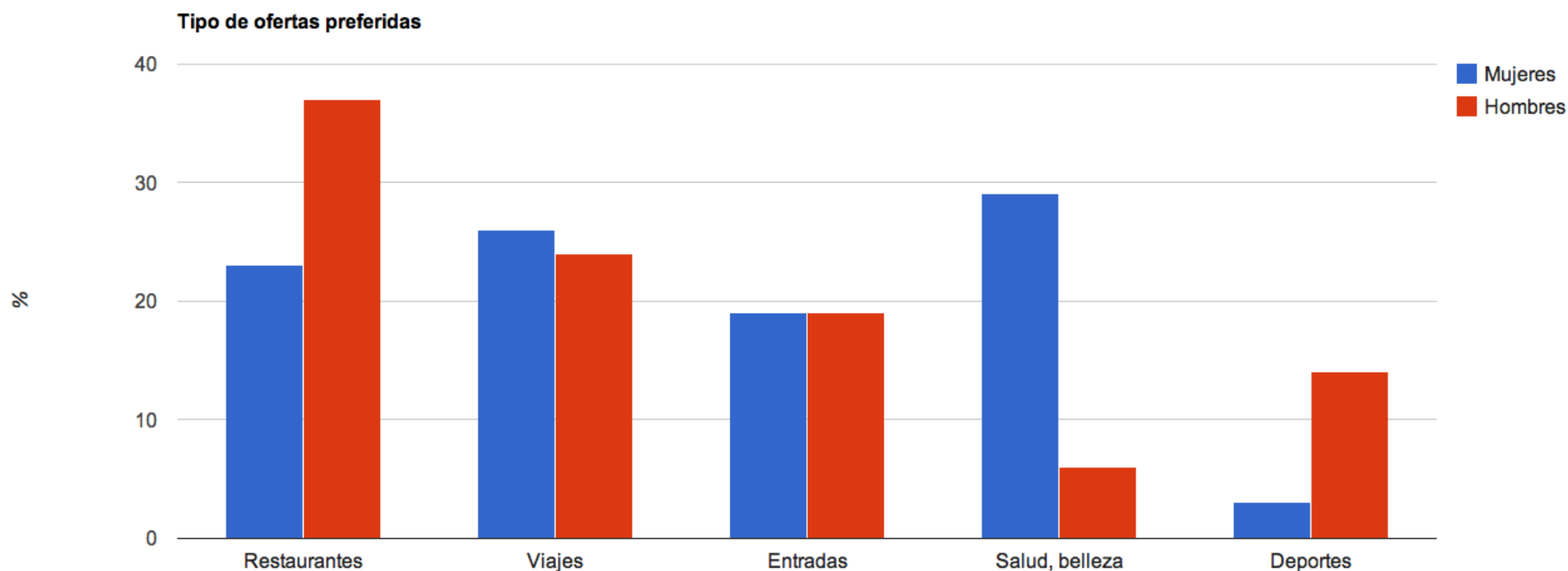
# ¿quién está comprando? nivel de estudios

Nivel de estudios



el 65% de los compradores tiene estudios superiores o postgrado

# tipo de ofertas preferidas

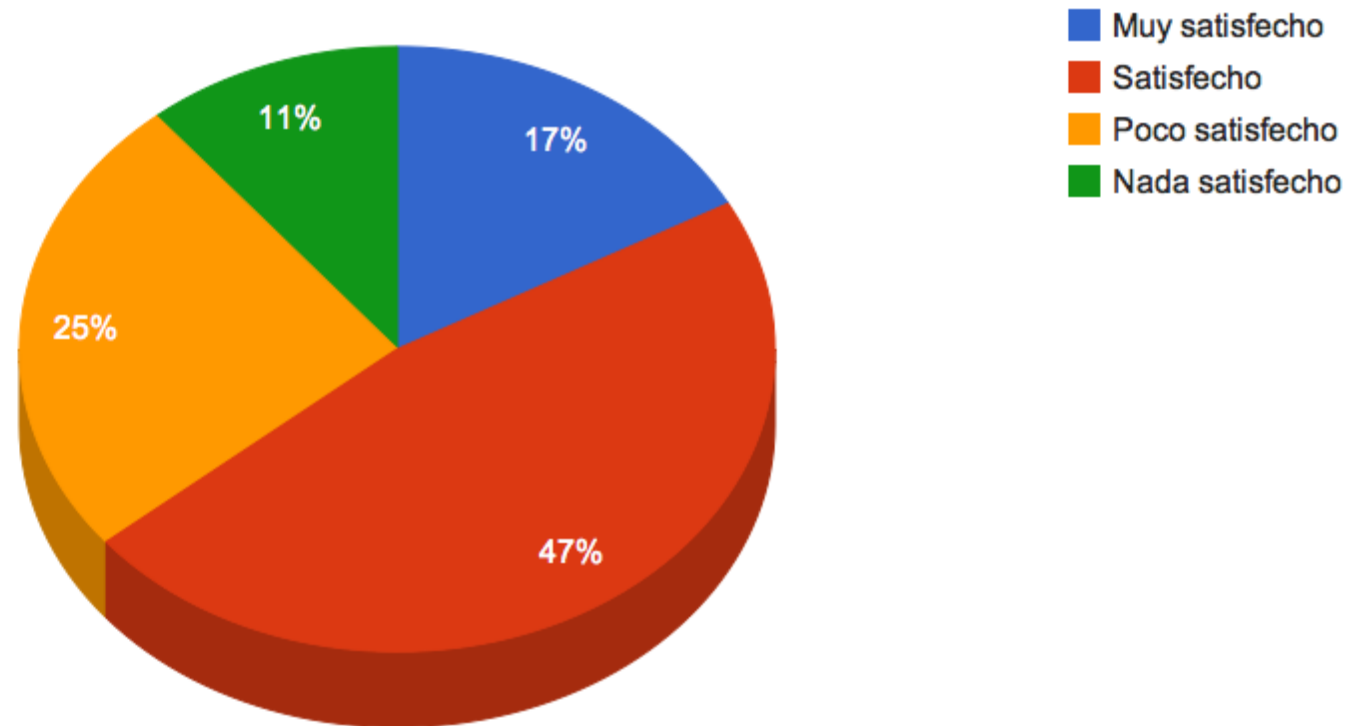


las ofertas preferidas por las mujeres son las de salud y belleza (29%)

los hombres se decantan claramente por las de restaurantes (37%)

# satisfacción con el servicio del negocio

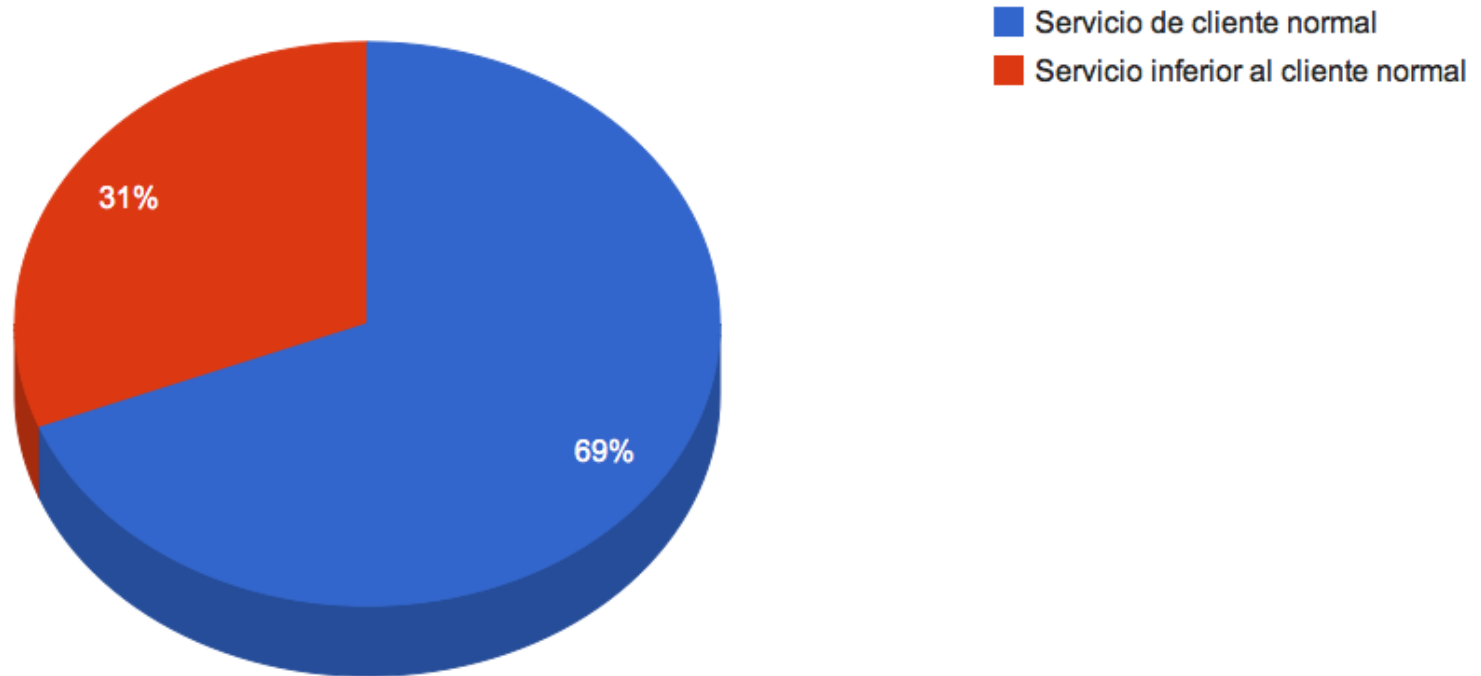
Satisfacción con el servicio del negocio



el 64% de los compradores está satisfecho con el servicio  
el 36% declara estar poco satisfecho o nada satisfecho

# calidad del servicio del negocio

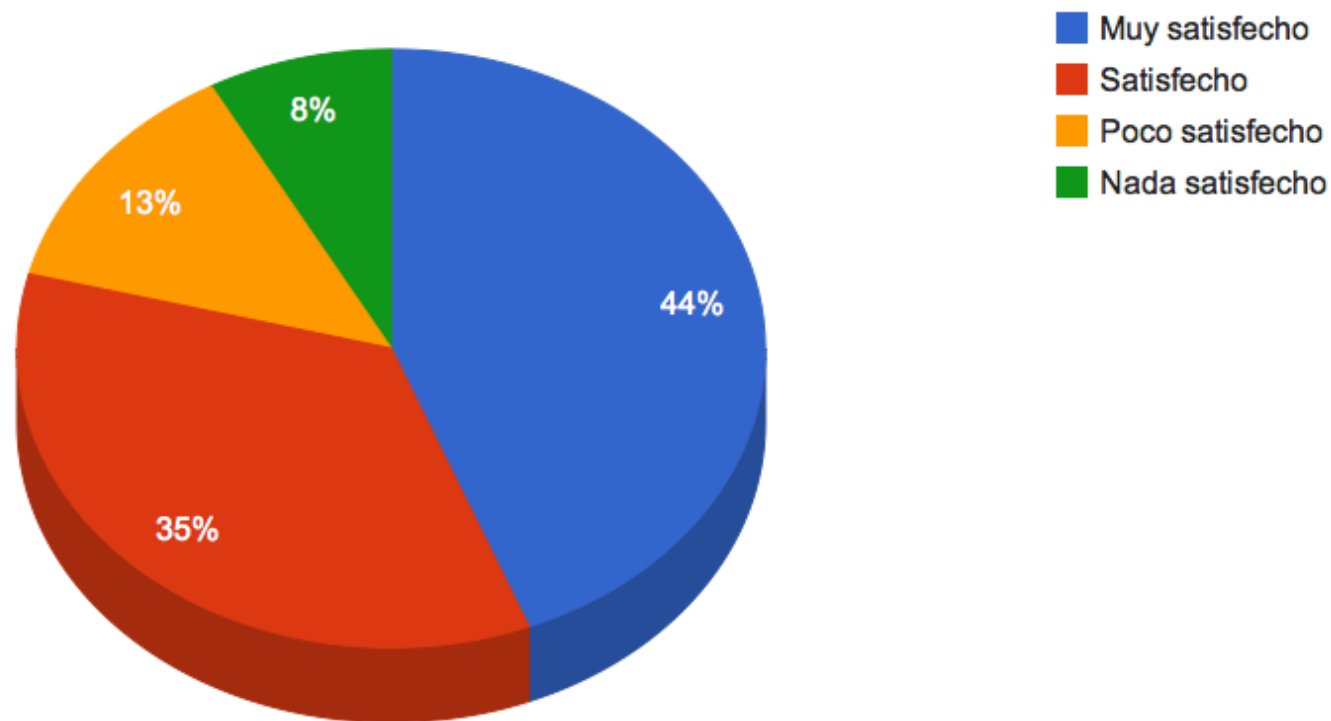
Calidad servicio del negocio



el 69% recibió un servicio de la misma calidad que un cliente normal  
el 31% recibió un servicio de calidad inferior a un cliente normal

# satisfacción con el servicio del site

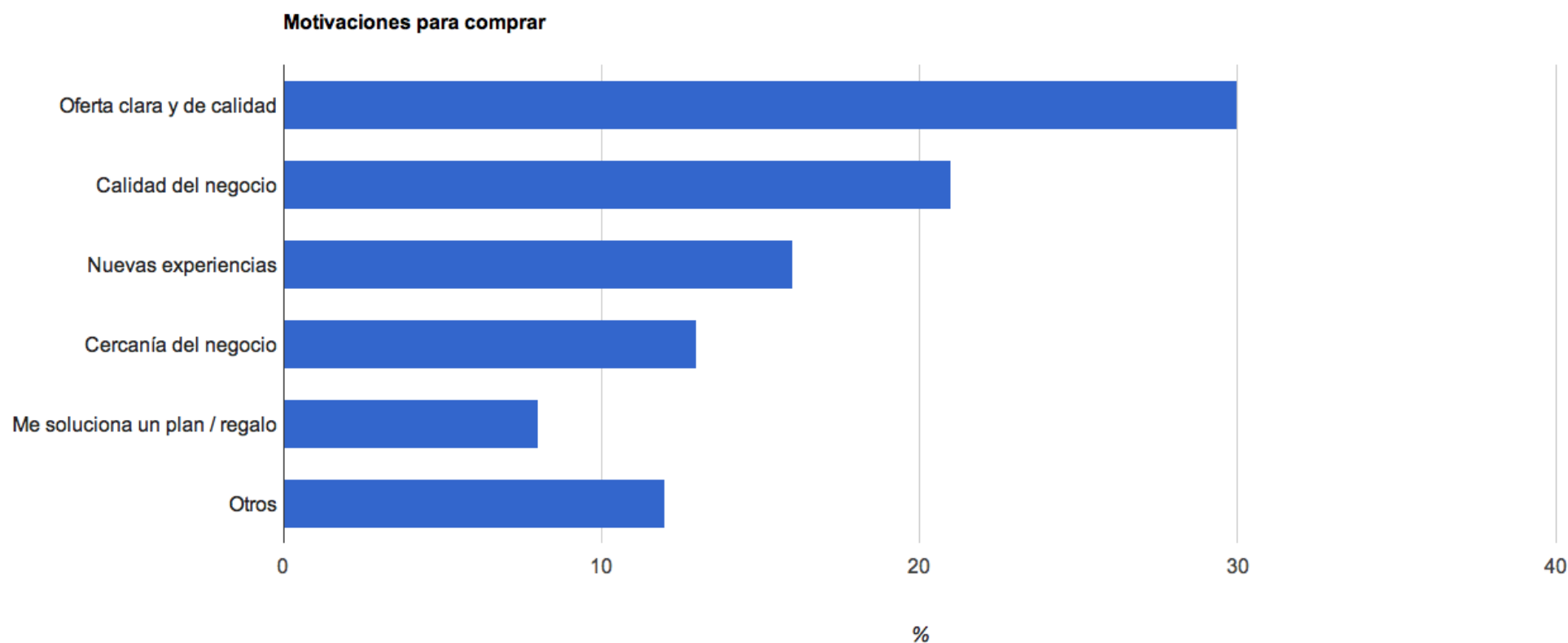
**Satisfacción con el servicio del site de compra colectiva**



el 79% de los compradores está satisfecho con el servicio del sitio de compra colectiva

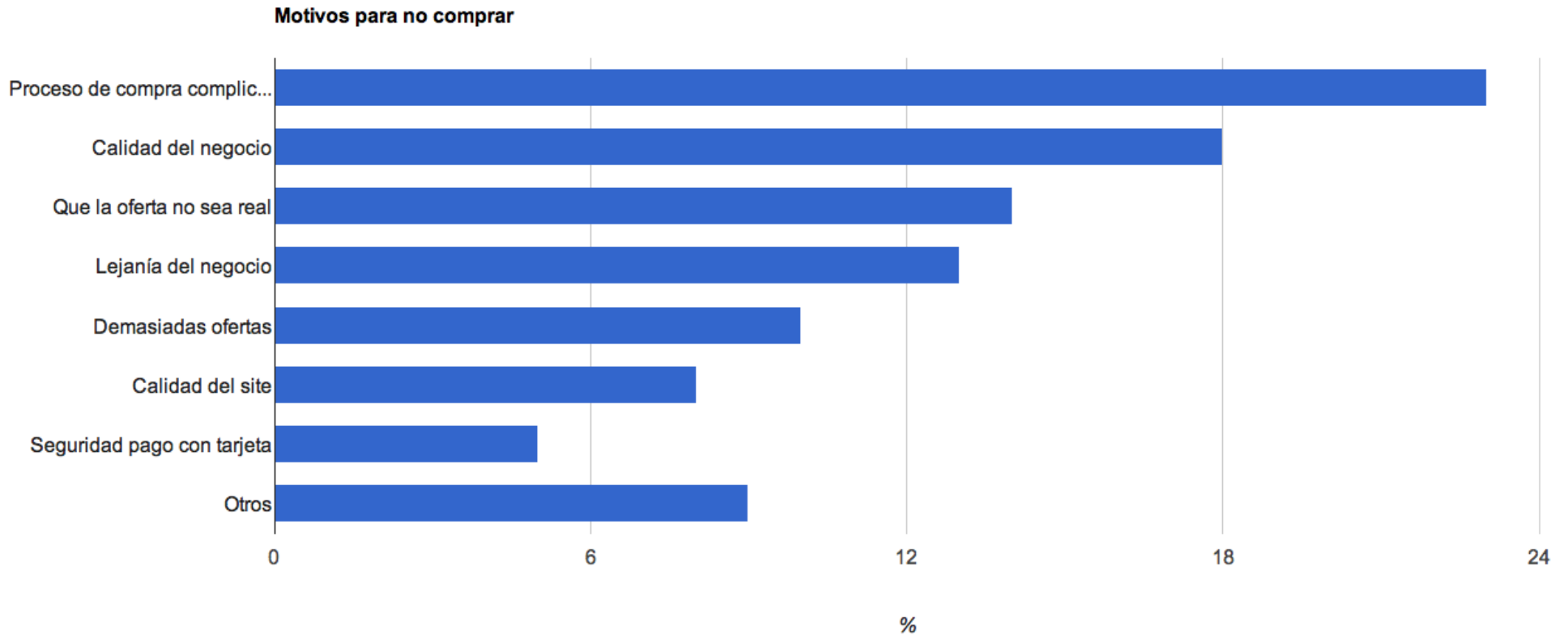
el 21% declara estar poco satisfecho o nada satisfecho

# motivaciones de compra



el principal motivo de compra es que la oferta sea clara y de calidad

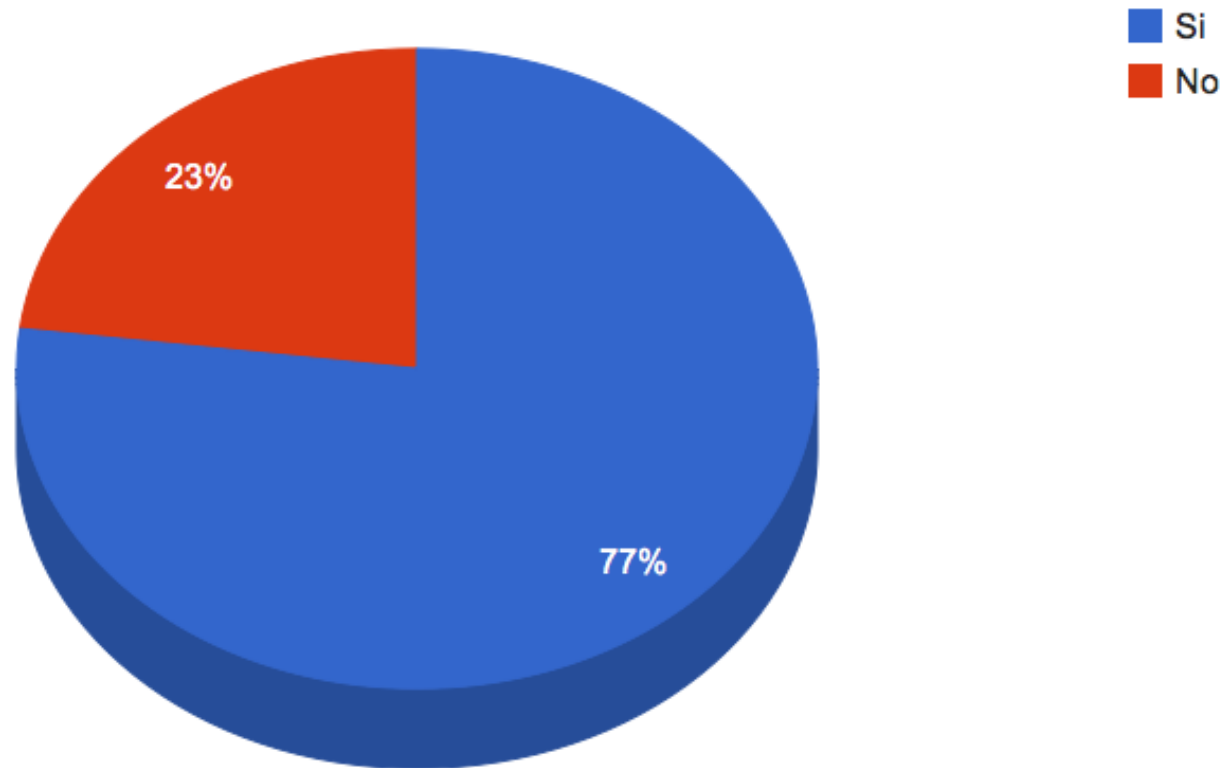
# motivos para no comprar



el principal motivo para no comprar es un proceso de compra complicado

# ¿volverás a comprar una oferta colectiva?

¿Vas a comprar más ofertas colectivas?



el 77% de los compradores volverá a comprar  
el 23% de los compradores no repetirá

# muestra de comentarios de compradores

*a veces es complicado comprar, te piden los datos y después te pierdes y tienes que buscar las ofertas que te interesan. hombre, madrid, 25-34 años*

*compré una oferta de masaje muy bien de precio, pero el sitio muy cutre, nunca volveré. mujer, barcelona, 25-34 años*

*demasiados ofertas de tratamientos de belleza, no creo en los milagros. mujer, valencia, 25-34*

*me enteré hace poco por una amiga y me encanta abrir el mail cada mañana. todo lo que sea ahorrar es bueno, que la cosa no está muy boyante. mujer, madrid, 35-44 años*

*llega un punto que no miro los correos, al principio me hacía gracia, pero llega un punto en que te saturas. mujer, madrid, 25-34 años*

*alguna oferta es engañosa, tienes que comer y beber para que te hagan el descuento en el postre. hombre, barcelona, 35-44 años*

*estoy totalmente enganchada...se supone que con estas ofertas debería ahorrar pero me dejo el sueldo! :). mujer, madrid, 25-34 años*

*que por favor no me manden más ofertas de depilación, ¿todavía no se han dado cuenta que soy un hombre?. hombre, madrid, 25-34 años*

*suelo comprar ofertas cuando veo que están cerca de mi casa, no me cuesta nada comprar y probar. mujer, barcelona, 35-44 años*

[contacta@yunait.com](mailto:contacta@yunait.com)

twitter: [@yunait](https://twitter.com/yunait)

[blog.yunait.com](http://blog.yunait.com)

---

The logo for 'yunait' is located in the bottom right corner. It features the word 'yunait' in a lowercase, sans-serif font. The letters 'y', 'u', 'n', and 'a' are red, while 'i', 't', and the final 'i' are yellow. The logo is positioned above a light gray horizontal bar that spans the width of the page.