

Un estudi sobre els usuaris de les xarxes socials identifica que els consumidors recorren a Facebook i a Twitter per a complementar les notícies, informació i ofertes que reben mitjançant les campanyes de e-màrqueting. La paraula 'mueble' ja es cerca a Google més de 4 milions de cops al mes (1,8 milions des d'Espanya).



Una de les principals conclusions de l'informe es que el 40 per cent dels consumidors amplien informació a les xarxes socials, la qual cosa no és d'estranyar ja que el terme Facebook es introduït als cercadors més de 2.000 milions de cops cada mes. L'estudi destaca que el 27% dels consumidors online son més propensos a comprar a marques després de seguir-les a Twitter, mentre que el 17% ho és després de fer-se seguidor de la marca a Facebook. Els interessos d'aquest grup no només estan limitats a les compres online ja que recorren a aquests canals per a tot tipus de compra.

Les empreses del sectors de la fusta i el moble han de prendre nota d'això i obrir les seves estratègies a d'altres canals de comunicació alternatius als tradicionals. Treballar en contacte amb el consumidor final fa augmentar la notorietat de la marca del fabricant, el que proporciona un avantatge competitiu davant d'altres empreses que no la potencien. Internet és una oportunitat per a les empreses que volen augmentar la seva visibilitat al mercat, ja que els usuaris demanden informació sobre els productes de cerca, com els mobles. La prova és que el terme “mueble” és introduït als cercadors més de 4 milions de cops arreu del món, dels quals 1,8 milions corresponen a cerques realitzades a Espanya.

L'estudi ha estat realitzat per ExactTarget per a Proclientia, companyia especialitzada en serveis de CRM. L'abast de la investigació ha estat els Estats Units i Europa a una mostra de 1.500 usuaris.

A CENFIM ja estem treballant amb empreses catalanes del sector de la fusta i el moble per a integrar la seva estratègia de màrqueting a Internet i a les xarxes socials.