



Experiencia de compra de la Generación Z

Las personas de la generación Z son nativos digitales que nacieron entre mediados de los 90 y la década de los 2000 y nunca vivieron sin internet. Desde temprana edad, la generación Z estuvo expuesta a la tecnología, las redes sociales y los dispositivos móviles



Esta generación hipercognitiva cruza los datos de las diferentes fuentes de información con gran dominio y se siente muy segura con todo el entorno de las experiencias virtuales.

Al tener en cuenta estos nuevos consumidores y sus modos de comprar y pagar, los comercios deben repensar cómo ofrecer experiencias de compra omnicanal sin fricción y fuera de la estructura minorista tradicional, además de nuevas experiencias de compra y productos digitales. ¿Estás preparado para satisfacer a esta generación digital nativa?

6 características de la generación Z que son importantes para los comercios



1 Pagos digitales

A esta generación le apasiona la diversidad, los videojuegos y la mentalidad global; por ello, para crear experiencias de compra exitosas con recursos 100 % digitales, será necesario comprender por completo a este nuevo tipo de comprador digital. **La etapa del pago es más crucial que nunca.**

2 Expansión de los puntos de contacto

La generación Z utiliza diversas redes sociales para crear conexiones, consumir multimedia, jugar videojuegos y compartir contenido. Como resultado de la expansión de los puntos de contacto, las compras hoy son una extensión natural de la rutina diaria, incluso durante los videojuegos. Esta generación espera poder comprar y recibir artículos cuando quiere. **La experiencia omnicanal ideal es la que le permite al consumidor comenzar en un canal y finalizar en otro.**



6 La innovación es importante

La generación Z busca experiencias de pago innovadoras. Espera que las empresas sigan evolucionando en cuanto a opciones de pago, pues para esta generación es normal usar sus dispositivos, billeteras digitales y wearables para pagar. La tokenización de redes sirvió para que los comercios ofrezcan buenas experiencias de pago, aumenten sus índices de autorización, **reduzcan el fraude** y ofrezcan una mejor experiencia para el cliente.

3 Nuevas experiencias de compra digitales

El metaverso también está creando nuevas oportunidades para atraer a esta generación. Las empresas deben innovar los atributos digitales de sus productos, **experimentando con nuevos productos exclusivamente digitales para ingresar a nuevos segmentos y acercarse a sus clientes.**

4 ¡Que sea móvil!

Esta es una generación que, como siempre ha estado en contacto con la tecnología, espera poder comprar online y hacerlo mediante sus dispositivos móviles. **Recuerda que es la generación más digitalizada y que rara vez compra usando efectivo.** Según un estudio, de cada 10 personas de la generación Z, más de 6 dijeron que los dispositivos móviles son el método más popular para realizar compras digitales.¹

5 Comprar desde donde sea

Esta generación quiere comprar y recibir los productos donde quiera, ya que las compras ahora son una extensión natural de sus rutinas diarias. A diferencia de otras generaciones, esta generación no planifica sus compras. Los aplicativos y servicios on-demand son la opción preferida. Por ejemplo, como el espacio de videojuegos es importante para esta generación, las marcas comenzaron a introducirse en este espacio con oportunidades de compra.

FUENTE:
¹How Gen Z is embracing digital payments.
<https://www.emarketer.com/content/how-gen-z-embracing-digital-payments>



Visa está aquí para ayudarte

Comunícate con tu ejecutivo de cuenta Visa para saber cómo podemos ayudarte a comprender el comportamiento del consumidor e identificar oportunidades para maximizar tus carteras con nuestros servicios de Consultoría y Marketing (análisis, servicios gestionados, ciclo de vida del crédito, hojas de ruta digitales, etc.) y nuestros servicios de Innovación y Diseño (co-crear/co-diseñar nuevas experiencias de pago y comercio de consumidores).

Acerca de Visa.

Visa (NYSE: V) es líder mundial en pagos digitales, facilitando más de 215.000 millones de transacciones de pago entre consumidores, comercios, instituciones financieras y entidades gubernamentales en más de 200 países y territorios cada año. Nuestra misión es conectar al mundo con la red de pagos más innovadora, conveniente, confiable y segura, para ayudar a que individuos, comercios y economías puedan prosperar. Creemos que las economías inclusivas impulsan a todos, en todas partes y vemos el acceso como fundamental para el futuro del movimiento de dinero. Obtenga más información en Visa.com. La información, las recomendaciones o "mejores prácticas" contenidas en el presente (la "Información") se presentan "COMO ESTÁN" y su único fin es el de informar. De ningún modo debe considerarse la información como consejos sobre operativa, comercialización, aspectos legales, técnicos, impositivos o financieros o de cualquier otra índole. Visa deslinda responsabilidad por el uso que se haga de la información contenida en la presente, (incluidos errores, omisiones, inexactitudes o falta de vigencia) o cualquier presunción o conclusión a la que se pueda llegar en virtud de la misma. Visa se abstiene de ofrecer garantías, expresas o implícitas, y expresamente deslinda responsabilidad por las siguientes garantías: de comercialización o de aptitud para un fin determinado, de que no se infrinjan derechos intelectuales de terceros, de que la información satisfará los requisitos de un cliente, de que la información esté actualizada y libre de errores. Siempre que las disposiciones legales aplicables así lo permitan, Visa estará exenta de responsabilidad respecto de cualquier cliente o tercero en relación con daños y perjuicios que surjan o puedan surgir de cualquier teoría de derecho, incluidos, sin limitación, aquellos especiales, indirectos, emergentes o punitivos. Asimismo, estará exenta de daños y perjuicios por lucro cesante, interrupción de actividades, pérdida de información comercial o cualquier otra pérdida económica, aun cuando se hubiere alertado sobre tales daños.

