

Crece la influencia de amigos y conocidos en las decisiones de compra de los consumidores

Para la plataforma Multinivel en España la influencia del boca a boca y la recomendación de amigos y conocidos será en los próximos años el factor determinante a la hora de realizar la mayoría de las compras. Según diferentes estudios la influencia de amigos y conocidos y su presencia en las redes sociales determina de forma decisiva cerca de un 25% de las compras que se realizan en la actualidad.

Las empresas de Multinivel o Marketing de redes son conscientes desde hace años de la fuerza del boca a boca a la hora de tomar una decisión de compra. Tanto es así que desde décadas vienen realizando la distribución de sus productos y servicios a través de la recomendación rechazando cualquier otro sistema de venta que no venga avalado por la recomendación por parte de sus consultores. Es una fórmula infalible que garantiza la calidad y garantía de algo que ha sido utilizado por alguien de nuestra confianza a quien le ha funcionado.

La influencia de nuestro entorno, no solo en diferentes decisiones de nuestra vida, sino en cualquier opción de compra hace que las experiencias de los conocidos comiencen a ser valoradas y tenidas en cuenta de forma prioritaria a la hora de decidir sobre una determinada marca. La experiencia, positiva o negativa, de un amigo o familiar determinan cerca del 25% de las decisiones de compra varios estudios realizados recientemente en diferentes países de todo el mundo.

Según un estudio del Instituto Independiente de Investigación de mercados IPSOS, presente en más de 70 países, un 18% de los consumidores norteamericanos han comprado un determinado producto influidos por el consejo de un amigo o familiar o por sus opiniones en diferentes redes sociales. Este comportamiento de compra se multiplica por tres en el caso de China con un 54%, por más de dos en el caso de la India y Turquía con un 44 y 39% respectivamente. La media de los consumidores de los 24 países analizados se sitúa en un 22%.

Para Multinivel en España este fenómeno a la hora de determinar la compra no puede sorprender a nadie. El gigantesco crecimiento producido en las diferentes redes sociales en los últimos cinco años, es una muestra inequívoca de la importancia de las opiniones de los demás en nuestra vida diaria. Pero mientras que las empresas de Multinivel o Marketing de redes lo han tenido muy claro desde hace años y ahora están viendo como crece el poder del boca a boca a la hora de realizar una compra, son las empresas convencionales las que intentan a marchas forzadas incluir su presencia en las redes sociales de forma complementaria a su publicidad tradicional que cada vez va perdiendo más su influencia.

Datos de contacto:
Alday Comunicación
630039992

Nota de prensa publicada en: [28015](#)

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>