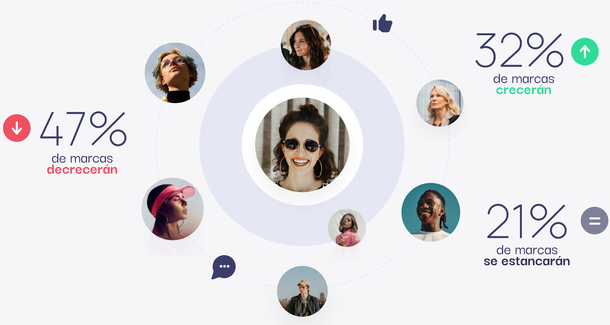
ISPD | REBOLD | Budget Place | ANTEVENIO | dive

Smart Growth
for today and *tomorrow*

# ¿Qué marcas nos enamorarán en 2025?

Elegir una marca hoy es como hacer match en una app de citas. En ISPD analizamos 700 marcas en España y proyectamos cuáles aumentarán su consideración en 2025. ¿Listo para descubrir las más deseadas?

## Solo 1 de cada 3 marcas
lograrán enamorar a más consumidores en 2025




## Categorías y marcas que más nos enamoran

### Moda, belleza y cuidado personal
Nos ayudan a expresar nuestra identidad y sentirnos más atractivos para esa cita especial.

ZARA · PRIMOR · ISDIN

### Internet y Redes sociales
No podemos vivir sin Google o sin las RR.SS. que nos permiten estar siempre en contacto con nuestros seres queridos.

Instagram · Google

### Telecomunicaciones y Energía
Las "infidelidades" estarán a la orden del día, considerarán otras opciones en los servicios del día a día.

Iberdrola · O2 · movistar

## Estados en función del nivel de enamoramiento con las marcas
Forecast 2025




### Las marcas Flechazo representan el 19% y nos conquistan con nuevos modelos de relación.
Aqui desatanca marcas que han adoptado modelos "Feel to Shop" disrumpiendo sus categorias como Revolut, Uber o Cabify y las que siguen modelos "Shop to Feel" como Miravia o Shein que generan dopamina digital en cada interacción.

### Un 28% de las marcas están en riesgo de olvido.
Algunas marcas que en antaño fueron populares, están perdiendo posiciones en la mente del consumidor, mostrando la importancia de seguir creciendo en consideración para ser relevante en el futuro.

Las **marcas más queridas** tienen más facilidad para convertir y avanzar de la etapa de enamoramiento a una relación más sólida. Cuanto mayor sea el apego, mayores serán las posibilidades de **dar el siguiente paso.**

## Porcentaje de Match (conversión a intención de compra) de los diferentes estados del amor

### Flechazos o que nos re-enamoran
Likes · Crecimiento de likes

Aunque tienen una base de "fans" mas reducida, su creciente atractivo mejora su posibilidad de conseguir su media naranja, si consigue ganarse su "confianza".

18% Match

### Amadas y que seguirán enamorándonos
Likes · Crecimiento de likes

Consiguen duplicar la capacidad de convertir y hacer match. Demuestran que para seguir siendo líderes hay que seguir re-enamorando a los consumidores.

30% Match

### En riesgo de olvido
Likes · Crecimiento de likes

Tienen mayores dificultades de convertir y hacer match, dada su baja y decreciente base de seguidores que las considera.

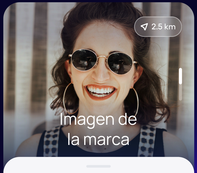
15% Match

### Queridas pero perdiendo atractivo
Likes · Crecimiento de likes

Cierto que muchas de estas marcas son clásicas y las queremos de toda la vida, su propuesta ha perdido atractivo y eso hace que su conversión sea sólida pero decreciente. Para convertir y hacer match, necesitan re-inventarse y reavivar su atractivo.

22% Match

## ¿Que hace que consideremos y nos enamoremos más?



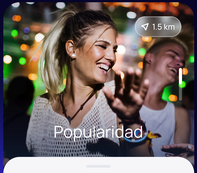

Co-relación **Alta**

La imagen que las marcas muestra ante los consumidores ayuda a que ellos se enamoren.




Co-relación **Muy-alta**

Es el valor y lo contento que estés con esa relación.




Co-relación **Media-alta**

El hecho de que el consumidor ya tenga una referencia previa de la marca incentiva a que éste la considere.

Si quieres saber más sobre el crecimiento de las marcas y sus nuevas capacidades, descarga nuestro informe **"Smart Growth: Transformando la relación entre las marcas y las personas para impulsar su crecimiento"**

Descárgalo ahora