



2025EKO UZTAILA

Enfoka-Trends

Wiser Wallets: kontsumo estrategikoa

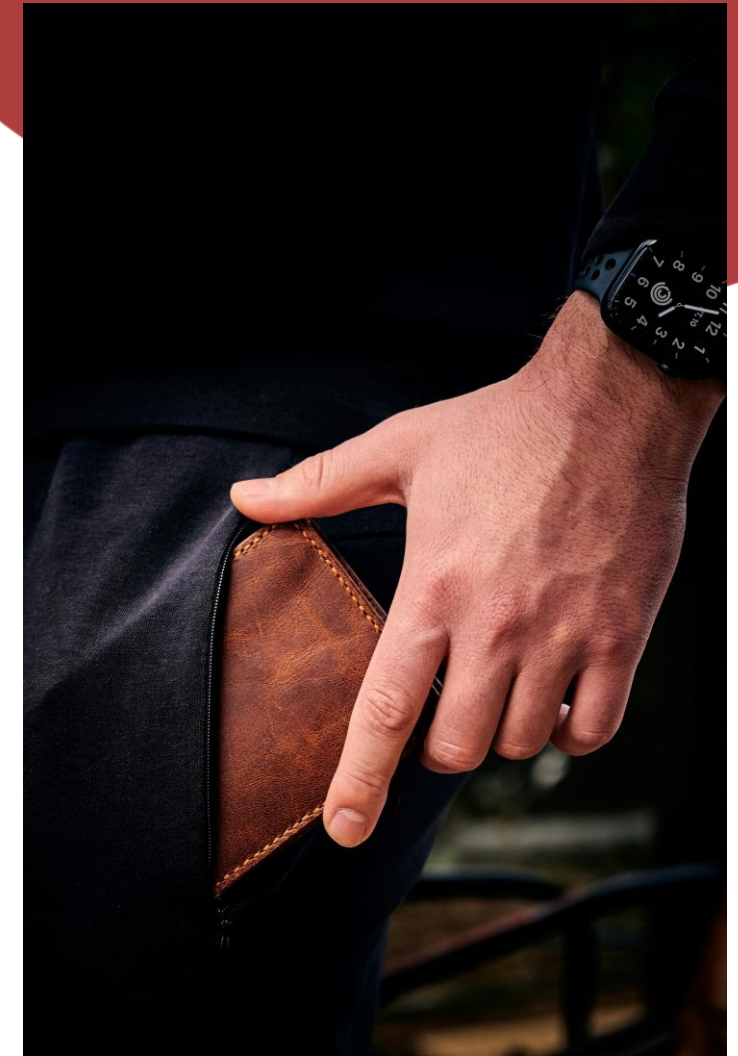
Wiser Wallets: kontsumo estrategikoa

Wiser wallet edo zorro jakintsuen joera azken urteotan bizi izan dugun ezegonkortasun ekonomiko eta sozialaren ondorioz sortu da. Ziurgabetasun ekonomiko luzeak sortu du kontsumo-jarraibide berri hori, eta, gaur egun ere, munduko inflazioa moderatu egin da.

Joera horren protagonistak kontsumitzaileak dira, eta beren gastuekin zuhurrago jokatzeko hasi dira, erosketen balioa lehentasunen arabera aztertuz, bai egungo premiei dagokienez, bai etorkizuneko eskaerei dagokienez.

Joera hori berria ez dela eta jendea beti zuhurtziaz gastatzen saiatu dela dirudien arren, bizi dituen egoerak direla eta, eta mundua zeharkatzen jarraituko duela, zuhurtziaz gastatzen saiatzen diren kontsumitzaileen kopurua handitzen ari da herrialde guztietan.

Kontsumo-profil hori osatzen duten pertsonen % 44k adierazi dute finantzarioki seguru sentitzen zirela 2024an; hala ere, % 48k adierazi dute azkenean aurreztu dutena baino gehiago aurreztu izana espero zutela, eta % 72k adierazi dute kezkatuta daudela egunero erabiltzen diren artikuluen kostua handitu delako. Hala ere, bitxia bada ere, % 50ek diote denbora aurrezteko dirua gastatzeko prest daudela.



[Dmitrii Tarnovski](#) argazkia [Unsplash-en](#)

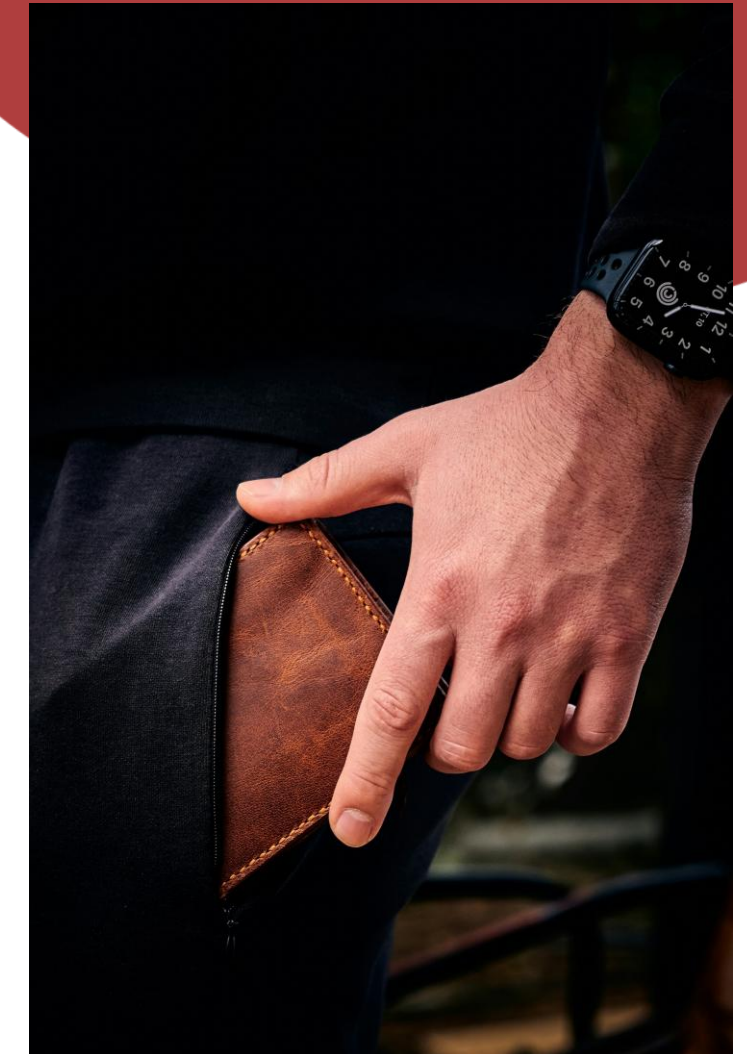
Wiser Wallets: kontsumo estrategikoa

Gaur egungo kontsumitzaileak gehiago jabetzen dira beren gastuez. "Wiser Wallets" joerak erakusten du erosketetarako joera aldatu egin dela balioan oinarrituta, non pertsonak lehentasuna ematen dieten premiari, iraunkortasunari eta epe luzeko onurei, erosketa oldarkorren aurretik. McKinseyren arabera, kontsumitzaileen % 74k erosteko ohiturak aldatu dituzte gero eta handiagoa den presio ekonomikoaren ondorioz, eta arreta handiagoa jarri dute eskuragarritasunean eta balioan.

Kontsumitzen dutenean, egungo zein etorkizuneko lehentasunak hartzen dituzte kontuan: nola asetzen du produktu edo zerbitzu horrek berehalako beharra eta, aldi berean, epe luzerako onurak eskaintzen ditu? Horrek esan nahi du aukera errentagarriak ez direla beti aukeratutako aukerak.

Har ditzagun adibide gisa edertasun eta zaintza pertsonaleko produktuak, non premium produktuen txikizkako salmenten hazkundeak kontsumo masiboko alternatibena gaituzten duen. Kontsumitzaileak nahiago du zerbait gehiago ordaindu, produktuak etorkizunean formatu merkeagoak baino emaitza hobeak ziurtatzen badizkio.

Kontsumitzaileek balio integralean jartzen dute arreta, eta espero dute markek epe luzerako inpaktuarekin pizgarri esanguratsuak eskaintzea, baina balio erantsi sinesgarria erakusten duten markek soilik izango dute joera horren onura.



[Dmitrii Tarnovski](#) argazkia [Unsplash-en](#)

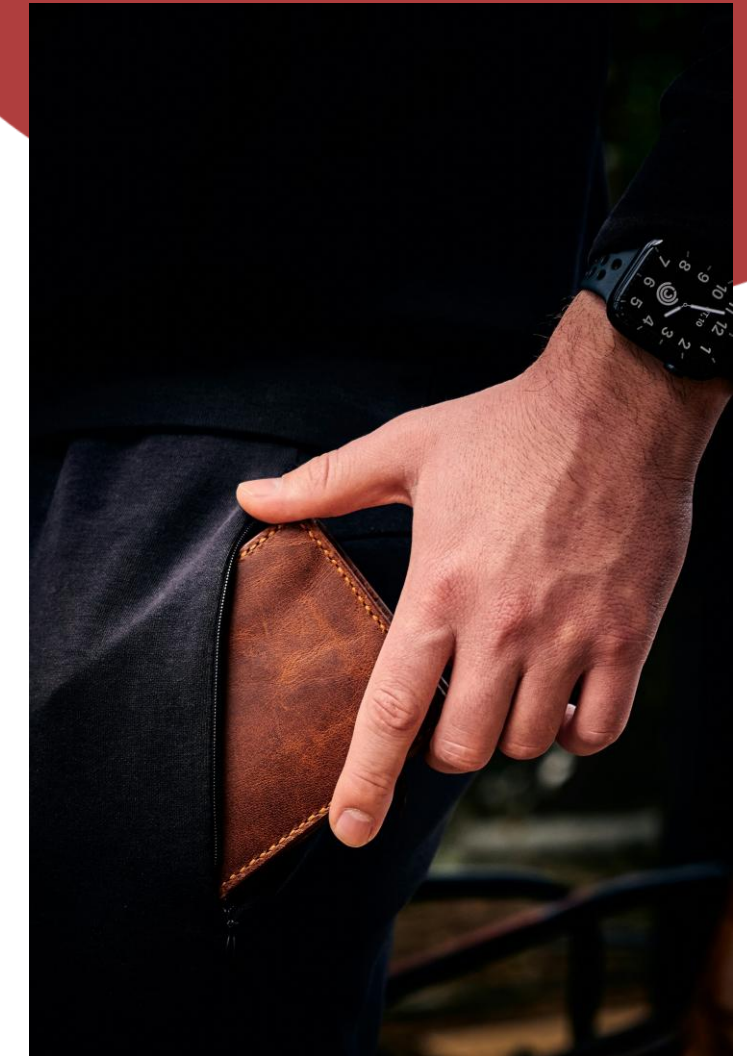
Wiser Wallets: kontsumo estrategikoa

Joera horrek erronkak eta aukerak dakarzkie enpresa txikiei. Kontsumitzaileak beharrezkoak ez diren gastuak murrizten ari badira ere, onura argiak eskaintzen dituzten produktu eta zerbitzuetan inbertitzeko prest daude. Kalitatea eta gardentasuna lehenesten dituzten eta beren produktuek emandako balioa froga dezaketen enpresa txikiak izango dira aurrera egingo dutenak.

Bestalde, erosleek gero eta ikerketa sakonagoa egiten dute produktuak erosi aurretik, eta gardentasun handiagoa eskatzen dute prezioetan, horniduran eta kalitatean. Nazioarteko Euromonitorren txostenaren arabera, kontsumitzaileen % 57k 2024an kontsumitu zituen produktuak eta zerbitzuak zehatz-mehatz ikertu zituen.

Erosketa inpultsiboen beherakadak, Euromonitor Internacional inkestatutako pertsonen % 18k baino ez zuten adierazi erosketa oldarkorrak egin zituztela maiz 2024an, esan nahi du enpresek beren marketin-estrategiak aldatu behar dituztela epe luzeko balioan zentratzeko, epe laburreko erakargarritasunean baino.

Halaber, "Erosi orain, ordaindu gero" (BNPL) bezalako ordainketa-aukera malguak gero eta garrantzitsuagoak dira, kontsumitzaileek aurrekontuak eraginkortasunez administratzeko moduak bilatzen dituzten heinean.



Dmitrii Tarnovski argazkia **Unsplash-en**

Wiser Wallets: kontsumo estrategikoa

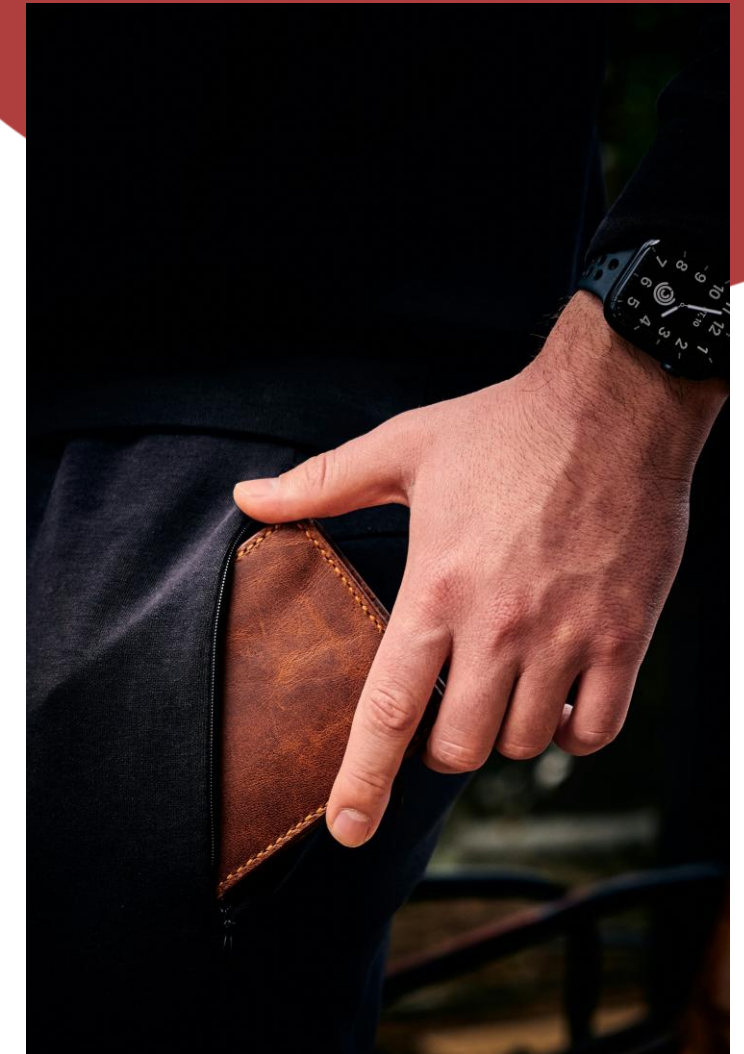
Enpresa txikiek onura atera dezakete balioetan oinarritutako marketinean zentratzen direnean, beren produktuak inbertsio adimendun gisa kokatzen dituztenean gastuen orde, beren xede-publikoari argi uzten diotenean beren produktua aukera adimenduna dela, balio-ekarpena non dagoen azpimarratuz.

Bezeroak produktuei eta zerbitzuei buruz ikertzen hasi direla dirudienez, erosketa-ibilbidean zehar, enpresek hezkuntza-edukiak balia ditzakete, hala nola blogak, bideoak eta gidak, bezero horiek bilatzen duten informazioa emateko eta, horrela, eskaintzen duten balioa komunikatzeko kanal gehiago izateko.

Enpresek beren bezeroekin eta audientzia objektiboarekin ere elkarreragin dezakete foroetan, komunikazioan erabil ditzaketen kanal gehiago gehitzeko, eta bilaketa-motorrak foro horiek beren emaitzen artean integratzen hasiak direnez, negozioaren ikusgarritasuna eta ezagutza ere areagotu dezakete.

Gainera, jasangarritasunari eta praktika etikoei lehentasuna emateak beren balioekin bat egiten duten markengatik gehiago ordaintzeko prest dauden kontsumitzaileak erakar ditzake.

Laguntza eskaintzen duten markak, dela finantza-laguntzaren bidez, dela erkidegoaren partaidetzaren bidez, dela enpatia-komunikazioaren bidez soilik, gogoratu eta balioetsiko dira. Ekintza horiek markaren ospea hobetzeaz gain, bezeroekiko epe luzeko harremanak ere sustatzen dituzte.

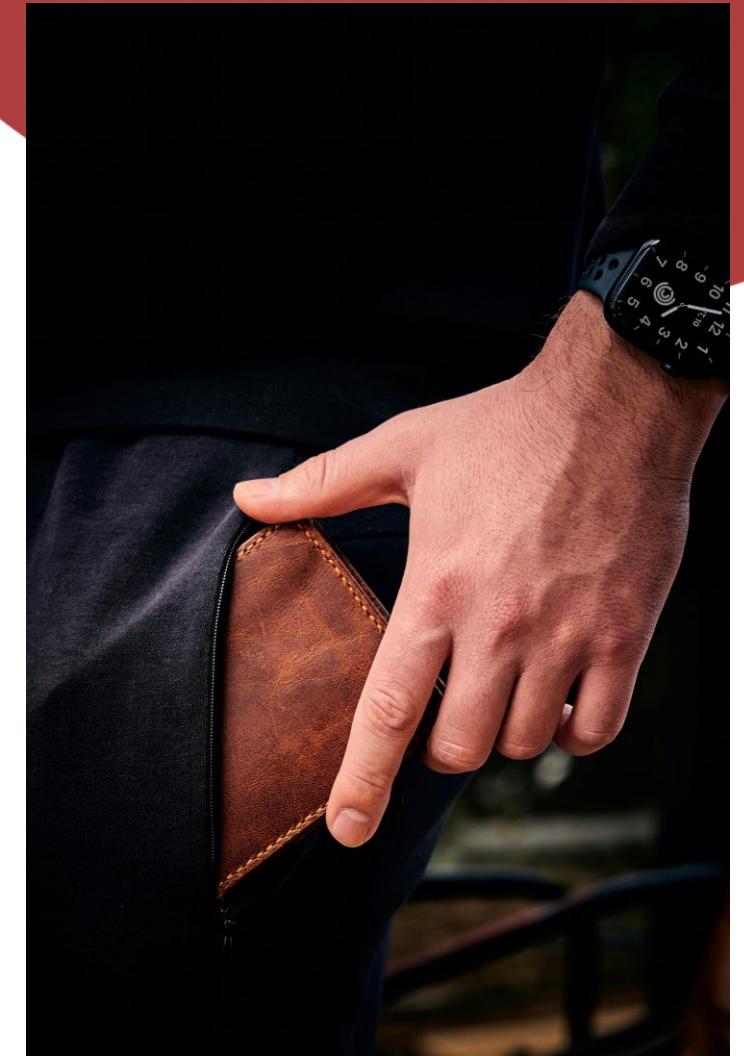


Dmitrii Tarnovski argazkia [Unsplash-en](#)

Wiser Wallets: kontsumo estrategikoa

"Diru-zorro adimendunen" ekonomiara egokitzeko, enpresa txikiek bezeroengan oinarritutako estrategia adimendunak inplementatu behar dituzte, ideia batzuk:

- Baliora bideratutako marketinean zentratzea:
 - Mezuetan iraunkortasuna, funtzionaltasuna eta epe luzerako aurrezpena erakustea.
 - Lekukotzak eta konparazioak erabiltzea kostuaren eta eraginkortasunaren arteko erlazioa nabarmentzeko.
 - Kokatu zure produktua "inbertsio adimentsu" gisa.
- Presentzia digitala eta proba soziala indartzea:
 - Webgunea eta produktuen deskribapenak SEOrako eta ahots bidezko bilaketarako optimizatzea.
 - Erabiltzaileek sortutako ezaupideak eta edukia nabarmentzea, konfiantza sortzeko.
 - Sare sozialetako parte-hartzean inbertitzea proof soziala frogatzeko (ideia bat zuzentzat jotzen duten pertsonen kopurua zenbat eta handiagoa izan, orduan eta zuzenagoa izango da ideia hori).
 - Denda fisiko bat izanez gero, arreta jarri Google My Businessen eta bezeroak animatu aipamenak uztera.
- Ordainketa-programa malguak eta fidelizaziokoak eskaintzea:
 - Integratu BNPL aukerak (Erosi orain, ordaindu gero) Klarna, Afterpay edo PayPal bidez.
 - Harpidetzetan oinarritutako deskontuak eskaintzea, epe luzerako harremanak sustatzeko eta bezeroaren bizi-balioa handitzeko (LTV).
 - Fideltasun-sarien sistema bat sortzea, behin eta berriz egiten diren erosketak sustatzeko.

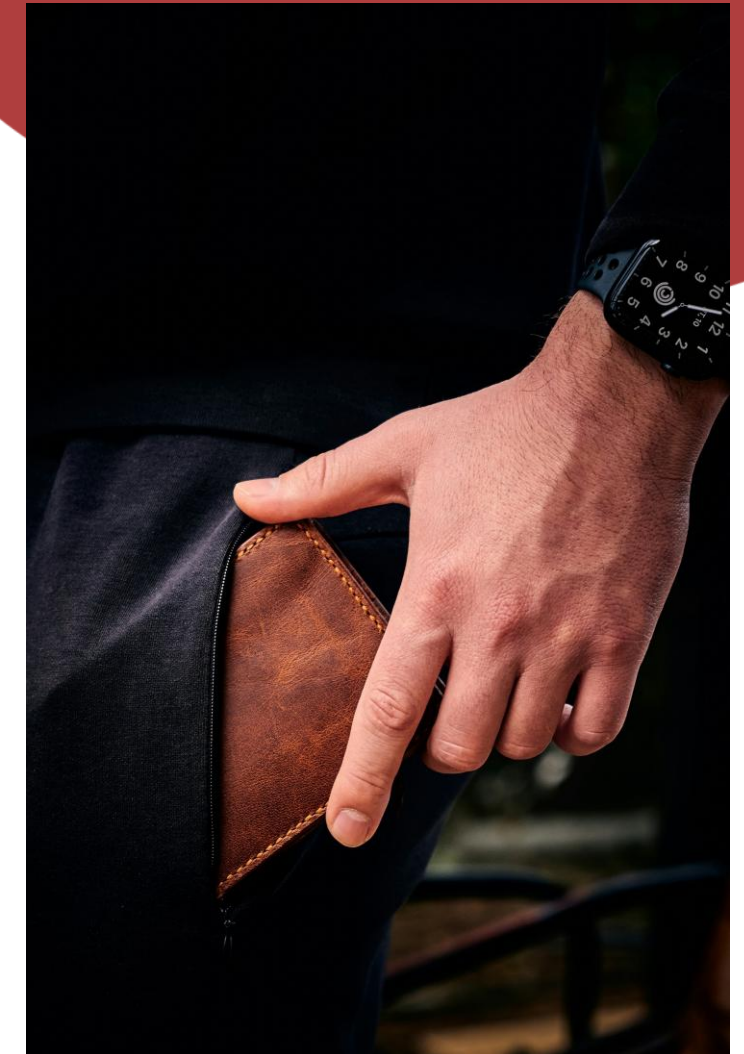


Dmitrii Tarnovski argazkia [Unsplash-en](#)

Wiser Wallets: kontsumo estrategikoa

- Hezkuntza-edukia eta lidergo intelektualaren lehenestea:
 - Gida praktikoak, produktuen konparazioak eta aholku ekonomikoak argitaratzea.
 - Bideo-marketina, web-mintegiak eta zuzeneko galderak eta erantzunak erabiltzea, ikus-entzuleekin elkarreragiteko.
 - Zure marka aholkulari fidagarri gisa kokatzea, eta ez saltzaile gisa bakarrik.
- Prezioei eta etikari dagokienez gardena izatea:
 - Produktuaren jatorria, kostuak eta kalitate-estandarrak argi eta garbi jakinaraztea.
 - Bere marka jasagarritasunarekin eta merkataritza-praktika etikoekin lerrokatzea.
 - Bezeroen kontsultei modu irekian eta benetakoan erantzutea.

"Wiser wallets" direlakoan joera geratzeko iritsi zen, eta egokitzen diren enpresa txikiek aurrera egingo dute. Bezeroen balioan, gardentasunean eta heziketan oinarritzen denez, kontsumitzaile estrategikoak bezero leial bihurtu ditzake.



Dmitrii Tarnovski argazkia [Unsplash-en](#)

Bibliografia

- **Aly Sherif (Medium, 2025)** *The "Wiser Wallets" Trend: How small businesses can adapt and thrive.* 2025eko uztailaren 28an hemendik berreskuratua <https://medium.com/@alysherif2/the-wiser-wallets-trend-how-small-businesses-can-adapt-and-thrive-e01665fd61cf>
- **New Zeland Marketing (2024)** *Marketing trend report: Wallet wise.* 2025eko uztailaren 28an hemendik berreskuratua <https://nzmarketingmag.co.nz/marketing-trend-report-wallet-wise/>
- **Andres Giraldo (Forbes, 2025)** *No todo es precio: el consumidor en entornos financieros desafiantes.* 2025eko uztailaren 28an hemendik berreskuratua <https://forbes.co/2025/03/26/red-forbes/no-todo-es-precio-el-consumidor-en-entornos-financieros-desafiantes>
- **Euromonitor International (2024)** *Wiser wallet consumers worry about cost and expect added value from purchases.* 2025eko uztailaren 28an hemendik berreskuratua <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/november-2024/wiser-wallet-consumers-worry-about-cost-and-expect-added-value-from-purchases-euromonitor-international>
- **Estera Sava (The paypers, 2024)** *Wiser wallets: strategic spends for better self-investments.* 2025eko uztailaren 28an hemendik berreskuratua <https://thepaypers.com/expert-opinion/wiser-wallets-strategic-spends-for-better-self-investments--1271831>
- **Silvia gamba Sanchez (Mundo Expo Pack, 2025)** *Cinco macrotendencias de consumo que se consolidan en 2025.* 2025eko uztailaren 28an hemendik berreskuratua <https://www.mundoexpopack.com/tendencias/comercio-electronico-empaque-directo-al-consumidor/article/22932761/tendencias-de-consumo-para-2025>