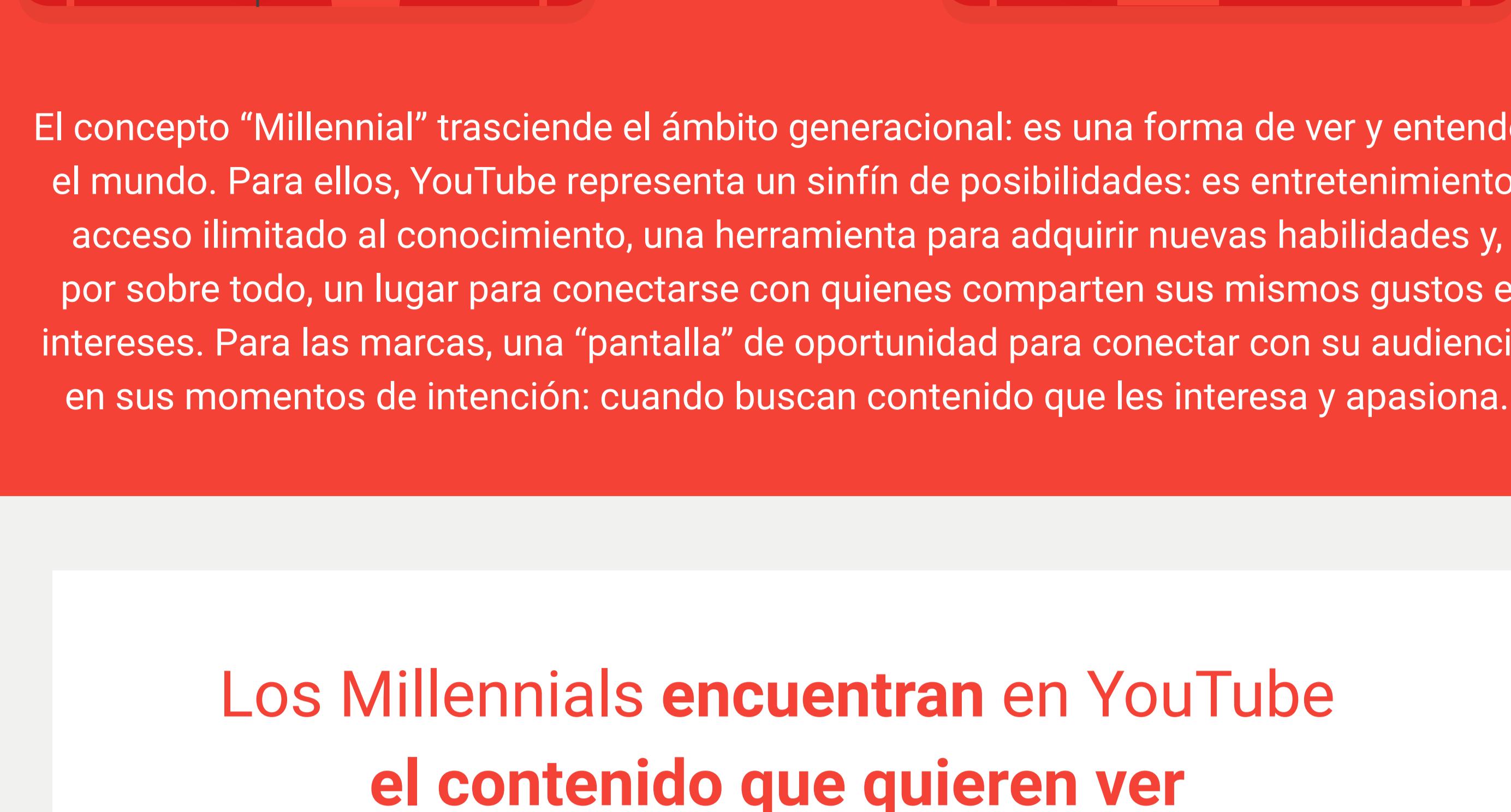


Perú: ¿Qué buscan los Millennials en YouTube?



El concepto "Millennial" trasciende el ámbito generacional: es una forma de ver y entender el mundo. Para ellos, YouTube representa un sinfín de posibilidades: es entretenimiento, acceso ilimitado al conocimiento, una herramienta para adquirir nuevas habilidades y, por sobre todo, un lugar para conectarse con quienes comparten sus mismos gustos e intereses. Para las marcas, una "pantalla" de oportunidad para conectar con su audiencia en sus momentos de intención: cuando buscan contenido que les interesa y apasiona.

Los Millennials encuentran en YouTube el contenido que quieren ver

Del total de internautas peruanos entre 15-34 años,

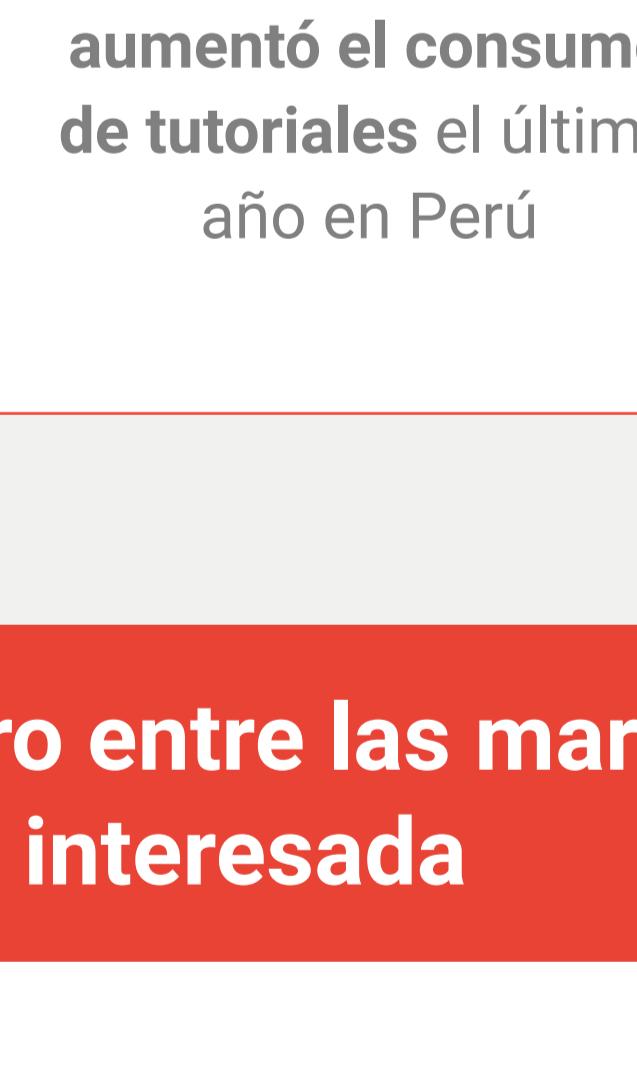
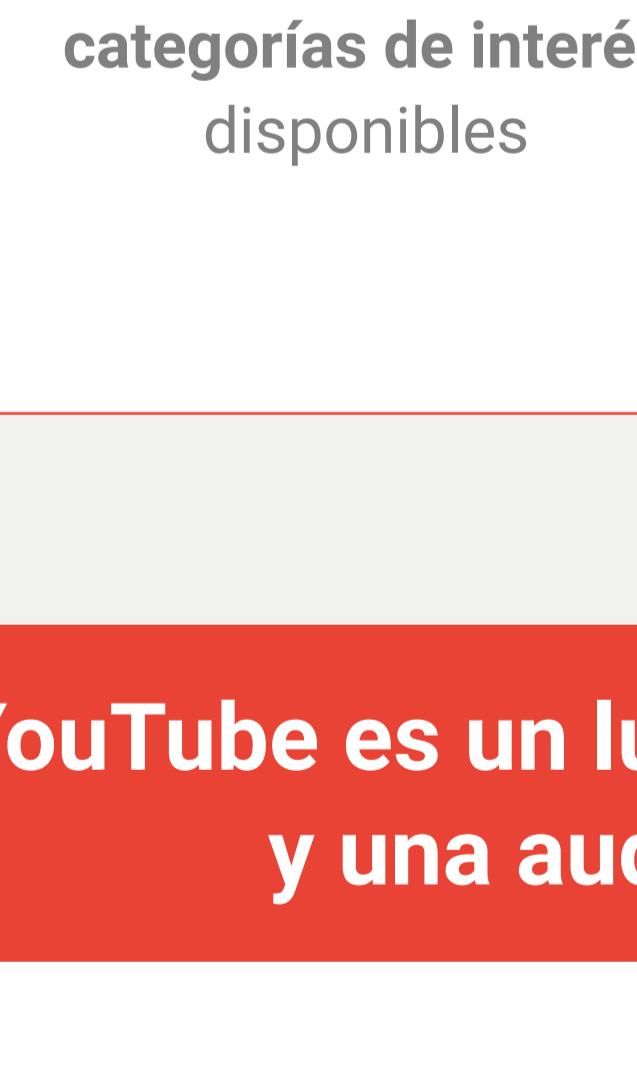
67%

está en YouTube.



El consumo de los Millennials en YouTube crece en forma exponencial

En comparación con el año pasado, los Millennials están viendo:



48%

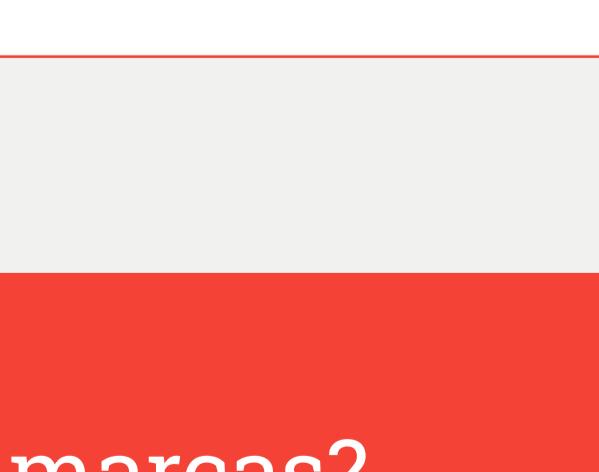
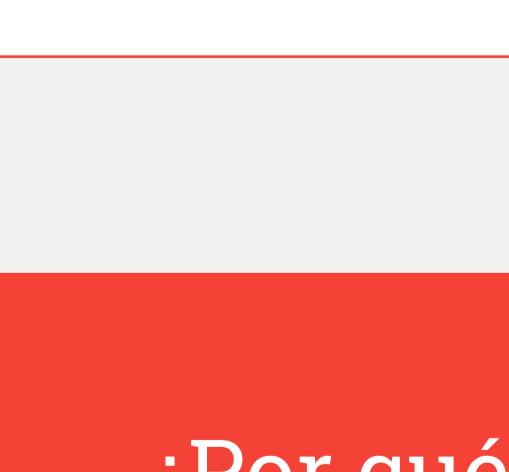
más contenidos en YouTube

116%

más videos en YouTube desde sus celulares

Los contenidos de interés de los Millennials están en YouTube

El video online ofrece respuestas para cada tipo de necesidad.



80%

entretenerte

46%

ver videos musicales

57%

aprender algo o con fines educativos

Para sus usuarios YouTube representa la universidad de la vida

YouTube constituye una verdadera "biblioteca audiovisual" al alcance de todos, con acceso ilimitado, siempre y en todo lugar.



+500

categorías de interés disponibles

115%

aumentó el consumo de tutoriales el último año en Perú

75%

de los Millennials en YouTube navega en la plataforma sin distraerse con otros dispositivos

63%

de los Millennials en YouTube ha conocido marcas y productos gracias a la publicidad en la plataforma

60%

de los Millennials en YouTube ha visitado el sitio web de un anunciante, luego de ver publicidad en la plataforma

YouTube es un lugar de encuentro entre las marcas y una audiencia valiosa e interesada

El video online representa una oportunidad única para conectar con los Millennials.

75%

de los Millennials en YouTube navega en la plataforma sin distraerse con otros dispositivos

63%

de los Millennials en YouTube ha conocido marcas y productos gracias a la publicidad en la plataforma

60%

de los Millennials en YouTube ha visitado el sitio web de un anunciante, luego de ver publicidad en la plataforma

¿Por qué es importante para las marcas?

En YouTube, los valores de los Millennials cobran vida: es una plataforma que los define y expresa. Pero no sólo eso: es también un **proveedor ilimitado de contenido** y un **asesor personalizado** al que pueden recurrir en todo momento y lugar. Para las marcas, la oportunidad nunca fue tan grande. Gracias a la pantalla de YouTube, hoy es posible conectar con los usuarios en su **contexto**, creando un impacto significativo en la audiencia en sus **micro-momentos clave**.

FUENTES:

Google/TNS. ¿Cómo ven YouTube los peruanos?, n=1623, Perú, agosto 2016.

Google. Datos Internos, Perú, junio 2015 - mayo 2016.

Comscore, Perú, septiembre 2016.