

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 sinnúmero 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.



Millennials en YouTube

52%

accede a la plataforma para buscar **información**

7 de cada 10

temas de su interés están 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

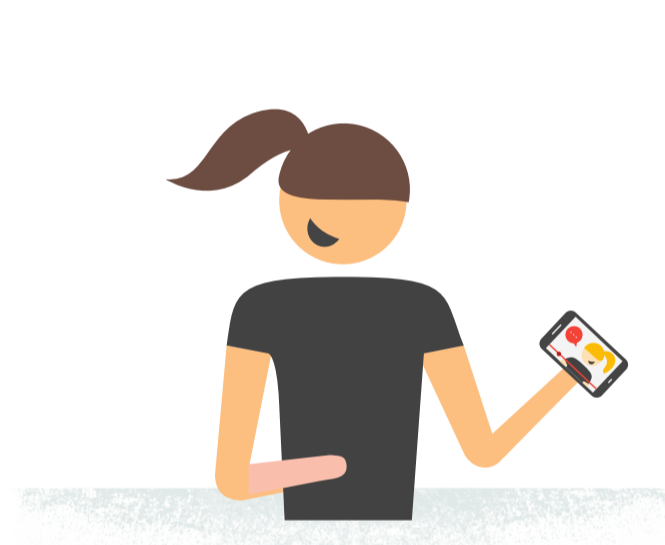


116%

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.



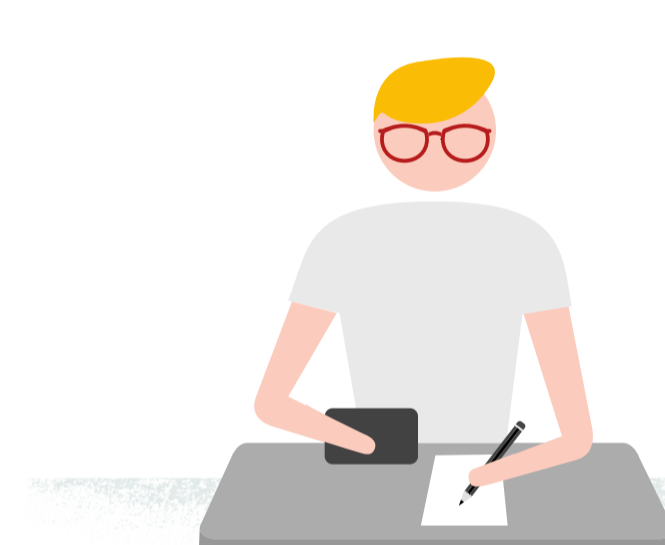
80%

entretenerse



46%

ver videos musicales

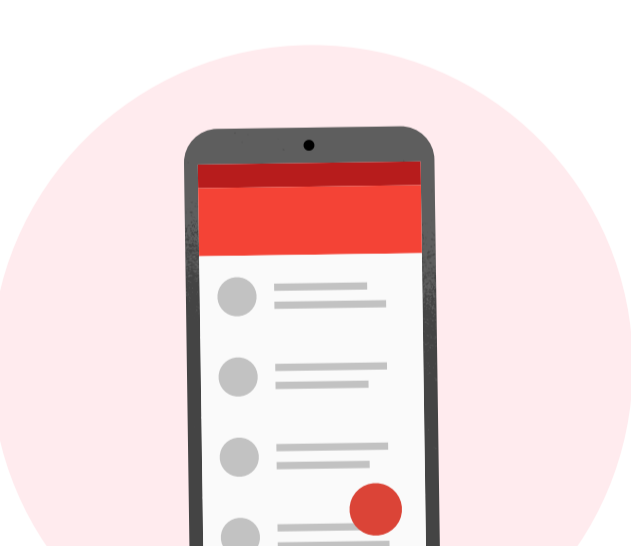


57%

aprender algo o con fines educativos

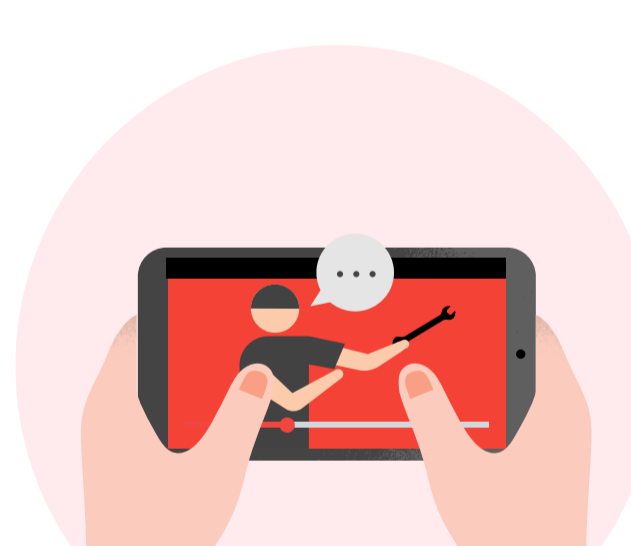
Para sus usuarios YouTube representa la universidad de la vida

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



+500

categorías de interés disponibles

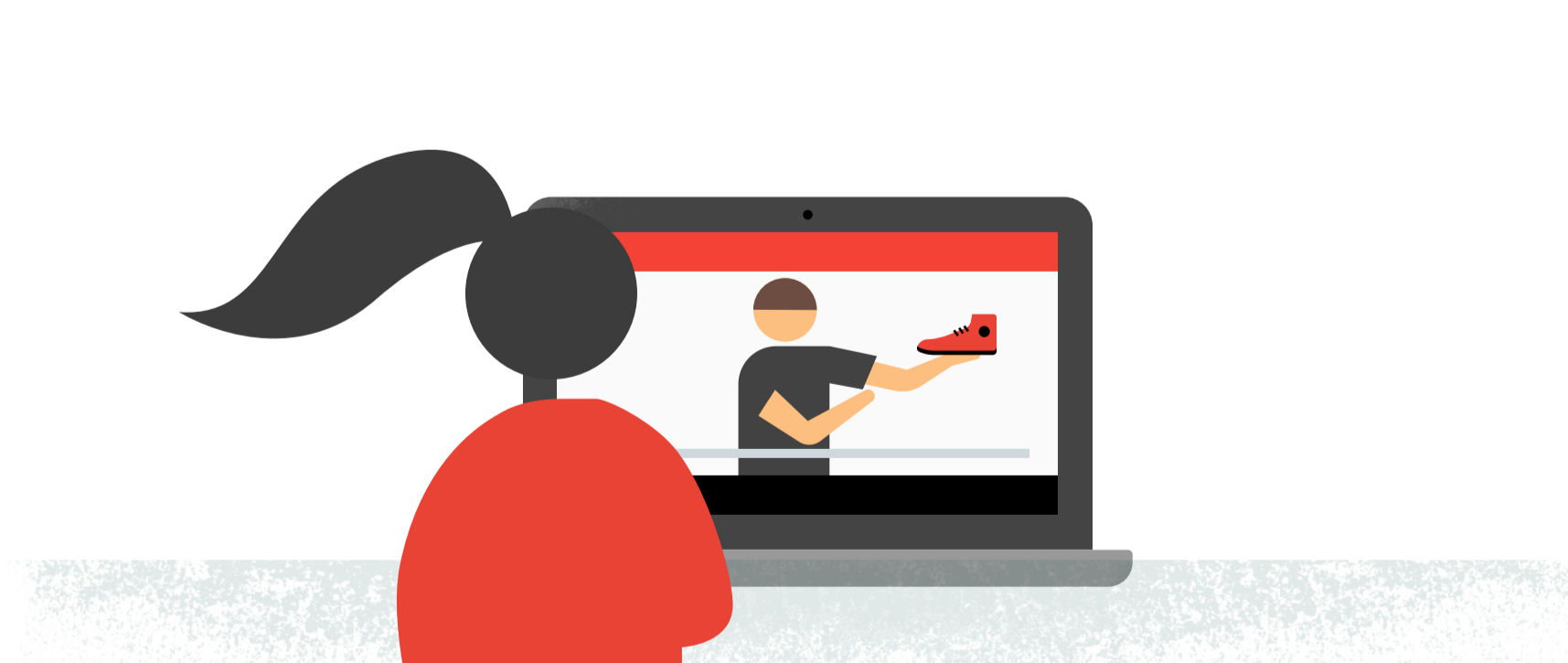


115%

aumentó el consumo de tutoriales el último año en Perú

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.