

Aprovecha el potencial de la medición del canal móvil

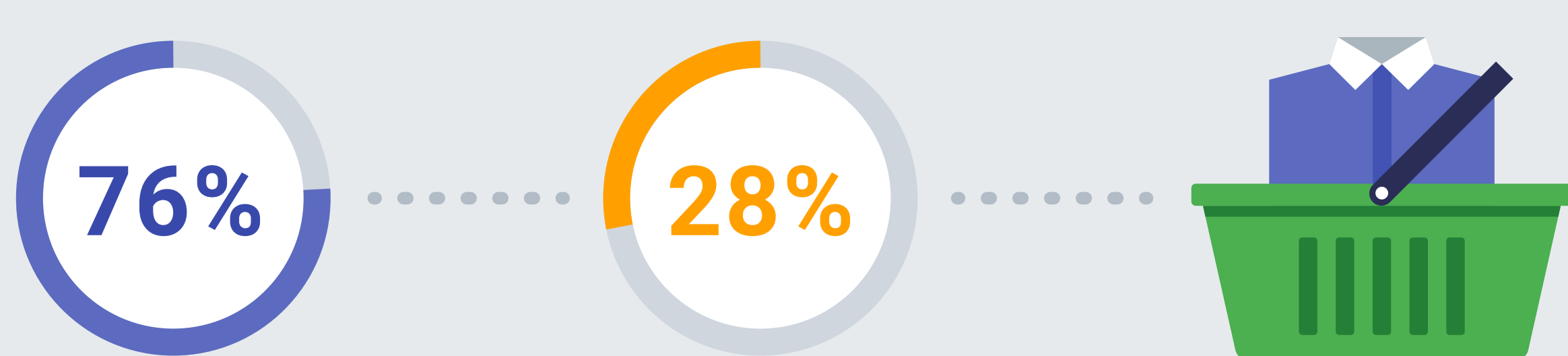


El canal móvil influye en las decisiones de compra de los consumidores:

El 69% de los propietarios de smartphones recurren primero a la búsqueda móvil cuando necesitan algo.¹



El 76% de los usuarios que buscan en su smartphone un producto o servicio cerca de donde están visitan un establecimiento relacionado dentro de las siguientes 24 horas. El 28% de esas búsquedas generan una compra.²



Cuando los usuarios de smartphones realizan una búsqueda, acaban completando una compra:

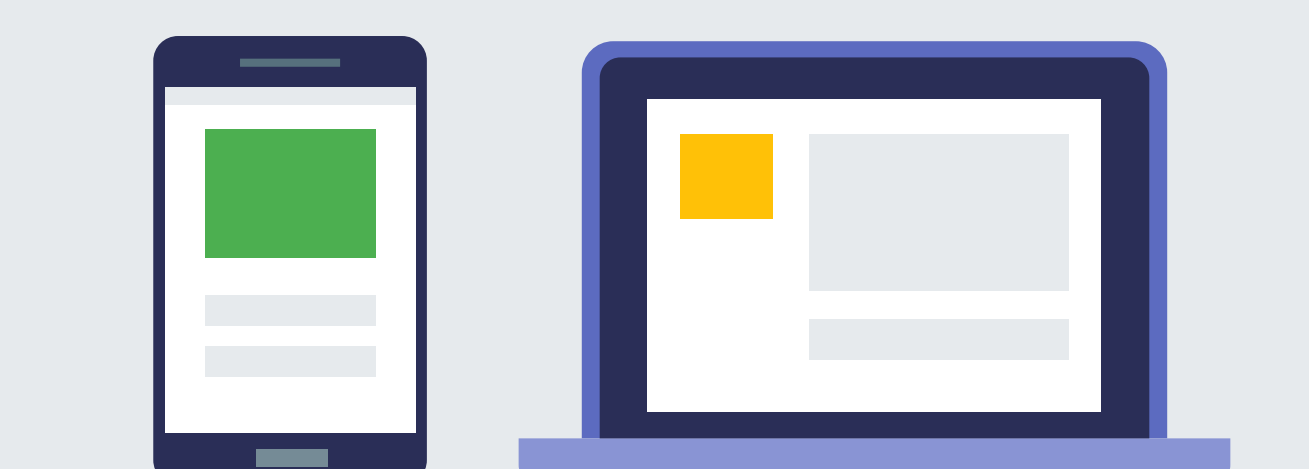
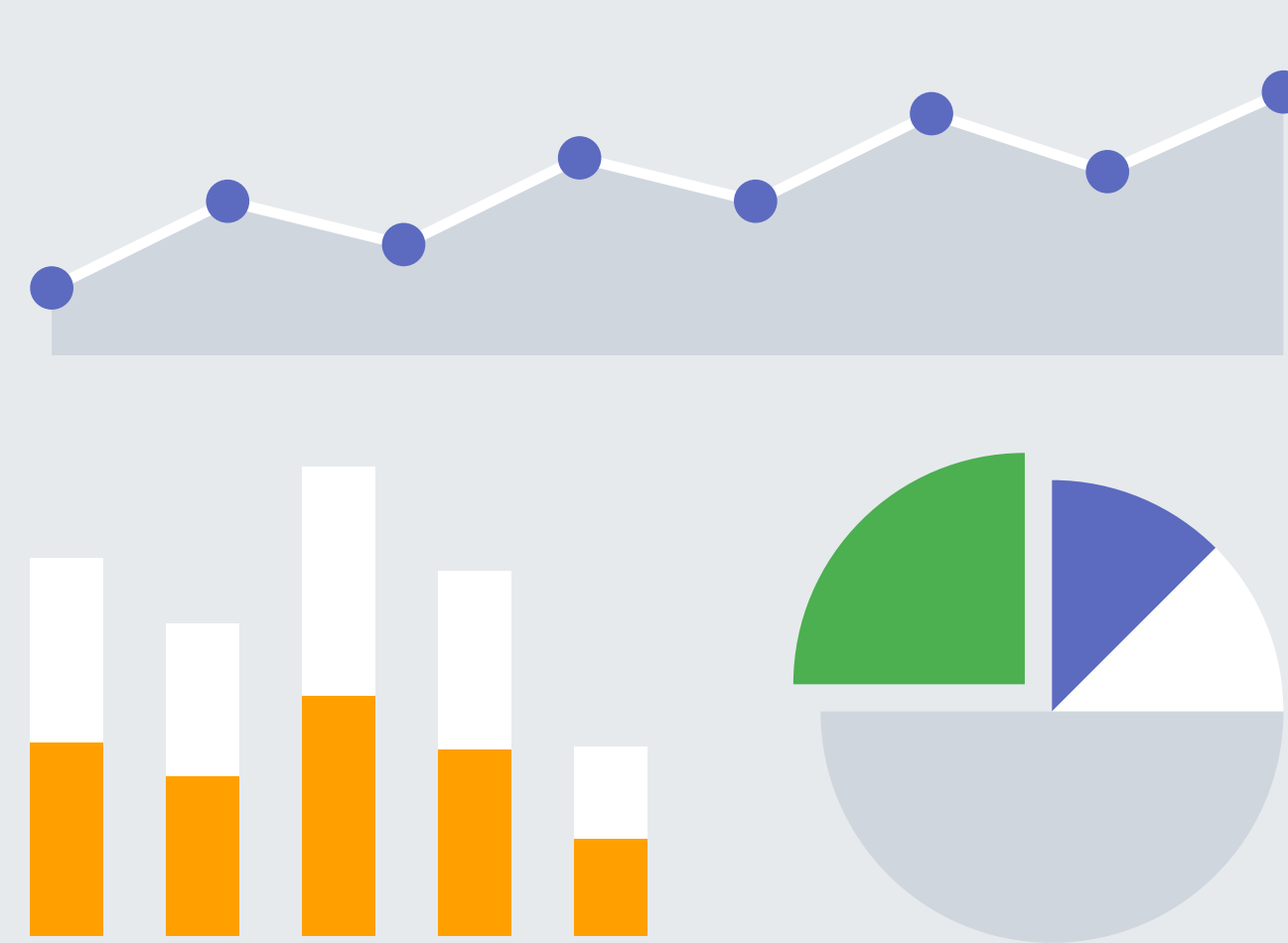
Los compradores de Walgreens que utilizan la aplicación de la tienda gastan **seis veces más** que los que no la usan.³

Los clientes de Macy's que utilizan varios canales (incluido el móvil) gastan **ocho veces más** que los que solo compran en un canal.⁴



Para determinar el impacto real del canal móvil, los profesionales del marketing deben cambiar la forma de medir este nuevo comportamiento:

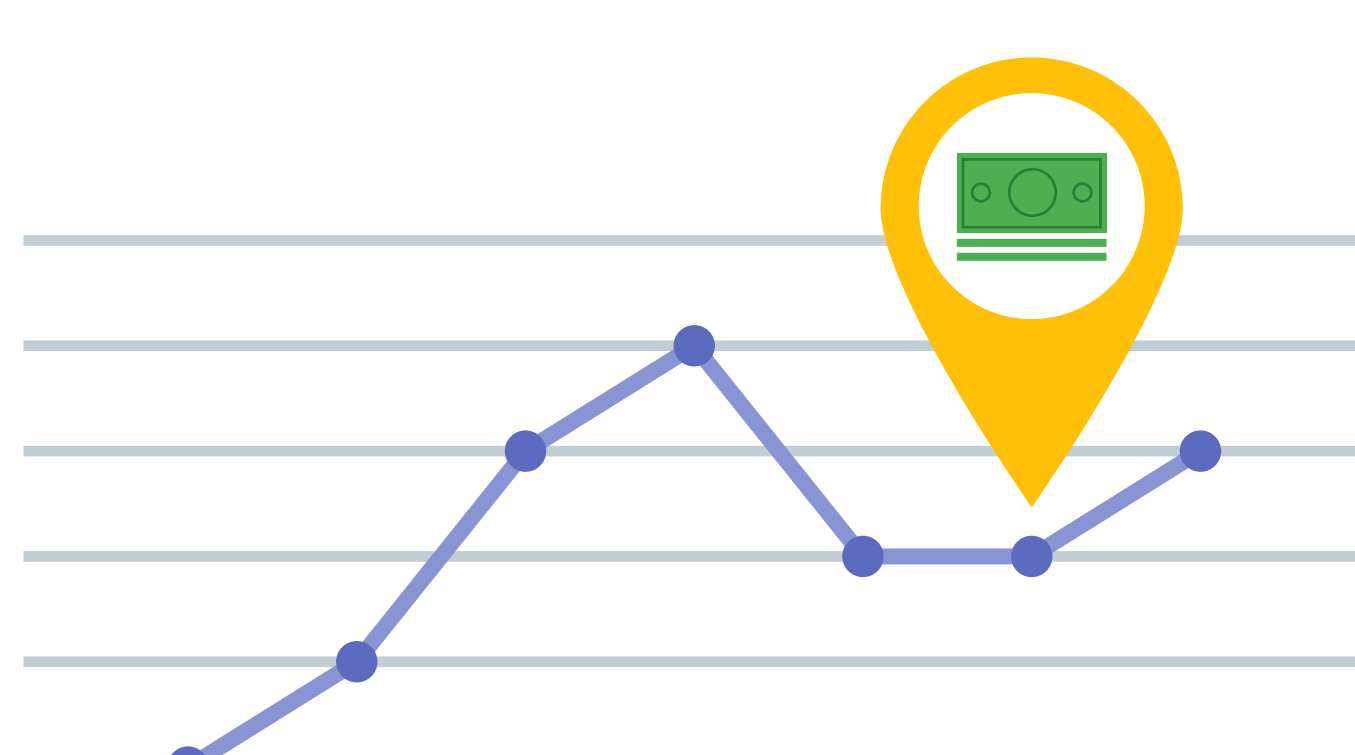
Es un **75% más** probable que los mejores profesionales del marketing hayan cambiado a un modelo integral de medición durante los últimos dos años.⁵



Los mejores profesionales del marketing tienen un **83% más** de probabilidades que los demás de incluir datos multidispositivo en su modelización.⁶

Cómo impulsar el crecimiento mediante el canal móvil:

Céntrate en métricas empresariales: el 95% de los mejores profesionales del marketing están de acuerdo en que "para que los indicadores clave de rendimiento de los análisis de marketing sean verdaderamente relevantes, deben vincularse a objetivos empresariales más amplios."⁷



Completa la información con estimaciones: es un **71% más** probable que los mejores profesionales del marketing utilicen estimaciones regularmente para suplir las carencias de los métodos de medición y análisis.⁸

Realiza experimentos de gran alcance: los mejores profesionales del marketing están más del **doblo** de dispuestos a llevar a cabo experimentos de este calibre.⁹



FUENTES

- 1 Google/Purchased Digital Diary: How Consumers Solve Their Needs in the Moment [Cómo los consumidores resuelven sus necesidades en el momento], mayo del 2016, muestra representativa de usuarios de smartphones en EE. UU.=1000, respuestas= 14.840, necesidades=10.544 .
- 2 Google/Purchased Digital Diary: How Consumers Solve Their Needs in the Moment [Cómo los consumidores resuelven sus necesidades en el momento], mayo del 2016, muestra representativa de usuarios de smartphones en EE. UU.=1000; usuarios que realizan búsquedas de productos o servicios en la zona=634; compras=1140.
- 3,4 Bain Analysis, Mobile Marketing: Don't Miss the Moment [Marketing en móviles: no dejes escapar la oportunidad], 2016
- 5,6,9 Econsultancy y Google, encuesta de análisis y mediciones, 2016, muestra: n=502 ejecutivos de marketing y medición en empresas norteamericanas cuyos ingresos superan los 250 millones de dólares/n=132 mejores profesionales del marketing; n=305 otros profesionales del marketing
- 7 Econsultancy y Google, encuesta de análisis y mediciones, 2016, muestra: n=500 ejecutivos de marketing y medición en empresas norteamericanas cuyos ingresos superan los 250 millones de dólares/n=132 mejores profesionales del marketing
- 8 Econsultancy y Google, encuesta de análisis y mediciones, 2016, muestra: n=500 ejecutivos de marketing y medición en empresas norteamericanas cuyos ingresos superan los 250 millones de dólares/n=112 mejores profesionales del marketing; n=170 otros profesionales del marketing