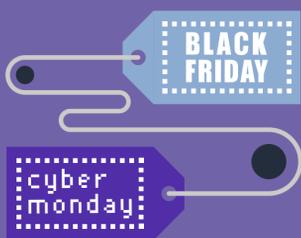
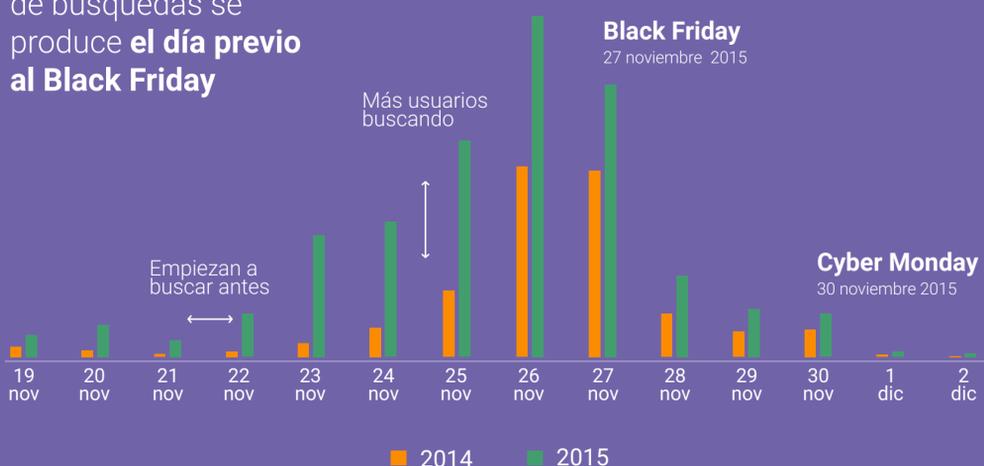


Tendencias de búsquedas durante el **Black Friday** y el **Cyber Monday** en España

Descubre cómo **las marcas sacan el máximo partido a sus acciones de marketing** anticipando sus estrategias el tiempo suficiente para atender esa demanda que cada año comienza antes.

Los usuarios empiezan a buscar **antes** que otros años

El **mayor pico** observado de este tipo de búsquedas se produce **el día previo al Black Friday**



Las marcas, como Media Markt, Zara o El Corte Inglés, adaptan sus estrategias de venta online **adelantando sus ofertas de Black-Friday**

Si hablamos de **resultados...**



127% de crecimiento en las búsquedas de 2014 a 2015



Nº1 en la lista de ventas en internet del año

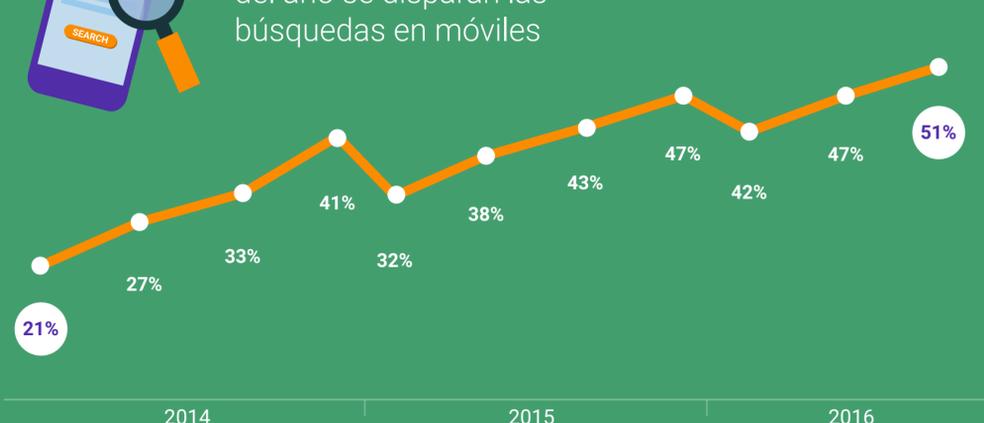


1.170 millones de euros de gasto solo en esos dos días

El rol de los **dispositivos móviles** y los anuncios de **Google Shopping**



En el **cuarto trimestre** del año se disparan las búsquedas en móviles



Google Shopping se perfila como una de las mejores herramientas para los anunciantes, ya que **permite a los internautas comparar entre diferentes tiendas online a través de anuncios específicos de productos integrados en las búsquedas de Google.**



Los clics a este tipo de anuncios **crecieron un 79%**, con un **pico en noviembre**



Un fenómeno de marca que **dura una semana**

El **Black Friday** y el **Cyber Monday** han pasado a convertirse en un evento que dura una semana entera en la que se producen el **16% del total de búsquedas anuales.**



Tendencias de búsqueda en el mercado británico



Tendencias de búsqueda en el mercado español

