

Cómo satisfacen los consumidores sus necesidades en los momentos "quiero comprar"

En los momentos del tipo "quiero comprar", los consumidores están dispuestos a prestar menos atención al precio con tal de conseguir lo que han decidido adquirir. Para los profesionales del marketing, estos micromomentos son una oportunidad de cerrar una venta. A fin de entender mejor cómo los consumidores satisfacen sus necesidades, pedimos a 1000 propietarios de smartphones que escribieran un diario móvil. Los datos recabados indican que los momentos "quiero comprar" presentan estas características:

TIPOS DE MOMENTOS "QUIERO COMPRAR" MÁS FRECUENTES



Compras
P. ej., comparativas de precios de televisiones

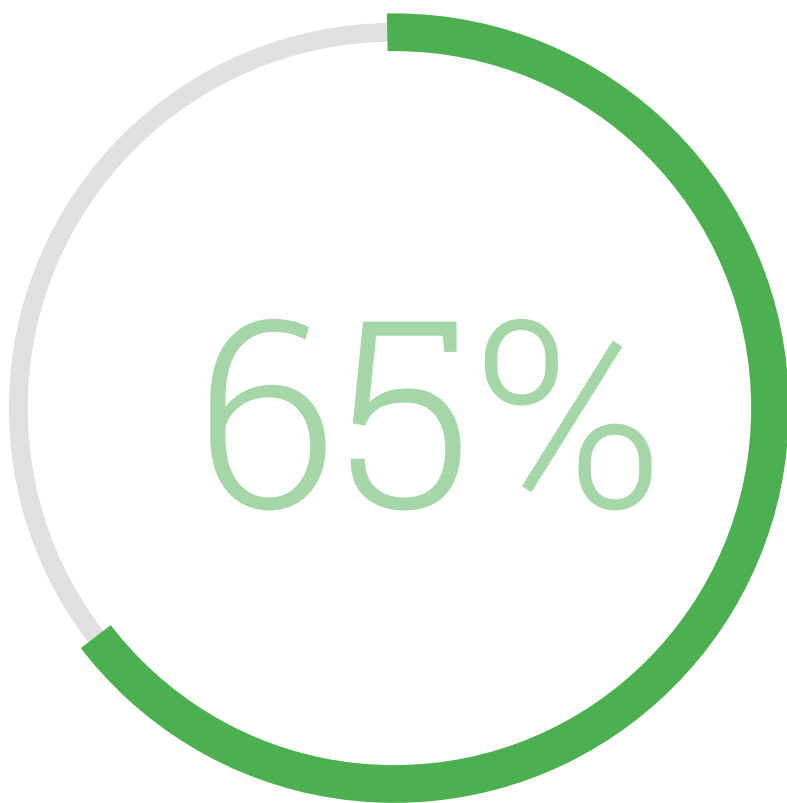


Alimentos y comestibles
P. ej., la mejor ruta para comprar verduras frescas



Restaurantes y bares
P. ej., pizza a domicilio cerca de mi ubicación

EL DISPOSITIVO MÁS UTILIZADO EN LOS MOMENTOS "QUIERO COMPRAR"



65%
of people use their phone in their I-want-to-buy moments

LAS CINCO MEJORES FORMAS DE ABORDAR LOS MOMENTOS "QUIERO COMPRAR"



El 71% de los usuarios visitan el sitio web (o utilizan la aplicación) de una tienda.

El 64% utilizan la búsqueda.

El 42% visitan el sitio web (o utilizan la aplicación) de un fabricante.

El 41% visitan una tienda u otro establecimiento.

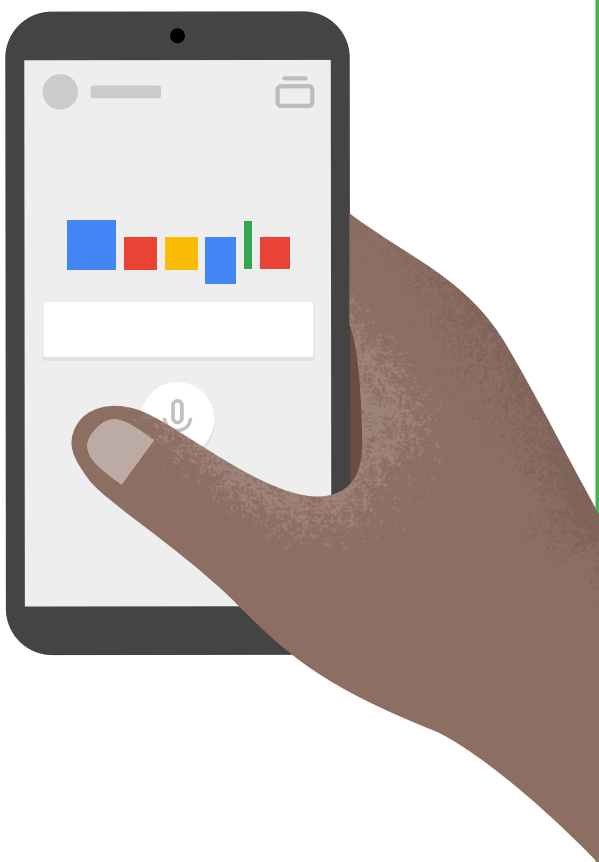
El 23% miran imágenes o fotos online.

LO QUE OCURRE EN LOS MOMENTOS "QUIERO COMPRAR" AFECTA A LAS DECISIONES DE COMPRA



Influencia del móvil:
el 79%
de los usuarios echaron mano del móvil antes de realizar una compra.

Influencia de la búsqueda:
el 39%
de los compradores actuaron influidos por una búsqueda relevante.



Por qué es importante

Los smartphones, y la búsqueda móvil en particular, influyen en gran medida en el modo en que los usuarios acaban haciendo una compra cuando recurren a un dispositivo con la intención de conseguir un objetivo. ¿Está respondiendo tu marca a los consumidores con información relevante y útil en el móvil? ¿Estás ahí cuando realizan la búsqueda para que te tengan en cuenta antes de efectuar la compra? Para respaldar todo esto, ¿estás realizando un seguimiento y valorando adecuadamente estas interacciones con el móvil?

Fuente: Google/Purchased Digital Diary, "How Consumers Solve Their Needs in the Moment" ("cómo los consumidores resuelven sus necesidades en el momento"), muestra representativa de usuarios de smartphones en EE. UU. = 1000, respuestas = 14.840, necesidades = 10.540; usuarios de smartphones por tipo de necesidad = 614-940; compradores por tipo de necesidad = 228-763, mayo de 2016