

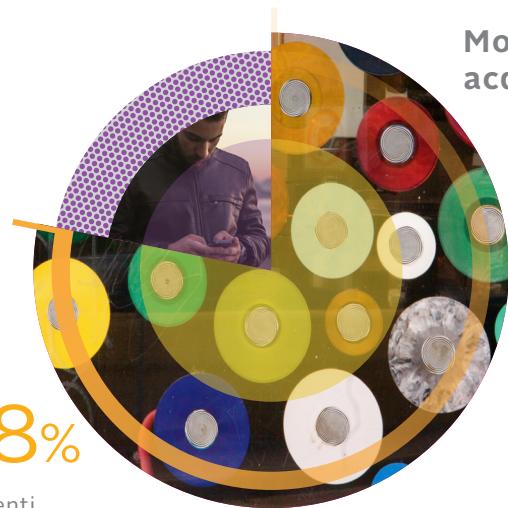
# COME CATTURARE I MOMENTI CHE CONTANO

think with Google

Parlare di "sessione online" è ormai obsoleto: oggi non si "va" più online, si "vive" online. La connessione costante non ha trasformato solamente i comportamenti, ma anche le aspettative. Ora più che mai ci rivolgiamo ai nostri dispositivi nei momenti generati da intenzioni reali, quando desideriamo imparare, informarci o acquistare qualcosa, aspettandoci risposte immediate e pertinenti. Si tratta di occasioni chiave per le aziende, perché identificano i momenti in cui vengono prese le decisioni e si definiscono le proprie preferenze: sono i momenti che contano.

il 78%

degli utenti smartphone ha utilizzato il proprio dispositivo durante l'acquisto di prodotti specifici. \*1

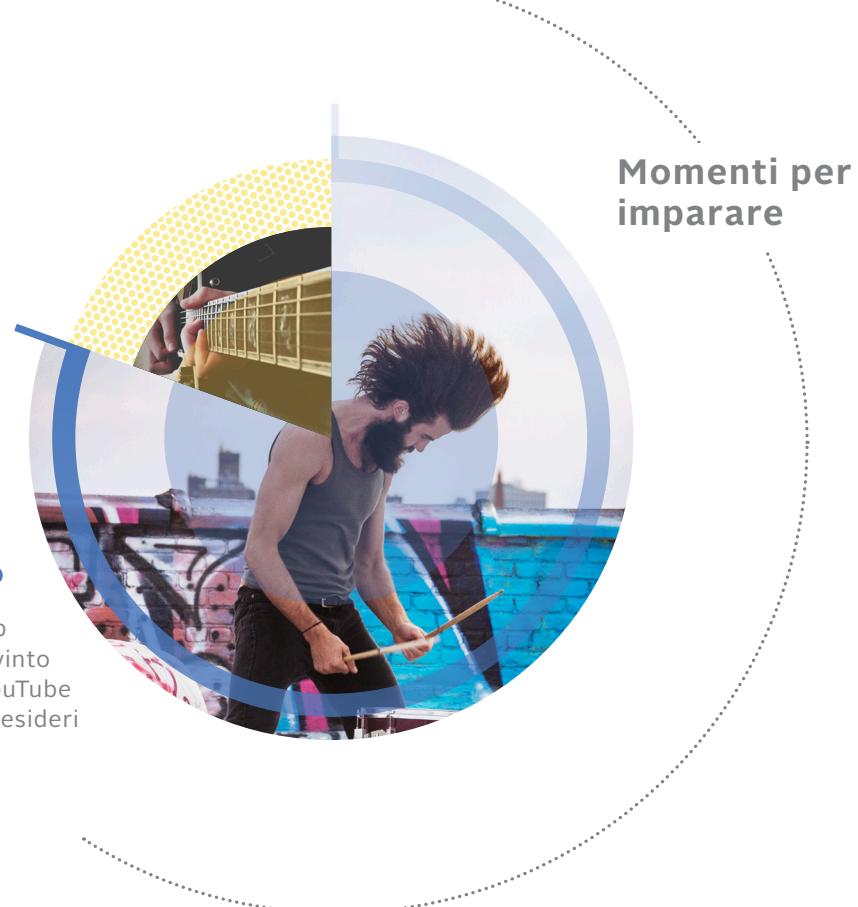


L'universo online comprende miliardi di momenti che contano.

Momenti per acquistare

l' 80%

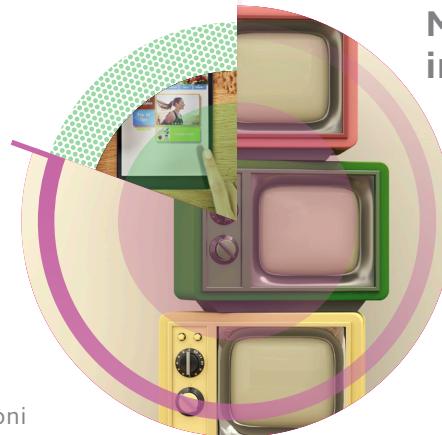
degli utenti web under 35 è convinto di trovare su YouTube qualsiasi cosa desideri imparare. 1



Momenti per imparare

l' 81%

dei consumatori online è sollecitato da contenuti o annunci sia online che offline che li spingono a cercare maggiori informazioni nell'immediato su un dispositivo connesso. \*\*1



Momenti per informarsi

il 33%

degli utenti smartphone si è rivolto a YouTube durante l'ultima settimana per trovare intrattenimento o ispirazione. 2



Momenti per divertirsi

il 45%

dei consumatori online riconosce che la pertinenza del messaggio di un brand influenza l'opinione personale su quel brand. 1



Plasmare le preferenze

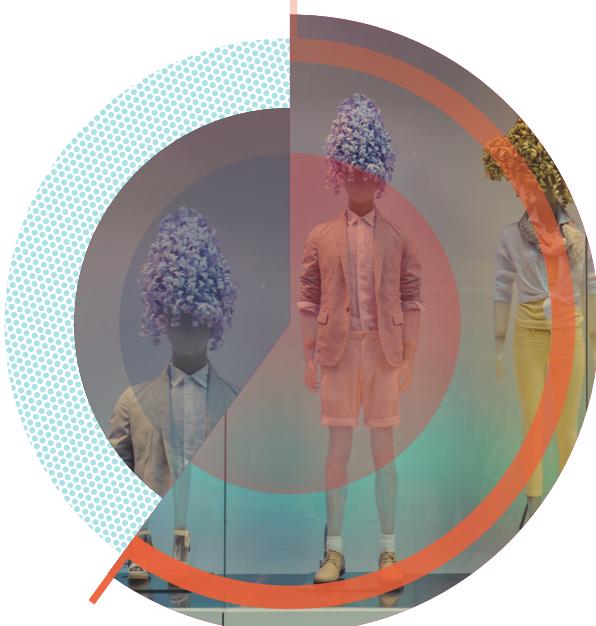
il 56%

di coloro che hanno eseguito ricerche da smartphone ha preso in considerazione di acquistare un brand che normalmente non avrebbe considerato, grazie a informazioni pertinenti rese disponibili sul proprio dispositivo al momento della ricerca. 1



il 58%

degli utenti smartphone afferma che durante l'ultima volta che ha utilizzato il dispositivo in negozio, le informazioni trovate online su un prodotto o un servizio hanno influenzato la decisione su cosa acquistare. 1



Miliardi di opportunità che i brand possono sfruttare per...

Influenzare le decisioni

il 54%

di coloro che hanno eseguito ricerche da smartphone ha effettivamente acquistato un brand che normalmente non avrebbe preso in considerazione, grazie a informazioni pertinenti rese disponibili sul proprio dispositivo al momento della ricerca. 1



Come sfruttare al massimo i momenti che contano?

È importante identificare i momenti che si desidera catturare o che non ci può permettere di lasciarsi sfuggire, esaminando tutte le fasi del percorso dei consumatori per mappare le situazioni in cui desiderano trovare ispirazione, apprendere qualcosa o effettuare un acquisto. Sfruttando questi momenti nella nostra strategia di marketing, potremo essere presenti in tutti i momenti che contano maggiormente per i nostri potenziali clienti e per la nostra attività.