

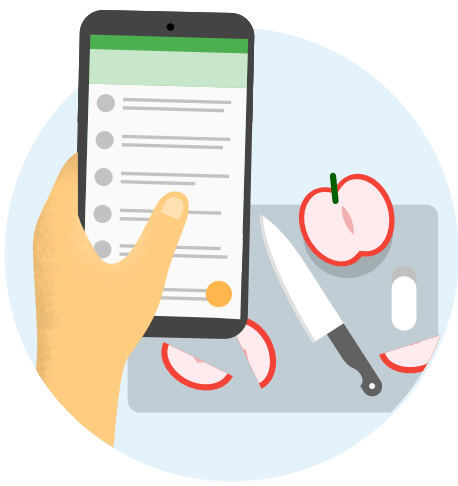
Как пользователи находят способы сделать то, что хотят

С помощью телефонов пользователи ищут, как сделать то, что они хотят, например завязать галстук или приготовить домашнюю пасту. В такие моменты компании могут им помочь. В ходе исследования мы попросили 1000 владельцев смартфонов вести мобильный дневник. Давайте рассмотрим полученные результаты.

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ МОМЕНТОВ "ХОЧУ СДЕЛАТЬ"



Общие сведения
(например, "Как удалить пятно")

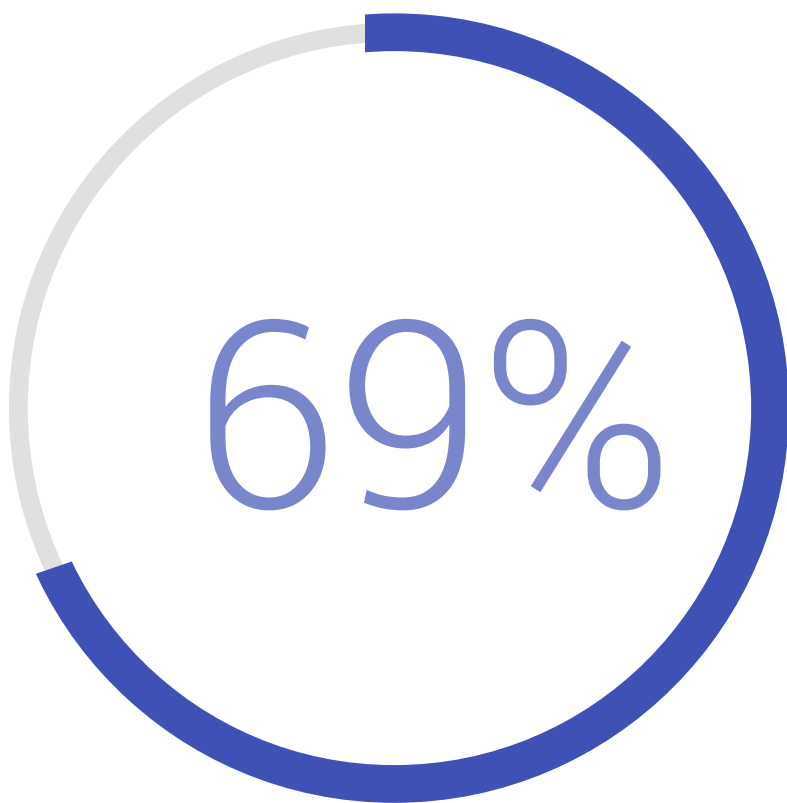


Кулинария
(например, "Найти рецепты")



Дом и сад
(например, "Советы по уходу за садом")

НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЬЗУЕМОЕ УСТРОЙСТВО В МОМЕНТЫ "ХОЧУ СДЕЛАТЬ"



людей используют телефон, когда хотят что-то сделать.

ЧТО ДЕЛАЮТ ЛЮДИ В ТАКИЕ МОМЕНТЫ



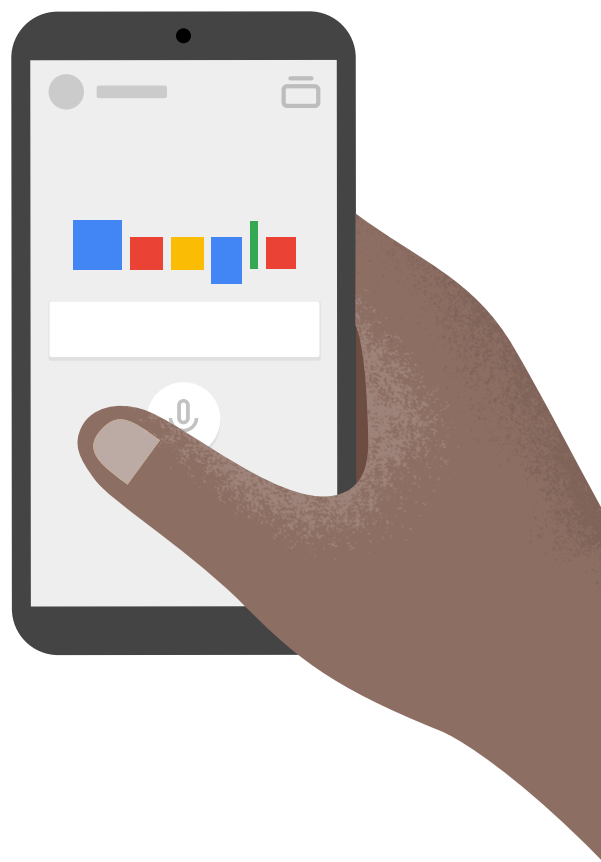
- 72% используют поиск
- 34% открывают веб-сайт или приложение, не принадлежащие магазину
- 31% смотрит видео в Интернете
- 25% смотрят изображения или фотографии в Интернете
- 20% задают вопрос по телефону или в виде сообщения

ЧТО ВЛИЯЕТ НА РЕШЕНИЯ О ПОКУПКАХ В МОМЕНТЫ "ХОЧУ СДЕЛАТЬ"



Мобильные устройства
76% людей выполняли релевантные действия на телефоне перед покупкой.

Поиск
59% покупателей выполняли релевантный поиск.



Почему это важно

Смартфоны и мобильный поиск оказывают значительное влияние на то, как люди ищут информацию. Предоставляете ли вы им релевантные и полезные сведения на мобильных устройствах? Обращаетесь ли вы к пользователям, когда они выполняют поиск, чтобы повлиять на их выбор? И наконец, отслеживаете ли вы такие мобильные взаимодействия должным образом?