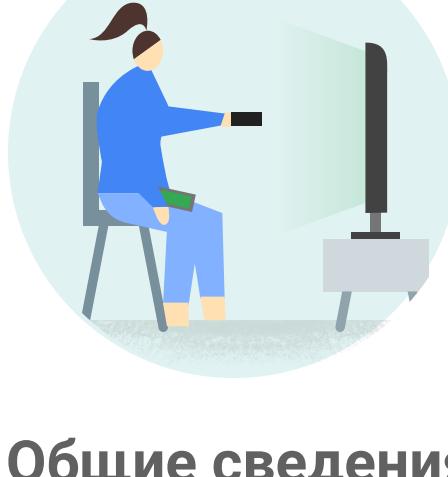


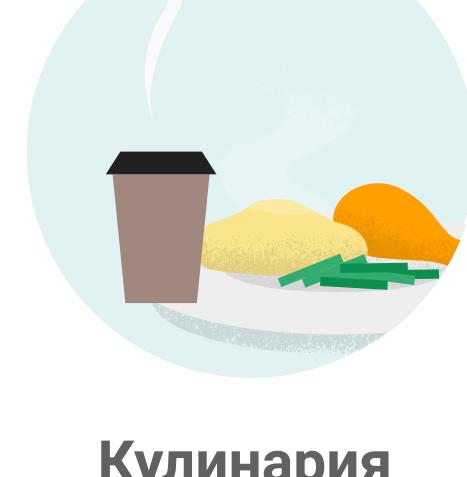
## Что делают пользователи, когда хотят что-то узнать

При поиске информации или свежих идей пользователи все чаще обращаются к мобильному поиску. Для маркетологов такие моменты – это отличная возможность улучшить восприятие бренда. В ходе исследования мы попросили 1000 владельцев смартфонов вести мобильный дневник. Давайте рассмотрим полученные результаты.

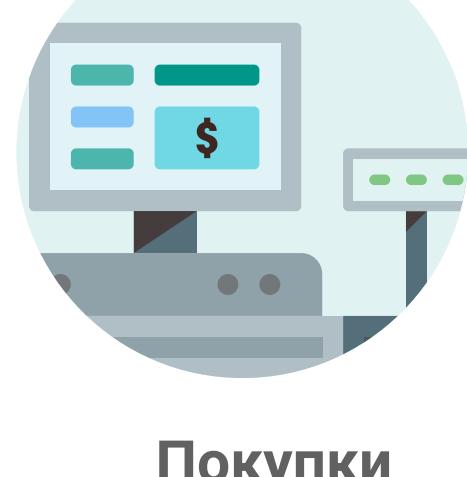
### ОСНОВНЫЕ ТИПЫ МОМЕНТОВ "ХОЧУ УЗНАТЬ"



**Общие сведения**  
(например, "Какие сегодня новости?")

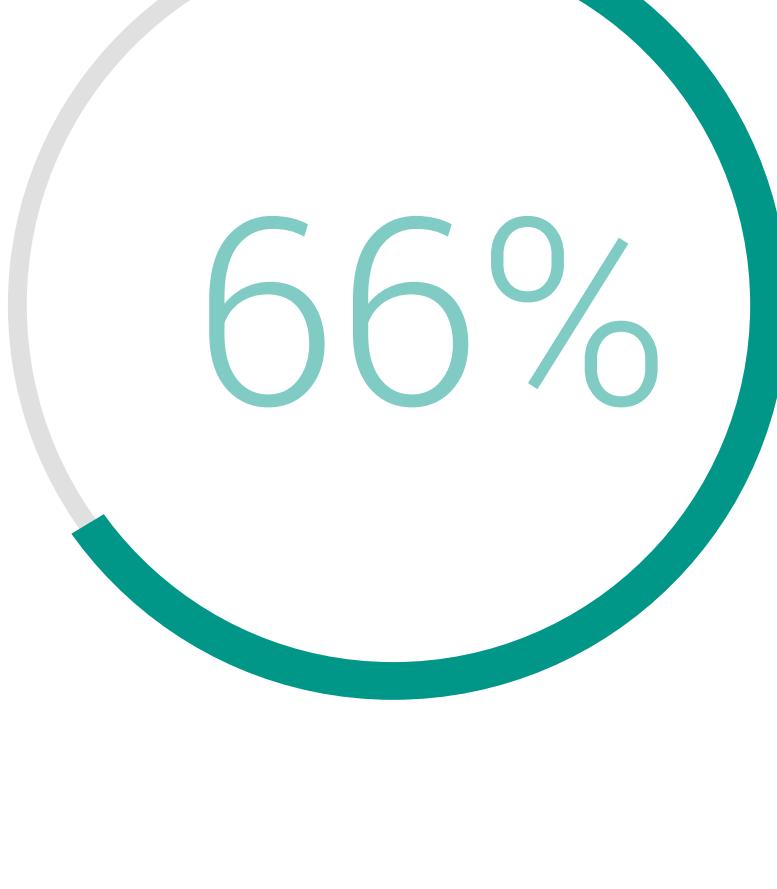


**Кулинария**  
(например, "Что приготовить на завтрак?")



**Покупки**  
(например, "Каковы правила возврата товаров?")

### НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЬЗУЕМОЕ УСТРОЙСТВО В МОМЕНТЫ "ХОЧУ УЗНАТЬ"



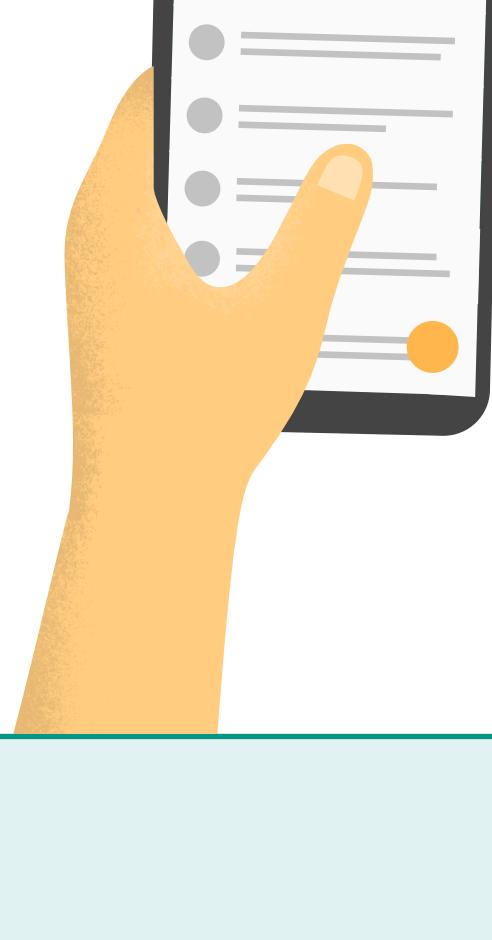
людей используют телефон, когда хотят что-то узнать.

### ЧТО ДЕЛАЮТ ЛЮДИ, КОГДА ХОТИТ ЧТО-ТО УЗНАТЬ



- 81% используют поиск
- 55% открывают веб-сайт или приложение, не принадлежащие интернет-магазину
- 40% ищут изображения или фотографии в Интернете
- 34% открывают веб-сайт или приложение интернет-магазина
- 26% смотрят видео в Интернете

### ЧТО ВЛИЯЕТ НА РЕШЕНИЯ О ПОКУПКАХ В МОМЕНТЫ "ХОЧУ УЗНАТЬ"



#### Мобильные устройства

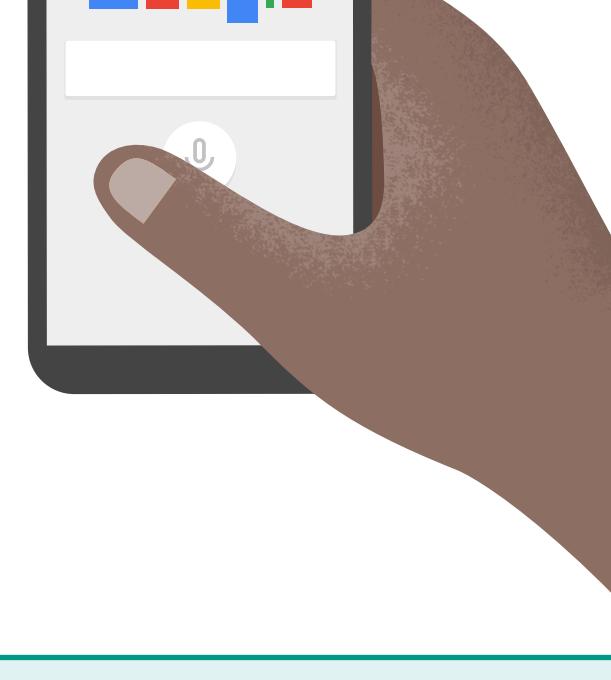
85%

людей выполняли релевантные действия на телефоне перед покупкой.

#### Поиск

62%

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?