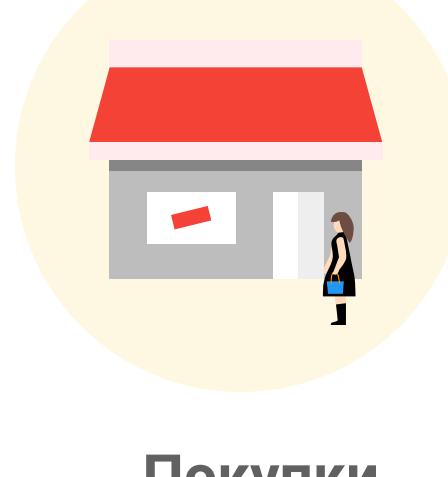


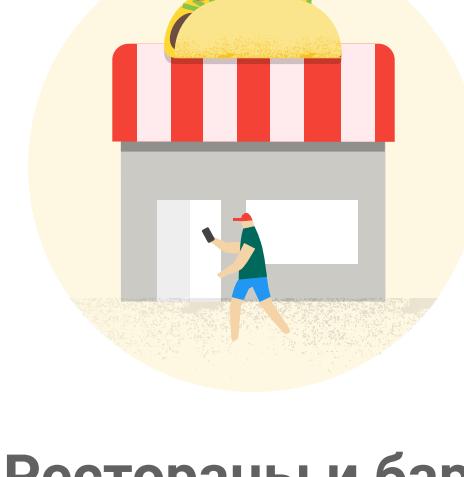
Что делают пользователи, когда хотят куда-то пойти

Когда люди хотят куда-то пойти, они ищут, что находится поблизости, например кафе или тренажерный зал. Такие моменты – это отличная возможность для компаний привлечь клиентов. В ходе исследования мы попросили 1000 владельцев смартфонов вести мобильный дневник. Давайте рассмотрим полученные результаты.

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ МОМЕНТОВ "ХОЧУ ПОЙТИ"



Покупки
(например, "Когда открывается магазин?")

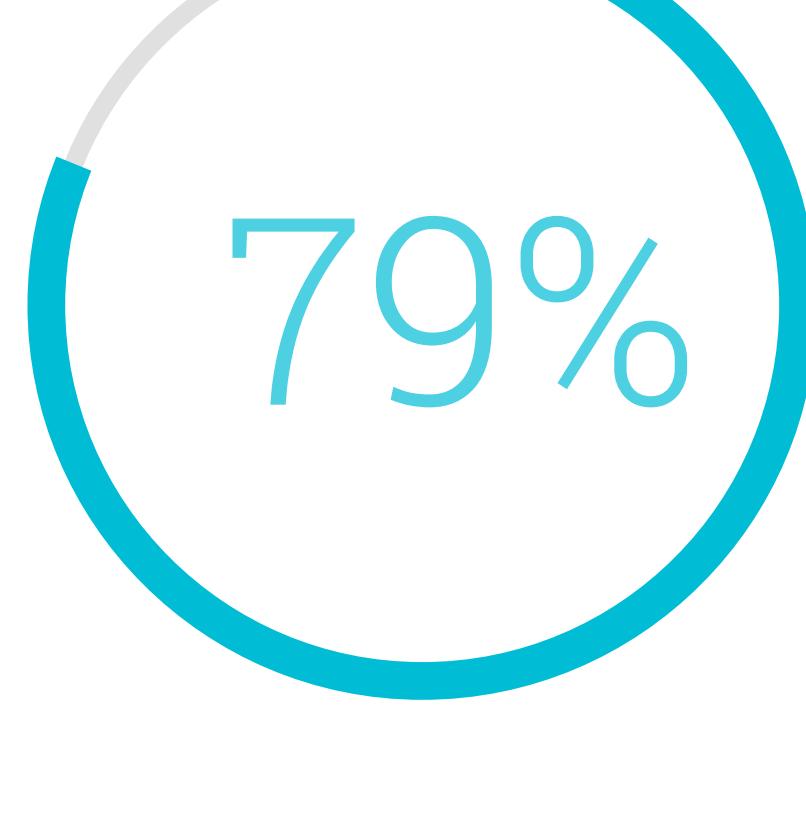


Рестораны и бары
(например, "Где можно поесть?")



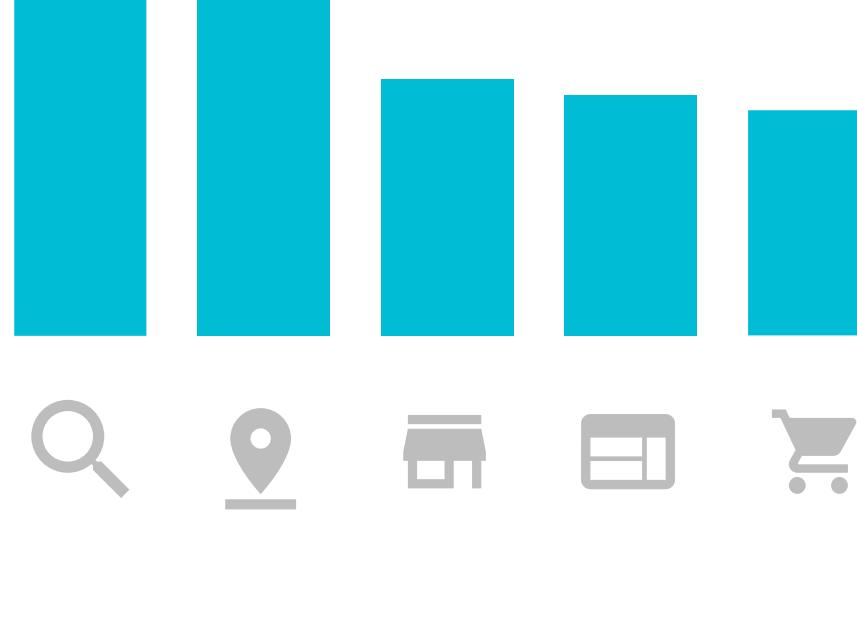
Навигация
(например, "Лучший маршрут к аэропорту")

НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЬЗУЕМОЕ УСТРОЙСТВО В МОМЕНТЫ "ХОЧУ ПОЙТИ"



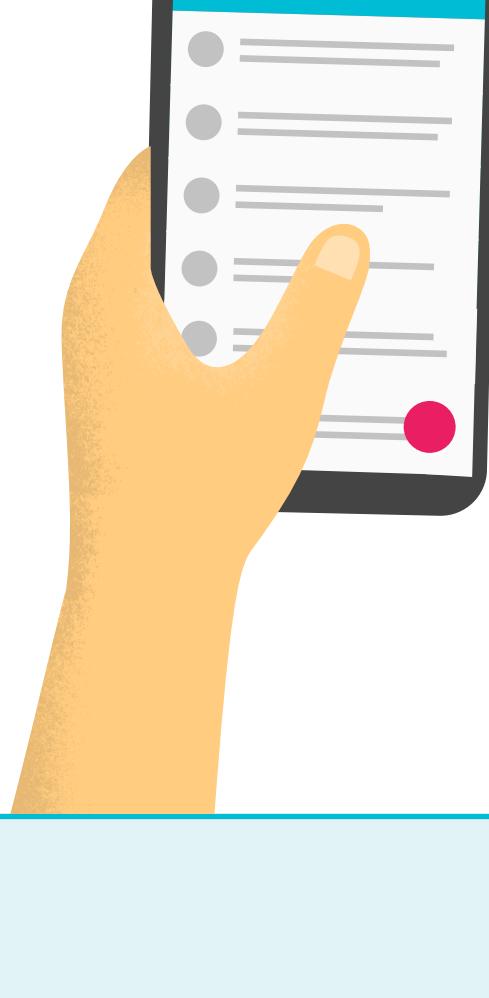
людей используют телефон, когда хотят куда-то пойти.

ЧТО ДЕЛАЮТ ЛЮДИ, КОГДА ХОТЯТ КУДА-ТО ПОЙТИ



- 69% используют поиск
- 55% используют онлайн-карту
- 40% посещают магазин или другое заведение
- 36% открывают веб-сайт или приложение, не принадлежащие магазину
- 34% открывают веб-сайт или приложение магазина

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



Мобильные устройства

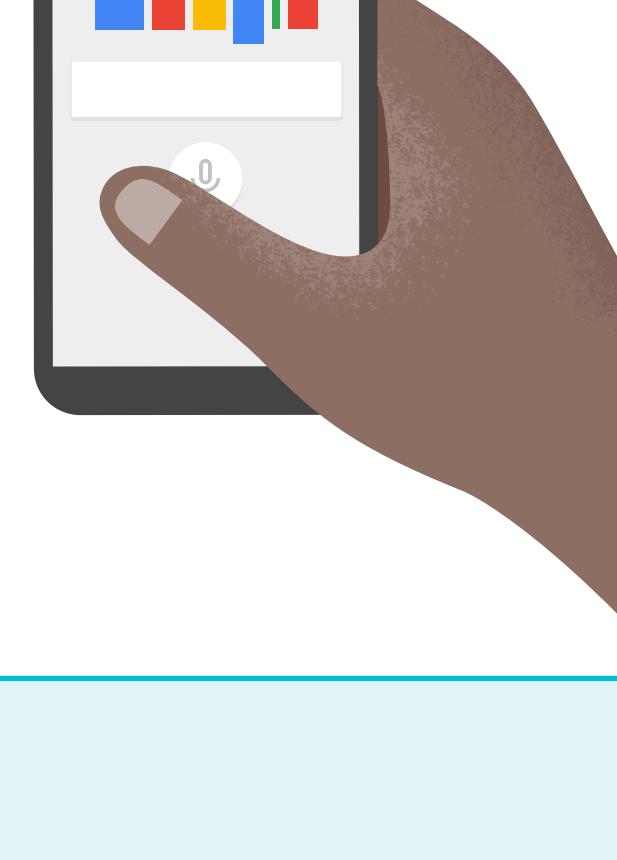
86%

людей выполняли релевантные действия на телефоне перед покупкой.

Поиск

48%

покупателей выполняли релевантный поиск.



Почему это важно

Смартфоны и мобильный поиск оказывают значительное влияние на решения пользователей о том, куда пойти. 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?