

İnsanlar Yapmak İstiyorum Anlarında Aradıklarını Nasıl Buluyor?

Kravat bağlamayı öğrenmekten ev yapımı makarna için mükemmel tarifi bulmaya kadar, insanlar yapmak istiyorum anları için sürekli telefonlarına başvuruyor. Bu özel mikro anlar, insanlar işlerini hallederken markaların onlara yardımcı olması için birer fırsattır. İnsanların aradığı şeyleri nasıl bulduklarını daha iyi anlamak için, akıllı telefon kullanan 1.000 kişiden mobil günlük tutmalarını istedik. Yapmak istiyorum anları işte böyle görünüyor:

EN YAYGIN YAPMAK İSTİYORUM ANLARI



Genel Bilgiler
ör. Leke çıkarma



Yemek ve Manav
ör. Tarif arama



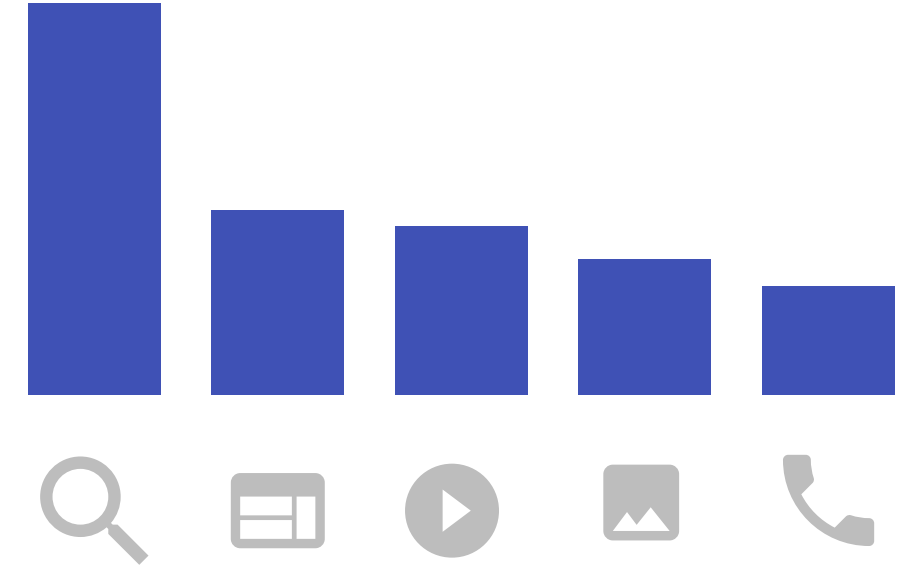
Ev ve Bahçe
ör. Bahçecilikle ilgili ipuçları
ve püf noktaları

YAPMAK İSTİYORUM ANLARINDA EN ÇOK KULLANILAN CİHAZ



yapmak istiyorum anlarında
telefonunu kullananların oranı

İNSANLARIN YAPMAK İSTİYORUM ANLARINDA EN ÇOK İZLEDİĞİ 5 YOL



%72'si arama işlevini kullanıyor

%34'ü satış yapmayan bir web sitesi veya uygulamayı ziyaret ediyor

%31'i çevrimiçi video izliyor

%25'i İnternet'ten resimlere veya fotoğraflara bakıyor

%20'si arama veya mesajlaşma yoluyla birine danışıyor

YAPMAK İSTİYORUM ANLARINDA GERÇEKLEŞENLER, SATIN ALMA KARARLARINI ETKİLİYOR



Mobil cihazların etkisi:

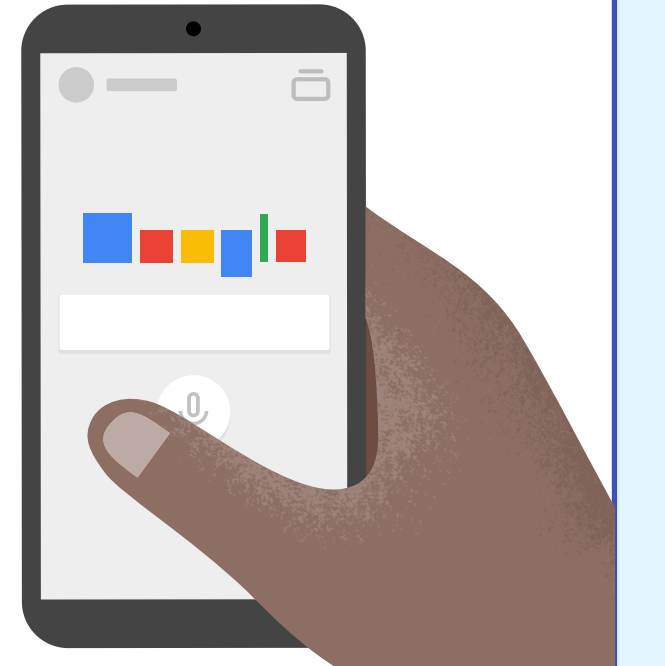
%76

bir şey satın almadan
önce telefonundan ilgili
bir işlem yapanların oranı.

Arama işlevinin etkisi:

%59

ilgili bir aramadan
etkilenen alıcıların oranı.



Bu neden önemli?

Akıllı telefonlar ve özellikle mobil arama, insanların ihtiyaç anında aradıkları bilgiyi bulma yöntemleri üzerinde büyük bir etkiye sahip. Markanız mobil ortamda insanlara alakalı ve yararlı bilgiler sunuyor mu? İnsanlar bir şey satın almadan önce, aklına gelen temel markalar için arama yaparken orada hazır bulunuyor musunuz? Ve tüm bunlara destek olarak bu mobil etkileşimleri uygun şekilde takip ediyor ve değerlendiriyor musunuz?