

İnsanlar Bilmek İstiyorum Anlarında Aradıklarını Nasıl Buluyor?

İnsanlar bilgi veya ilham ararken mobil cihazlara ve arama işlevine gittikçe daha fazla başvuruyor. Pazarlamacılar açısından bu bilmek istiyorum anları, marka algısını olumlu yönde etkilemek için birer fırsattır. İnsanların aradığı şeyleri nasıl bulduklarını daha iyi anlamak için, akıllı telefon kullanan 1.000 kişiden mobil günlük tutmalarını istedik. Bilmek istiyorum anları işte böyle görünüyor:

EN YAYGIN BİLMEK İSTİYORUM ANLARI



Genel Bilgiler ör.
Haberlerde ne var?



Yemek ve Manav ör.
Sağlıklı kahvaltı seçenekleri neler?



Alışveriş ör.
İade politikası nasıl?

BİLMEK İSTİYORUM ANLARINDA EN ÇOK KULLANILAN CİHAZ



bilmek istiyorum anlarında telefonunu kullananların oranı.

İNSANLARIN BİLMEK İSTİYORUM ANLARINDA EN ÇOK İZLEDİĞİ 5 YOLL:



%81'i arama işlevini kullanıyor

%55'i satış yapmayan bir web sitesi veya uygulamayı ziyaret ediyor

%40'i internet'ten resimlere veya fotoğraflara bakıyor

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

%26'sı çevrimiçi video izliyor

BİLMEK İSTİYORUM ANLARINDA GERÇEKLEŞENLER, SATIN ALMA KARARLARINI ETKİLİYOR



Mobil cihazların etkisi:

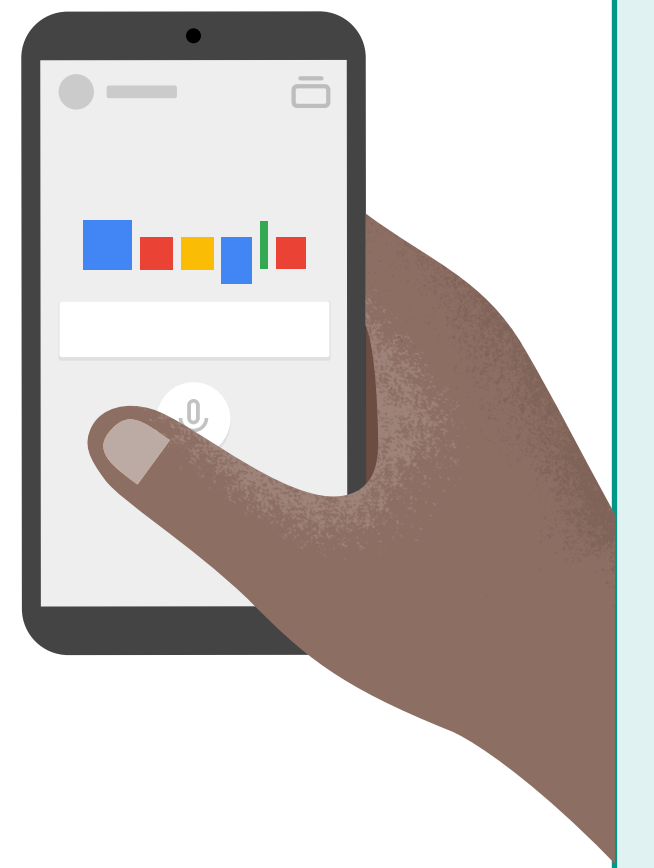
%85

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

Arama işlevinin etkisi:

%62

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?