

Gitmek İstiyorum Anlarında İnsanlar Aradıklarını Nasıl Buluyor?

Söz konusu kahve dükkanı ya da spor salonu olsa da gitmek istiyorum anlarında insanlar yakın konumlara bakıyor. Bu özel mikro anlar, markaların tüketiciler ile işletmeler arasında bağlantı kurması için birer fırsattır. İnsanların aradığı şeyleri nasıl bulduklarını daha iyi anlamak için, akıllı telefon kullanan 1.000 kişiden mobil günlük tutmalarını istedik. Gitmek istiyorum anları işte böyle görünüyor:

EN YAYGIN GİTMEK İSTİYORUM ANLARI



Alışveriş

ör. Mağaza ne zaman açılıyor?



Restoran ve barlar

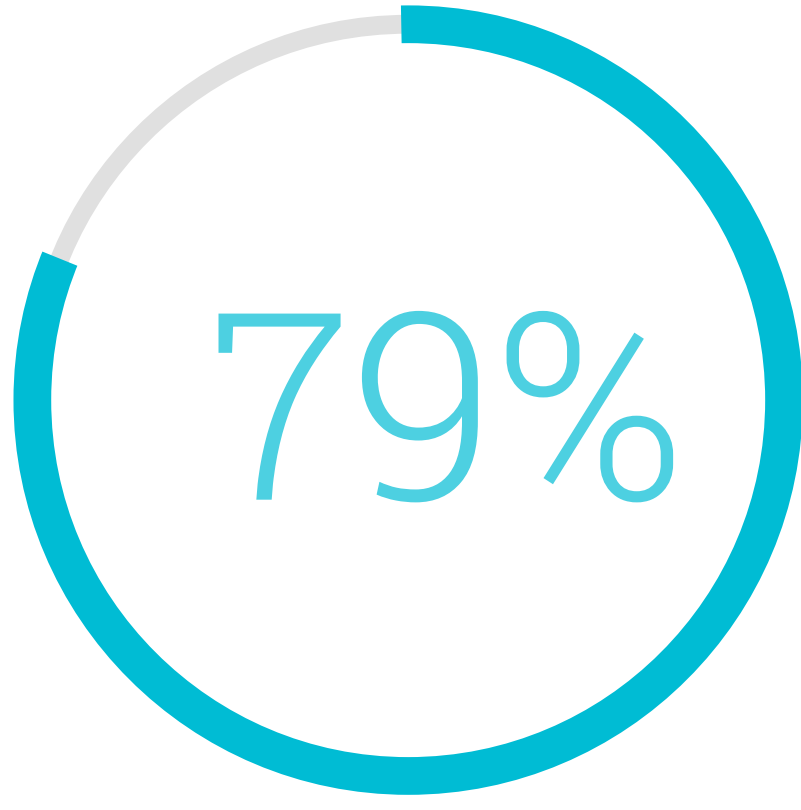
ör. Yakınımdaki yemek mekanları



Navigasyon

ör. Havaalanına giden en iyi rota

GİTMEK İSTİYORUM ANLARINDA EN ÇOK KULLANILAN CİHAZ

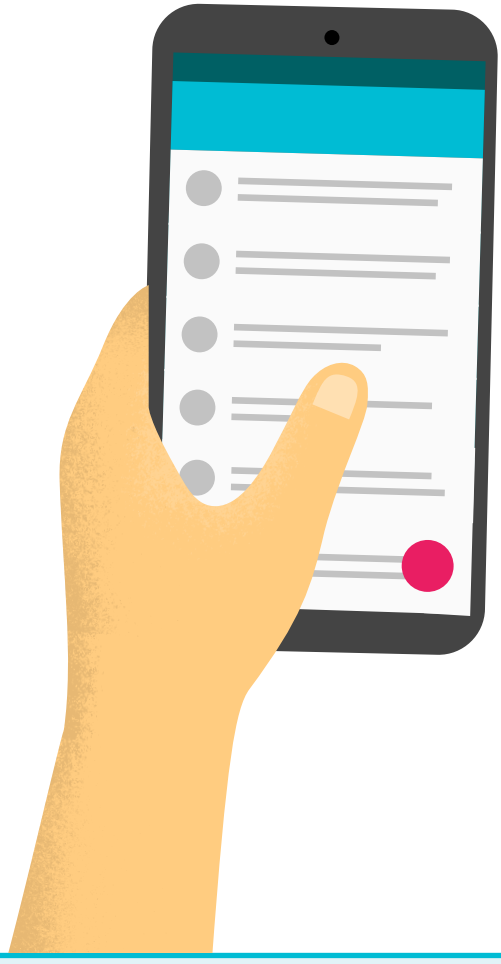


gitmek istiyorum anlarında telefonunu kullananların oranı.

İNSANLARIN GİTMEK İSTİYORUM ANLARINDA EN ÇOK İZLEDİĞİ 5 YOL



GİTMEK İSTİYORUM ANLARINDA GERÇEKLEŞENLER, SATIN ALMA KARARLARINI ETKİLİYOR



Mobil cihazların etkisi:

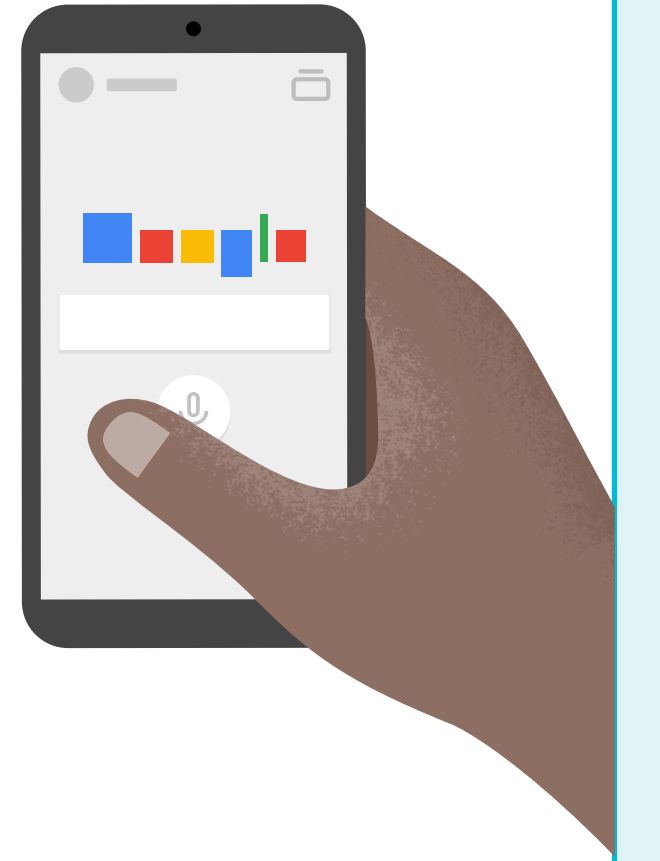
%86

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

Arama işlevinin etkisi:

%48

ilgili bir aramadan etkilenen alıcıların oranı.



Bu neden önemli?

Akıllı telefonlar ve özellikle mobil arama, insanların bir şey yapmak için gidecekleri yere karar vermeleri üzerinde büyük bir etkiye sahip. Markanız mobil ortamda insanlara ilgili 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?