

Mobil Cihazlarda Seyahat Planlama ve Satın Alma Gelişme Kaydetti

Yazar

Jaclyn Loo

Yayınlanan

Mayıs 2017

Konular

Video, seyyar,

Seyahat planlama işlemleri mobil cihazlara geçtikçe müşteriler ilgili bilgileri her zamankinden daha hızlı bulmayı umuyorlar. Günümüzde hızlı ve kullanımı kolay bir mobil deneyime sahip olmak çok önemli. En iyi seyahat web sitelerini ve uygulamalarını sunan pazarlamacıların da rezervasyonları artırmaları ve uzun vadeli değer yaratmaları daha olası.

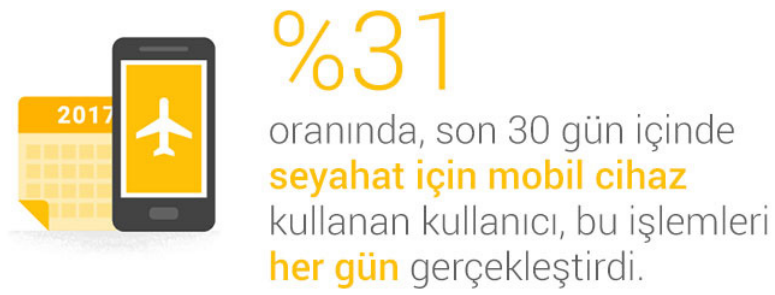
Tüketiciler seyahatle ilgili bilgiler konusunda her zamankinden daha çok mobil cihazlarına güveniyorlar. Son Google verileri, şu anda aile tatili ve lüks tatil gibi seyahat kategorilerinde masaüstünden çok mobil cihazlarda arama yapıldığını gösteriyor.¹ Söz konusu tatil aktivitelerini planlama olduğunda mobil cihazlar, seyahat edecek kullanıcılara daha fazla esneklik sunuyor. Seyahat eden çoğu kullanıcı, aktivitelerini gittiği yerde mobil cihazlarını kullanarak planlamak istiyor.²

Seyahat eden kullanıcılar daha çok mobil cihazlara döndükçe markaların göz önünde bulundurulması gereken üç gerçek ortaya çıkıyor:

think with 

Seyahat eden kullanıcılar mobil cihazlarda araştırma yapıp dönüşüm gerçekleştiriyorlar

Pek çok pazarlamacı, seyahat eden kullanıcıların yalnızca gerçekten ihtiyaçları olduğunda mobil cihazlarda araştırma ve rezervasyon yaptığını varsayıyor. Halbuki geçtiğimiz ay seyahatle alakalı etkinlikleri için mobil cihazlarını kullanan tüketicilerin %31'i her gün seyahat bilgileri aradı.³ Mobil cihazlarda en yaygın seyahat etkinliği olarak indirimler veya teklifler aranıyor. Bu tüketiciler aradıkları şeyi bulduklarında da mobil cihazlarında dönüşüm gerçekleştirmek istiyorlar. Ankete katılmadan önceki 90 gün içinde ortalama 299,50 ABD doları harcadılar.⁴



Kaynak: Google/Ipsos Media, ABD, "Travel on Mobile," taban: sayı=500 geçen ay seyahat için akıllı telefon kullanan 18 yaşından büyük ABD'li tüketiciler, Ekim 2016.

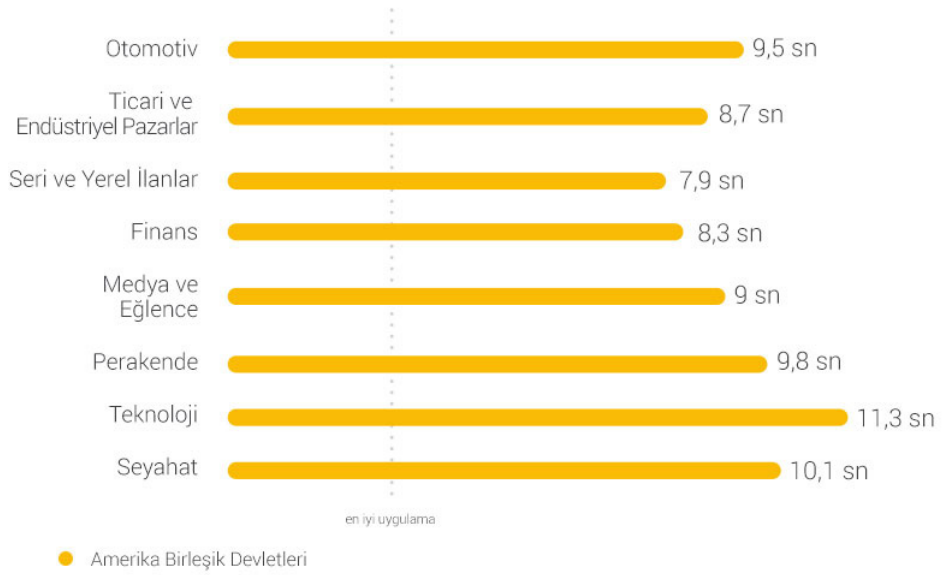
Mobil cihazlarda anında yanıt verebilmek, bağlılıktan daha önemli

Seyahat eden mobil cihaz kullanıcılarının %90'ından fazlası, ihtiyaçları karşılanmadığında başka bir site veya uygulamaya geçiyor.⁵ Seyahat eden mobil cihaz kullanıcılarının %79'u, akıllı telefonunda araştırma yaparken kaynağına bakmaksızın mevcut olan en alakalı bilgileri aradığını söylüyor.⁶

Tüketiciler daha hızlı deneyimler istiyor

Mobil site ziyaretçilerinin %53'ü, yüklenmesi üç saniyeden uzun süren bir sayfadan hemen ayrılıyor.⁷ Seyahat markalarının mobil sayfaları ortalama olarak 10,1 saniyede yükleniyor. Bir bütün olarak seyahat kategorisi, mobil sayfa ağırlığına ilişkin sektör karşılaştırmalarının da gerisinde kalıyor.

Hız: Ortalama Hız Endeksi



Google Verileri, Global, n=3.700, karşılaştırma verilerinin paylaşımının etkinleştirildiği mWeb siteleri örneğinden alınan toplu, anonim Google Analytics verileri, Mart 2016.

Seyahat eden kullanıcılar, seyahatle alakalı keşif, araştırma ve satın alma işlemlerini mobil cihazlarında gerçekleştiriyorlar. Bununla birlikte hızlı, sorunsuz ve kullanışlı bir deneyim bekliyorlar. Kazanan, bu deneyimi sunabilen markalar olacak.

Kaynaklar

¹Ocak 2017'de son bulmak üzere geçtiğimiz üç yıldaki arama sorgusu verilerine dayanan, Insights Finder Kategori Trendlerinden alınan Google Dahili Verileri.

²Google Anketi, ABD, "2017 Yaz Seyahati", taban: sayı = 823 Bu yaz en az bir kez tatile çıkmayı düşünen ABD'li online tüketiciler, Şub. 2017.

^{3,4}Google/Ipsos Media, ABD, "Mobil Cihazda Seyahat", taban: sayı = 500 geçen ay seyahat için akıllı telefon kullanan 18 yaşından büyük ABD'li tüketiciler, Ekim 2016.

^{5,6}Google/Ipsos Connect, ABD, "Seyahat Başucu Kitabı Omnibus 2017", taban: sayı = 2.268 seyahat eden 18 yaşından büyük ABD'li kullanıcılar, Nisan 2017.

⁷Google Verileri, Dünya geneli, taban: sayı = 3.700, karşılaştırma verilerini paylaşmayı kabul eden mobil web siteleri örneğinden alınan toplu, anonim Google Analytics verileri, Mart 2016.