

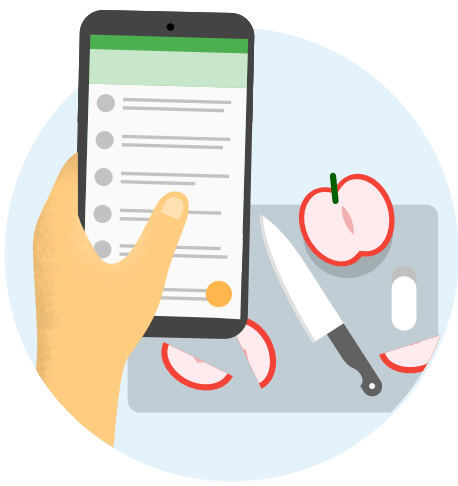
# Wie gehen Nutzer vor, wenn sie etwas Bestimmtes tun möchten?

Wie bindet man eine Krawatte? Wo finde ich das beste Rezept für hausgemachte Pasta? Ganz einfach: eine schnelle Suche auf dem Smartphone liefert die gewünschte Information. In diesen Mikromomenten können Unternehmen Nutzern hilfreiche Informationen bereitstellen. Wir wollten uns genauer ansehen, wie Nutzer vorgehen, wenn sie etwas Bestimmtes tun möchten. Also haben wir 1.000 Smartphonebenutzer gebeten, ihre mobilen Aktivitäten für uns festzuhalten. Hier ist das Ergebnis:

## MOMENTE, IN DENEN NUTZER AM HÄUFIGSTEN NACH INFORMATIONEN SUCHE



**Allgemeinwissen:**  
*Wie entferne ich einen Fleck?*

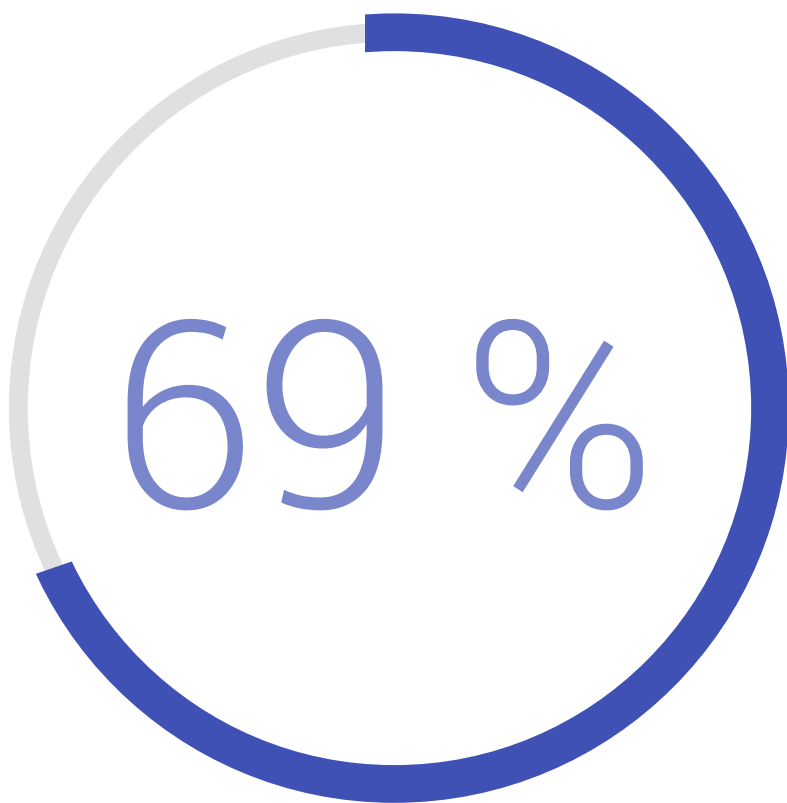


**Lebensmittel:**  
*Wo finde ich ein bestimmtes Rezept?*



**Haus und Garten:**  
*Wo finde ich Tipps und Tricks zur Gartenarbeit?*

## AM HÄUFIGSTEN VERWENDETES GERÄT



der Nutzer greifen in diesen Momenten zum Smartphone.

## DIE 5 HÄUFIGSTEN METHODEN



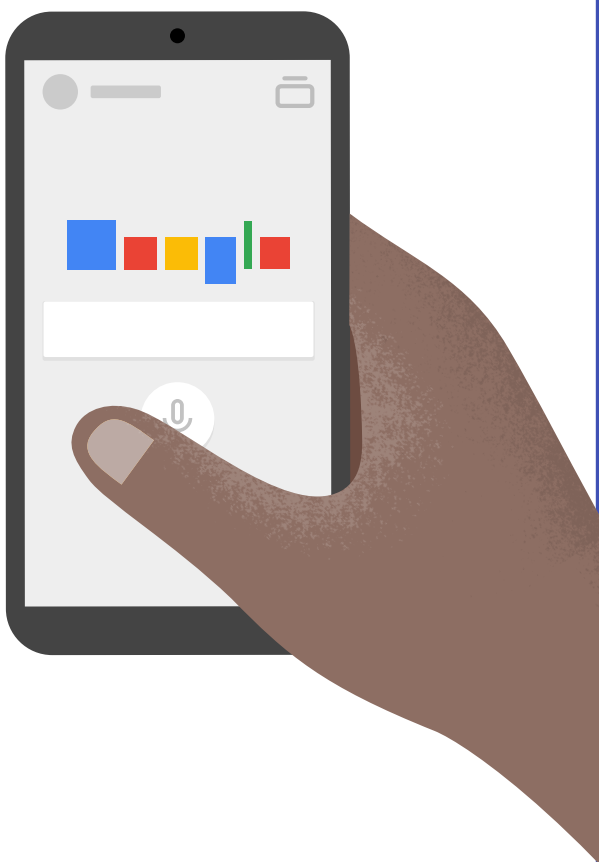
- 72 % führen eine Suche durch.
- 34 % rufen eine rein informative Website oder App auf.
- 31 % sehen sich online ein Video an.
- 25 % sehen sich online Bilder an.
- 20 % rufen jemanden an oder senden eine Nachricht.

## AUSWIRKUNG DIESER MOMENTE AUF DIE KAUFENTSCHEIDUNG



**Mobilgeräte**  
**76 %**  
der Nutzer haben vor dem Kauf eine relevante Aktion auf ihrem Smartphone durchgeführt.

**Suchanfragen**  
**59 %**  
der Nutzer haben vor dem Kauf eine relevante Suche durchgeführt.



### Warum das wichtig ist

Smartphones und insbesondere die mobile Suche spielen beim Auffinden bestimmter Informationen eine große Rolle. Bietet Ihr Unternehmen Nutzern relevante und nützliche Informationen auf Mobilgeräten? Sind Sie präsent, wenn Nutzer sich kurz vor einem Kauf in der Entscheidungsphase befinden? Und schließlich: Erfassen Sie alle diese mobilen Interaktionen und werten sie entsprechend Ihren Anforderungen aus?