

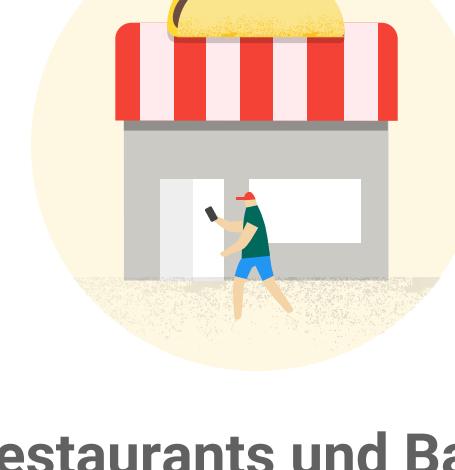
## Wie gehen Nutzer vor, wenn sie einen bestimmten Ort aufsuchen möchten?

Wenn Nutzer zu einem bestimmten Ort gehen möchten, sehen sie sich nach Zielen in der Nähe um – zum Beispiel nach einem Café oder einem Fitnessstudio. Diese Mikromomente sollten Unternehmen nutzen, um Interessenten für sich zu gewinnen. Wir wollten uns genauer ansehen, wie Nutzer vorgehen, wenn sie einen bestimmten Ort aufsuchen möchten. Also haben wir 1.000 Smartphonenuer gebeten, ihre mobilen Aktivitäten für uns festzuhalten. Hier ist das Ergebnis:

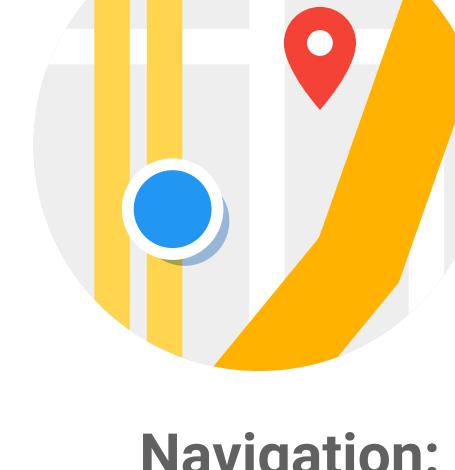
### MOMENTE, IN DENEN NUTZER AM HÄUFIGSTEN EINEN BESTIMMTEN ORT AUFSUCHEN MÖCHTEN


**Einkaufen:**

Wann öffnet das Geschäft?

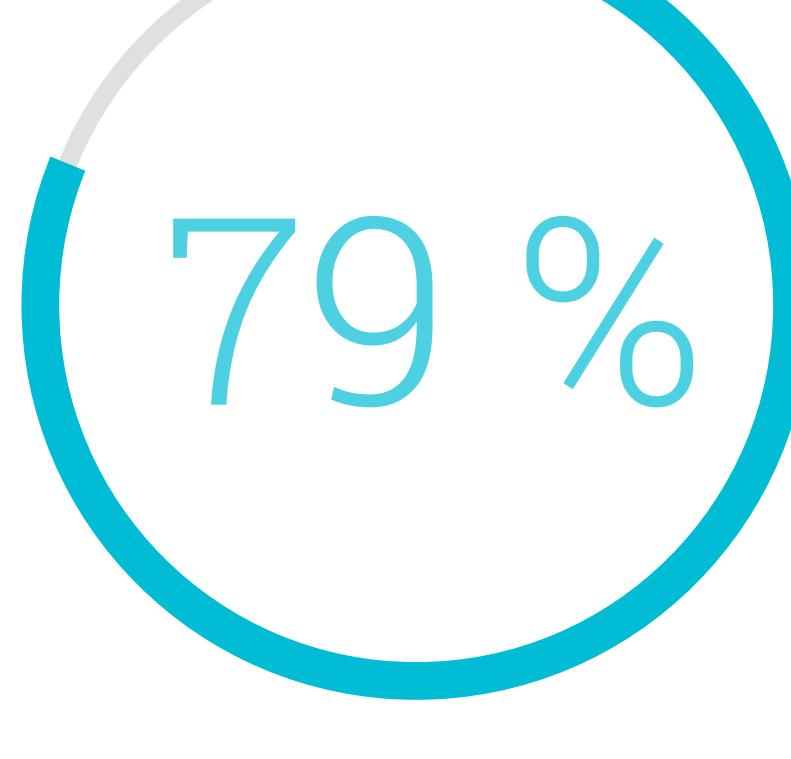

**Restaurants und Bars:**

Wo kann ich in der Nähe zu Mittag essen?


**Navigation:**

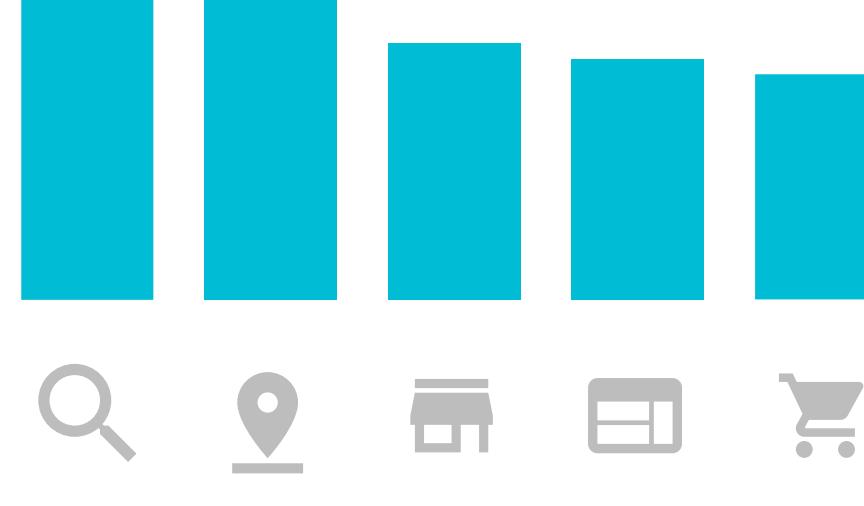
Wie komme ich am besten zum Flughafen?

### AM HÄUFIGSTEN VERWENDETES GERÄT



der Nutzer greifen zum Smartphone.

### DIE 5 HÄUFIGSTEN METHODEN



**69 %** führen eine Suche durch.

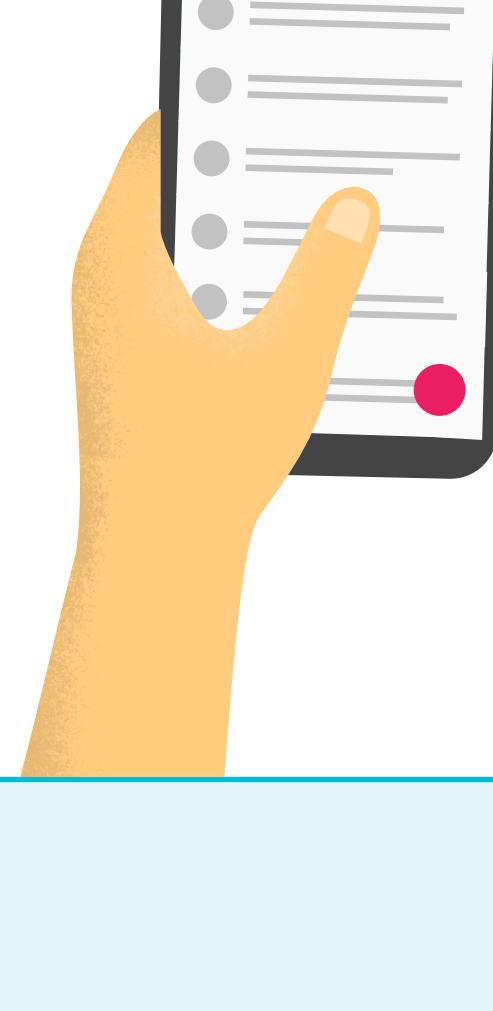
**55 %** nutzen einen Onlinekarte.

**40 %** suchen ein Ladengeschäft oder einen anderen Ort auf.

**36 %** rufen eine rein informative Website oder App auf.

**34 %** rufen die Website oder App eines Händlers auf.

### WAS IN DIESEN MOMENTEN PASSIERT, HAT AUSWIRKUNGEN AUF DIE KAUFENTScheidUNG


**Mobilgeräte**

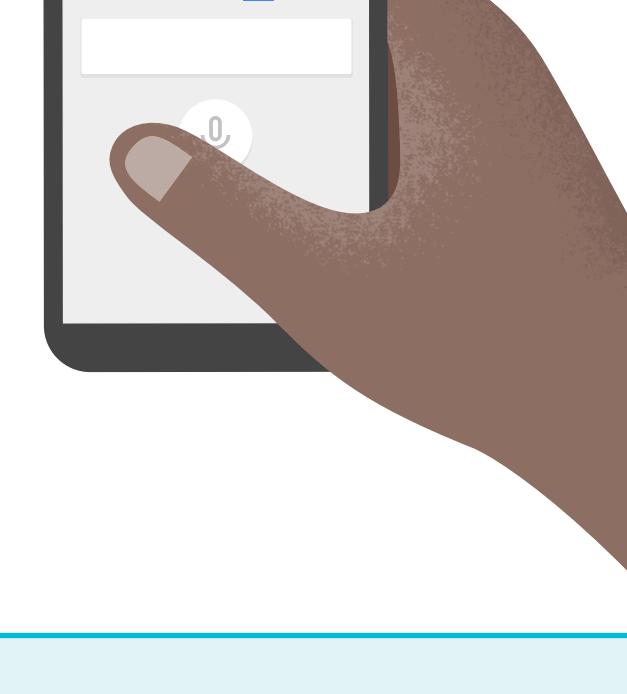
**86 %**

der Nutzer haben vor dem Kauf eine relevante Aktion auf ihrem Smartphone durchgeführt.

**Suchanfragen**

**48 %**

der Nutzer wurden durch ein relevantes Suchergebnis beeinflusst.



### Warum das wichtig ist

Smartphones und insbesondere die mobile Suche spielen bei der Entscheidung für ein bestimmtes Ziel eine große Rolle. Bietet Ihr Unternehmen Nutzern relevante und hilfreiche Informationen, wenn sie auf Mobilgeräten nach bestimmten Produkten oder Dienstleistungen suchen? Sind Sie in den wichtigen Momenten kurz vor dem Kauf präsent, wenn Nutzer ein konkretes Ziel auswählen? Und schließlich: Erfassen Sie alle diese mobilen Interaktionen und werten Sie diese korrekt aus?