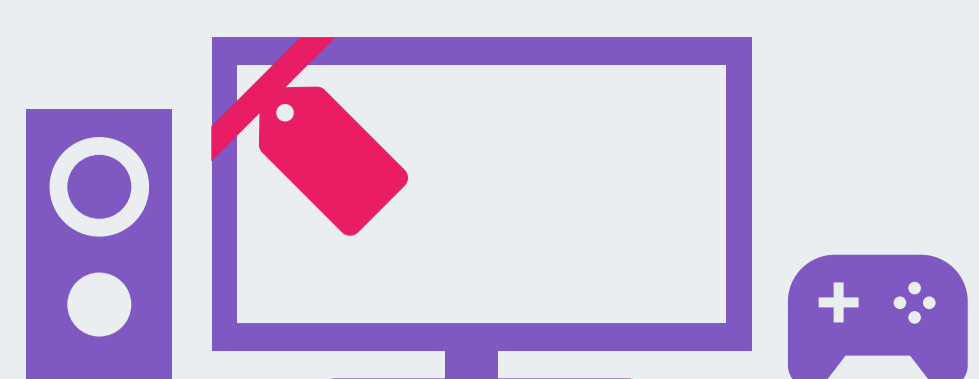
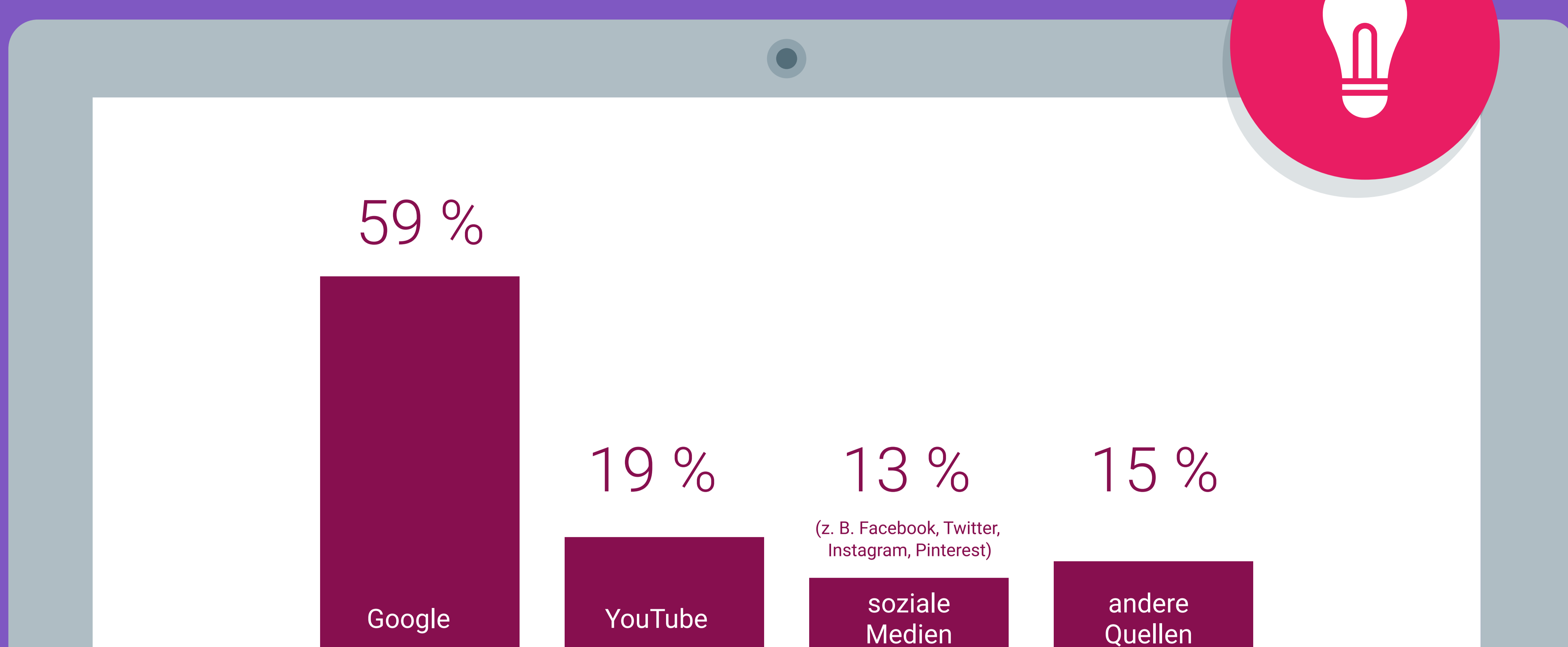


Entscheidende Momente im Kaufprozess von Unterhaltungselektronik

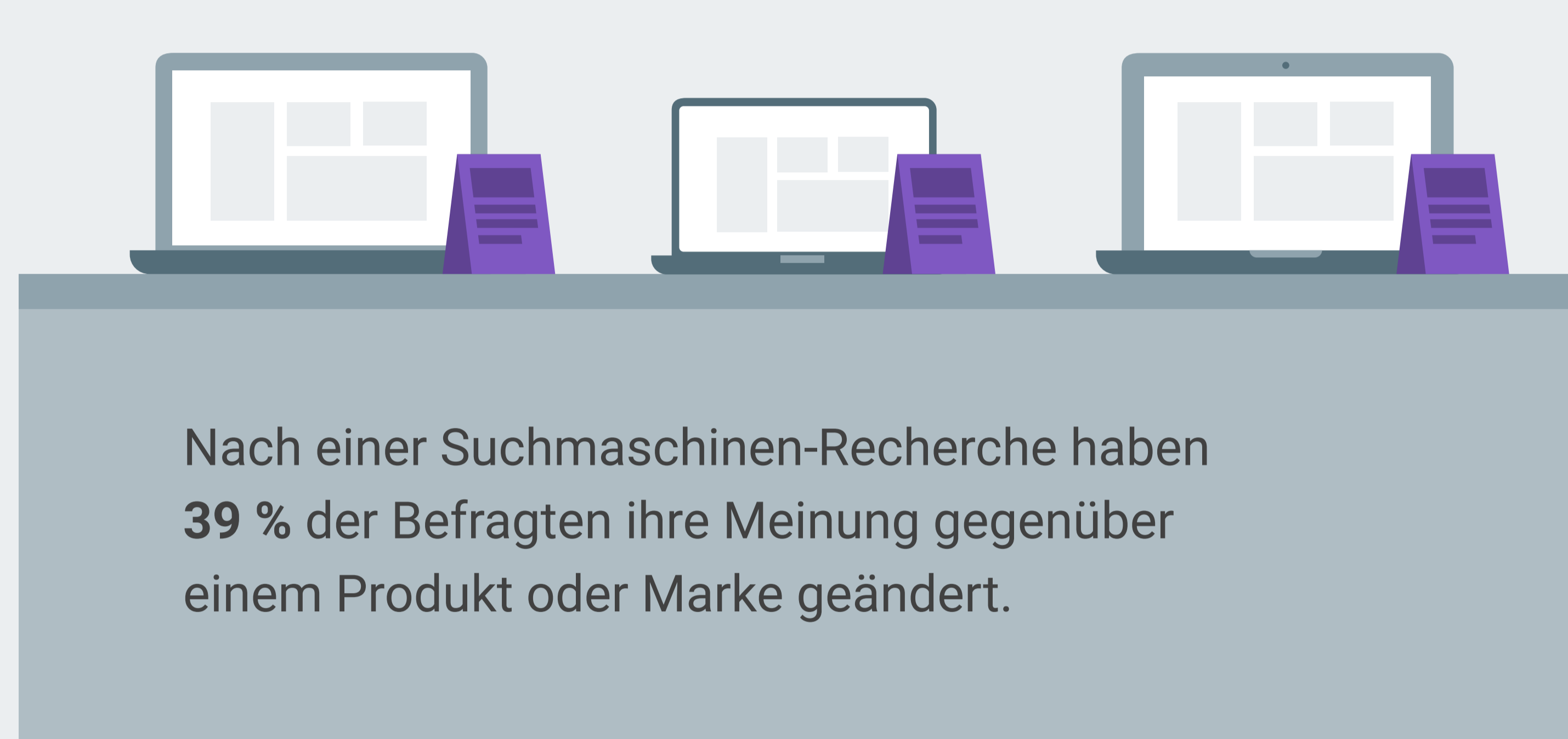


DER „ICH-BRAUCHE-IDEEN“-MOMENT

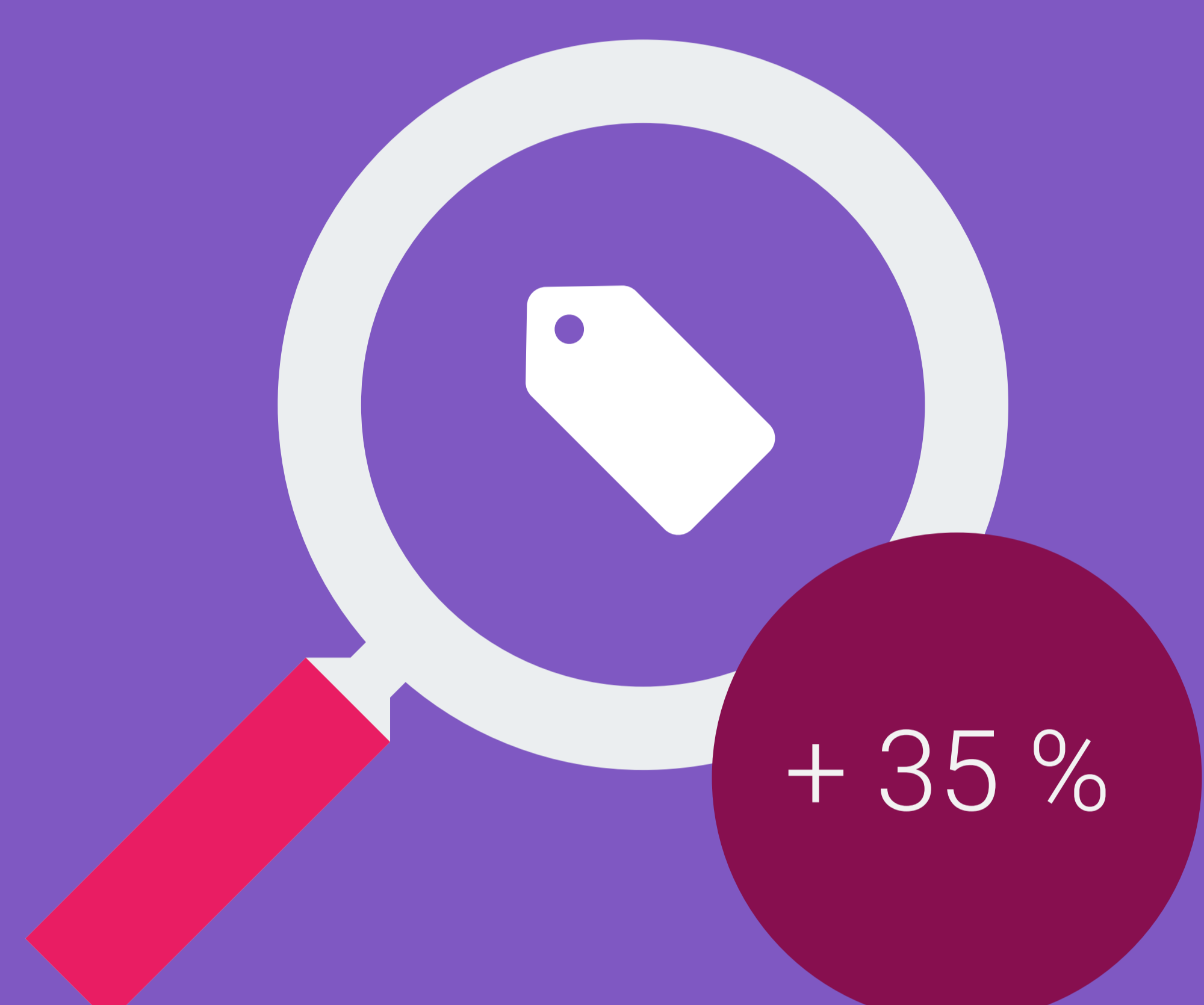
Konsumenten lassen sich online inspirieren. Wenn sie Ideen suchen, nutzen:



Das Smartphone wird sowohl **unterwegs** als auch **im Geschäft genutzt**, um Preise, Produkte und Marken zu vergleichen.

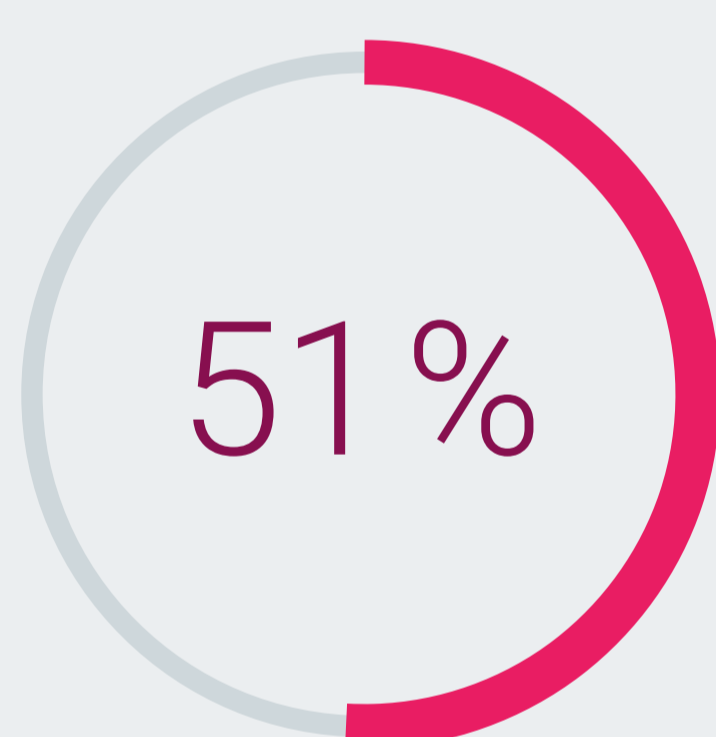


Nach einer Suchmaschinen-Recherche haben **39 %** der Befragten ihre Meinung gegenüber einem Produkt oder Marke geändert.

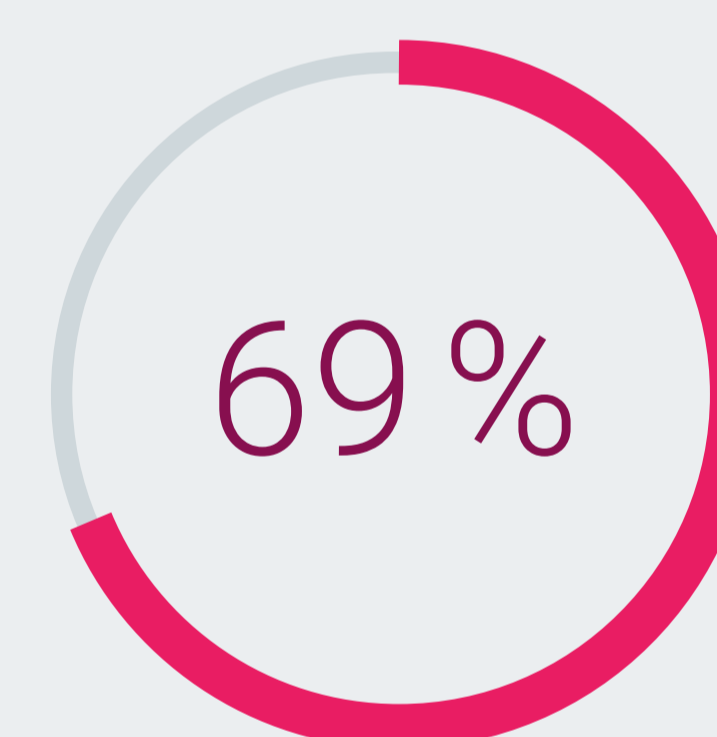


Die Suchanfragen nach „**Angeboten**“ in der Kategorie Computer & Unterhaltungselektronik sind zum Vorjahr gestiegen.

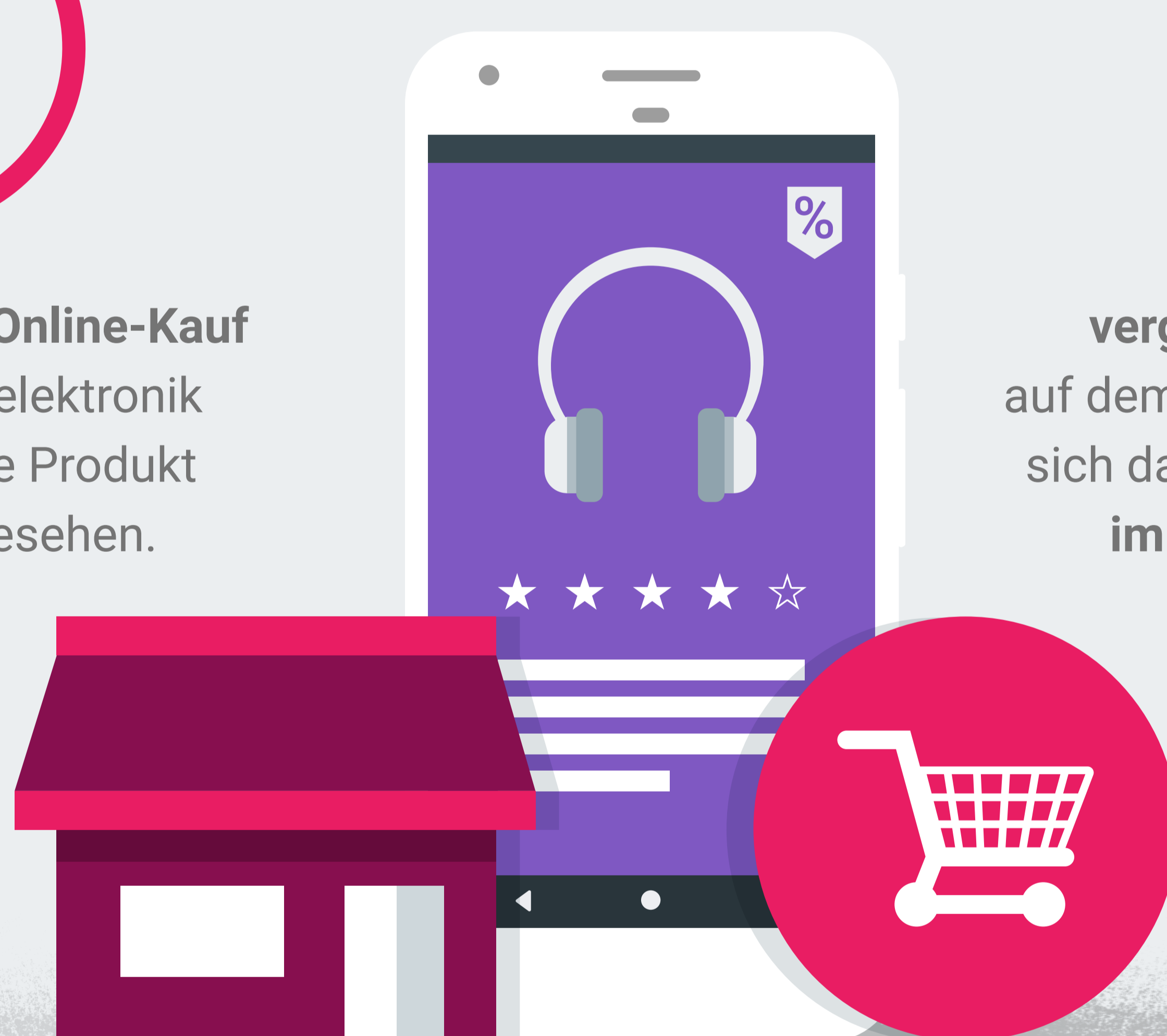
DER „ICH-WILL-ES-KAUFEN“-MOMENT



haben sich **vor dem Online-Kauf** von Unterhaltungselektronik das entsprechende Produkt **im Geschäft** angesehen.

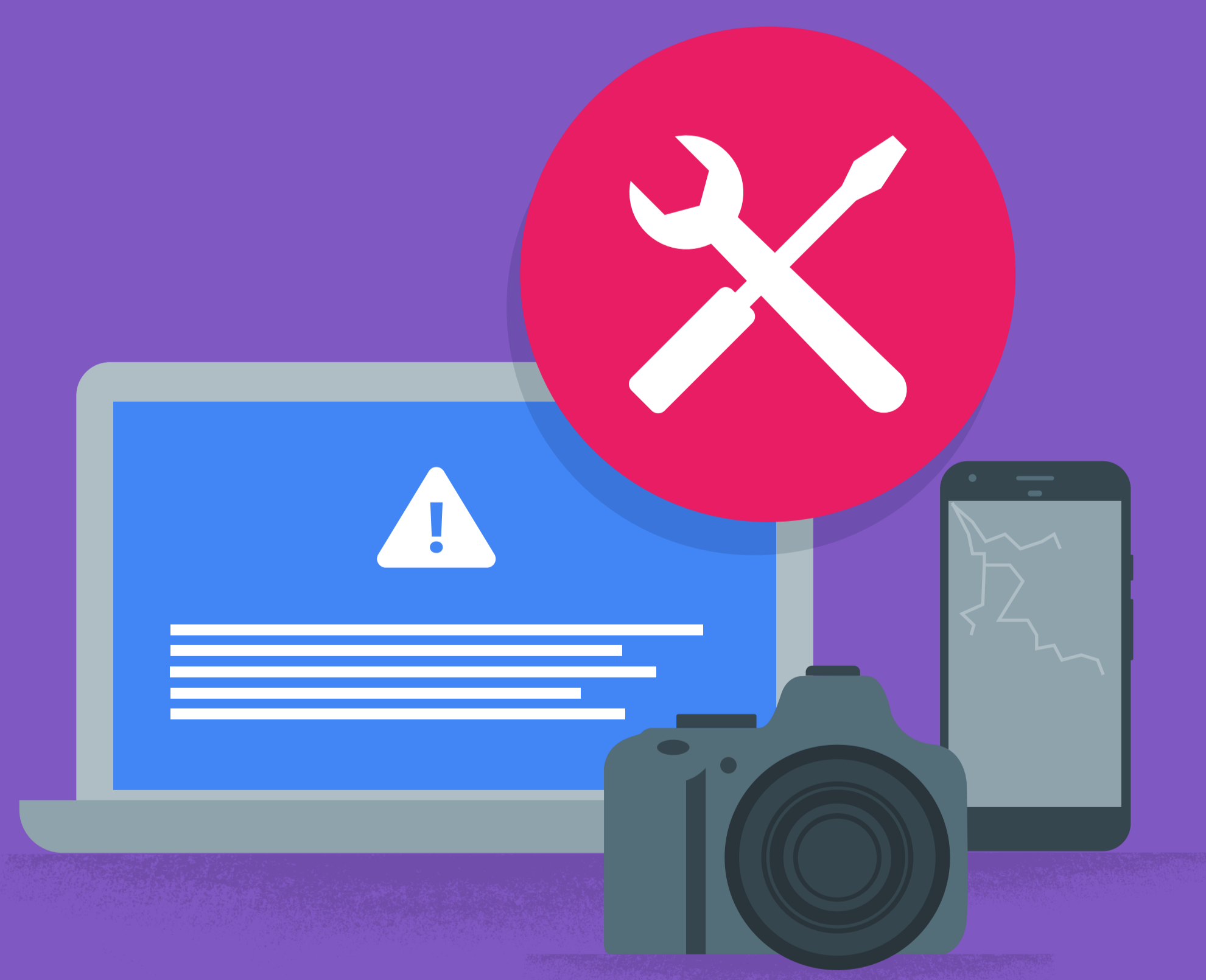


vergleichen Produktpreise auf dem Smartphone, während sie sich das entsprechende Produkt **im Geschäft** anschauen.



DER „WIE-KANN-ICH-DAS-REPARIEREN?“-MOMENT

Kunden erwarten viel von den Verkäufern. Nach dem Kauf sollten diese in der Lage sein, nicht nur eine Anweisung zur Benutzung zu geben, sondern auch bei kleineren Reparaturen zu helfen.

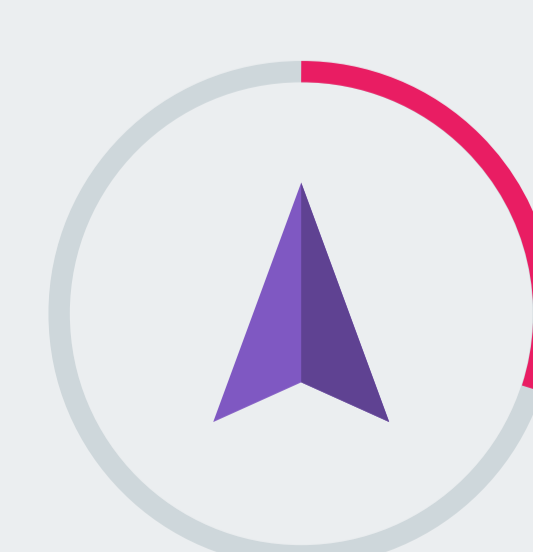


Suchanfragen für „**Reparatur**“ sind im Zusammenhang mit elektronischen Geräten um **58 %** zum Vorjahr gestiegen.

Leichtere Navigation und höhere Sicherheit begünstigen Kauf per Smartphone



28 % würden häufiger über das Smartphone kaufen, wenn eine **höhere Sicherheit** der (Zahlungs-)Daten gewährleistet wäre.



Eine **leichtere Navigation** wäre für **30 %** ein Grund, vermehrt mit dem Smartphone einzukaufen.



Quellen: Google Consumer Survey, Mai 2017 und Google-interne Daten