

Momenti che contano ora: perché devi essere il consulente che i consumatori stanno cercando

Autore

Lisa Gevelber

Pubblicato

Agosto 2017

Argomenti

Dispositivi mobili, rete di ricerca
Momenti che contano

Viviamo in un mondo in cui abbondano le possibilità di scelta, la disponibilità di brand e i modi per fare le cose. Siamo tutti avidi di consigli.

Quando dobbiamo valutare se effettuare un acquisto importante o prendere una decisione seria, ad esempio quale frigorifero comprare, quale carriera seguire o quale banca scegliere per il mutuo, è naturale consultare non solo amici e familiari, ma anche la moltitudine di informazioni digitali disponibili. Dopotutto, si tratta di decisioni importanti.

Tuttavia, l'avvento dei dispositivi mobili ha cambiato le cose. Grazie all'accesso illimitato a informazioni sempre a portata di mano, ora siamo abituati a rivolgerci a un dispositivo per consigli rapidi e utili su una gamma di argomenti molto più ampia. Per prendere qualsiasi decisione, non dobbiamo fare altro che affidarci al cellulare. Ciò significa che l'attuale consumatore decide da solo ciò che merita maggiore o minore considerazione; pertanto, i professionisti del marketing delle varie categorie hanno l'opportunità di influenzare questi acquirenti curiosi e investigativi con utili consigli.

Anche le più piccole decisioni sono importanti

Nessuno vuole ottenere un finanziamento a condizioni sfavorevoli o comprare un'auto che consumi molto e neppure acquistare una crema per

think with 

il viso, un ombrello o una T-shirt di pessima qualità. Che sia il valore, lo stile o la qualità a interessarci di più, oggi possiamo effettuare ricerche su tutto ciò che pensiamo di acquistare, indipendentemente dalla categoria o dal prezzo, in primo luogo sul cellulare, e probabilmente è esattamente quello che faremo. Possiamo rivolgerci al cellulare per ottenere le risposte necessarie a prendere la decisione giusta e comprare l'articolo più adatto.

In Google, il fenomeno è molto evidente nei dati di ricerca. Non solo negli ultimi due anni sono aumentate di oltre l'80% le ricerche da dispositivo mobile contenenti il termine "migliore" [vedi i dati],¹ ma tale incremento ha riguardato maggiormente i prodotti che ricevono tipicamente una minore considerazione, anziché quelli a cui i consumatori riservano più attenzione.² In altri termini, siamo sempre più ossessionati dalla ricerca, anche per le piccole cose.

Pensa a un prodotto che usi ogni giorno: lo spazzolino da denti. Forse tu non gli presti molta attenzione, ma molte persone lo fanno. Negli ultimi due anni, le ricerche da dispositivo mobile dei termini "migliore spazzolino da denti" sono aumentate di oltre il 100%.³

E questa tendenza non si limita all'igiene dentale. Altre categorie che registrano un aumento delle ricerche da dispositivo mobile contenenti il termine "migliore" sono:⁴

- Migliori ombrelli (oltre il 140%)
- Migliori accessori da viaggio (oltre il 110%)
- Migliori deodoranti (oltre il 60%)

Esempi di ricerche in aumento da dispositivo mobile contenenti il termine "migliore"



Migliori ombrelli
(oltre il 140%)



Migliori accessori da viaggio
(oltre il 110%)



Migliori deodoranti
(oltre il 60%)

Per i professionisti del marketing operanti in categorie di prodotti che tradizionalmente ricevono una minore considerazione, si tratta di un aumento veramente sorprendente. Ora è possibile riformulare il loro ruolo nell'ambito del marketing per aiutare i consumatori a prendere le giuste decisioni.

I consigli non sono uguali per tutti

Parlando di ricerca di consigli, non tutti gli utenti desiderano conoscere le stesse cose. Fortunatamente, la ricerca consente di inserire termini molto specifici e sperare comunque di ottenere informazioni utili.

Prendiamo come esempio le scarpe. Gli utenti vogliono sicuramente sapere quali sono le migliori, ma cercano le informazioni in modi molto personali e particolari. Di seguito sono riportati alcuni esempi di ricerche specifiche da dispositivo mobile che sono aumentate in questa categoria.

- Migliori scarpe da corsa per piedi piatti
- Migliori scarpe per infermieri
- Migliori scarpe da trail running
- Migliori scarpe per fascite plantare

Esempi di ricerche in aumento da dispositivo mobile relative alle migliori scarpe



Inoltre, la natura personale della ricerca di suggerimenti indica che a volte desideriamo solo decidere quale prodotto acquistare, mentre altre volte cerchiamo consigli più legati allo stile di vita. Ad esempio, abbiamo registrato elevati tassi di crescita delle ricerche da dispositivo mobile sia di "migliori prodotti anti-invecchiamento della pelle" che di "migliore

routine di bellezza quotidiana per trentenni”, termini raramente cercati prima d’ora. Esamina i dati delle ricerche per la tua categoria. Quali sono gli argomenti cercati dagli utenti?

L’esperienza in prima persona non ha ancora sostituito

Da sempre, ci rivolgiamo ad altri per consigli su decisioni da prendere. Ora più che mai, sfruttiamo l’esperienza degli altri cercando online recensioni e valutazioni di prodotti, foto e blog. Le esperienze in prima persona fatte da altri utenti ci aiutano nella scelta dei prodotti. Vogliamo sapere ciò che pensano gli altri e conoscere le loro esperienze, positive e negative che siano.

Per anni, le ricerche di recensioni sui prodotti hanno fatto da traino. Nonostante ciò, negli ultimi due anni, le ricerche da dispositivo mobile di “recensioni di prodotti” sono cresciute di oltre il 35% [vedi i dati].⁵ Inoltre, gli utenti si rivolgono sempre più ai video per dispositivi mobili per guardare recensioni. Negli ultimi due anni, i video il cui titolo contiene la parola “recensione” hanno totalizzato più di 50.000 anni di tempo di visualizzazione solo sui dispositivi mobili [vedi i dati].⁶

Tornando agli spazzolini da denti, gli utenti cercano recensioni anche per un articolo così comune? Certamente. Negli ultimi due anni, le ricerche da dispositivo mobile di “recensioni sugli spazzolini da denti” sono più che raddoppiate.⁷

Trasforma il tuo brand in un consulente

La ricerca di Google indica che gli utenti si rivolgono ai dispositivi mobili e cercano attivamente suggerimenti in varie categorie anche per le piccole cose. Rendendo il tuo brand facilmente individuabile e sapendo dove e quando i consumatori cercano suggerimenti, puoi fare in modo di essere presente con il giusto consiglio in ogni momento in cui ne hanno bisogno. Come professionisti del marketing, possiamo essere alleati dei consumatori, fornendo loro informazioni e suggerimenti basati su esperienze reali, che alimentano il loro desiderio di conoscenza.

Fonti

¹ Dati di Google, Stati Uniti, confronto tra i periodi gennaio - giugno 2015 e gennaio - giugno 2017. I 500 principali termini di ricerca contenenti “migliore”.

² Dati di Google, Stati Uniti, confronto tra i periodi gennaio - giugno 2015 e gennaio - giugno 2017. Le categorie di prodotti e servizi a maggiore considerazione sono commercio e industria, elettronica di consumo, finanza, settore immobiliare, viaggi e veicoli. Le categorie di prodotti e servizi a minore considerazione sono abbigliamento, bellezza, cura della persona, ristoranti, cibo e alimentari, regali e occasioni importanti, merci generiche e rivenditori.

^{3-5, 7} Dati di Google, Stati Uniti, confronto tra i periodi gennaio - giugno 2015 e gennaio - giugno 2017.

⁶ Dati di YouTube, Stati Uniti. I video di recensioni sono stati classificati in base a dati pubblici, come titoli, tag e così via e potrebbero non includere tutti i video di questo tipo presenti su YouTube, luglio 2015 - giugno 2017.