

Checklist per le festività 2017: cosa devi sapere sui consumatori di oggi, sempre più dipendenti dai cellulari

Come fai a distinguerti dalla concorrenza durante il periodo super competitivo delle festività? Offrendo ai consumatori di oggi, che sono sempre più dipendenti dai cellulari, tutta l'assistenza di cui hanno bisogno per fare acquisti. I consumatori sono diventati più curiosi, esigenti e impazienti che mai: per riuscire a conquistarli durante le festività, i professionisti del marketing dovrebbero concentrarsi su quattro principali tendenze.



Gli acquirenti visitano i negozi con intenzioni ben precise

Oggi più che mai, gli acquirenti fanno ricerche sui dispositivi mobili per decidere in quali negozi recarsi per ottenere ciò che vogliono.



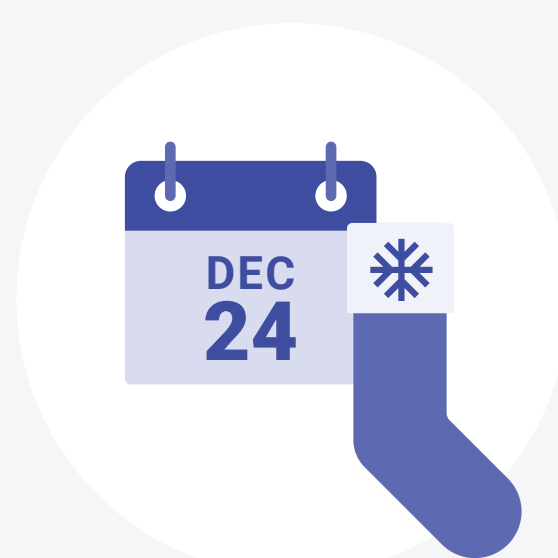
Le ricerche effettuate da dispositivo mobile per sapere **"dove acquistare"** (ad esempio "dove acquistare una felpa natalizia divertente") sono aumentate di oltre l' **85%** negli ultimi due anni.¹



Il tempo di visualizzazione di video correlati a **tour di negozi** su YouTube è cresciuto di oltre **10 volte** negli ultimi due anni.²

Gli acquirenti last-minute fanno sempre più ricerche

I consumatori impazienti dei nostri giorni, sapendo di avere molte più opportunità, si aspettano di poter effettuare acquisti direttamente fino al giorno di Natale.



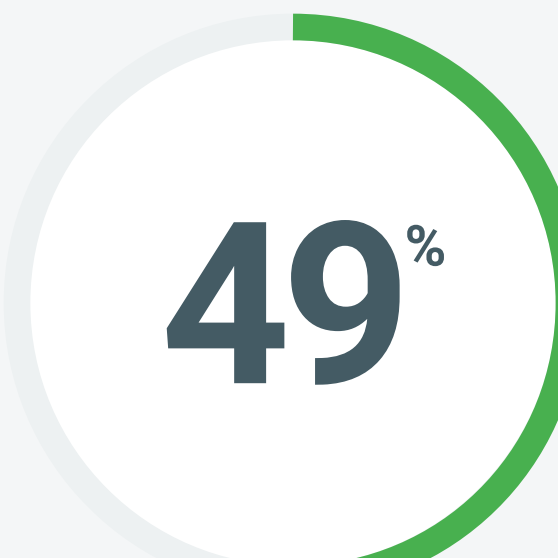
Nel 2016 le ricerche per **"dove acquistare"** (ad esempio "dove acquistare Hatchimal", "dove acquistare NES classic" e "dove acquistare Cards Against Humanity"), hanno registrato il picco la **vigilia di Natale**.³



Le ricerche da dispositivo mobile per **"orario di apertura negozi"** hanno raggiunto il culmine a **Natale**, che è il giorno dell'anno con il numero più elevato di quel tipo di ricerche.⁴

I consumatori vogliono un'esperienza personalizzata

Gli utenti che fanno acquisti durante le festività non solo si aspettano di poter effettuare ricerche e trovare risposte mentre sono in giro, ma pretendono anche soluzioni super pertinenti e adatte alle proprie esigenze specifiche.



Il **49%** dei possessori di smartphone dichiara che preferisce acquistare su un sito o un'app per dispositivi mobili che consiglia brand o prodotti **in base alle visualizzazioni, alle vendite e agli acquisti precedenti**.⁵



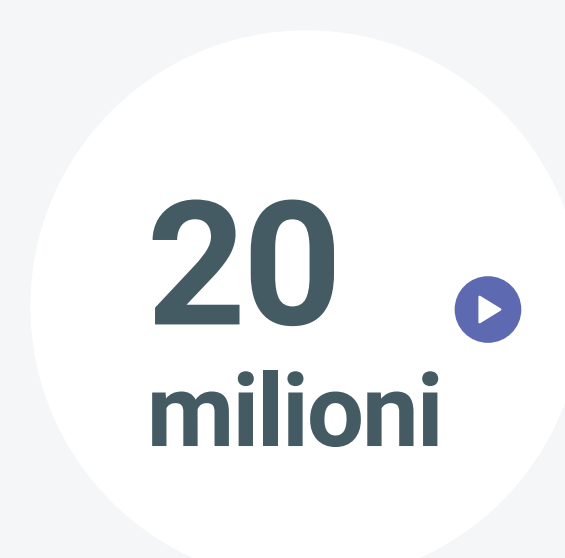
Gli utenti **indicano per chi devono acquistare i regali** (ad esempio "regali per colleghi" o "regali per parrucchieri") e si aspettano di ottenere i risultati migliori, **adatti alle loro esigenze**. Le ricerche per "regali" effettuate da dispositivo mobile sono aumentate del **50%** dalla prima settimana di dicembre alla settimana di Natale.⁶

I consumatori si affidano ai video per scoprire ogni dettaglio

Chi fa acquisti durante le festività è ossessionato dalle ricerche e vuole esaminare ogni singolo aspetto di un prodotto. I video svolgono un ruolo cruciale in questa fase del percorso.



I video di tipo **"Shop with me"** stanno diventando sempre più popolari sui dispositivi mobili, dove hanno registrato un tempo di visualizzazione di oltre **10 volte** superiore negli ultimi due anni.⁷



Il tempo trascorso dagli utenti a guardare **video di unboxing** sui propri telefoni equivale al tempo richiesto per guardare il classico film natalizio "Love Actually - L'amore davvero" più di **20 milioni** di volte.⁸

FONTI

- 1 Dati di Google, Stati Uniti, confronto tra i periodi gennaio-giugno 2015 e gennaio-giugno 2017
- 2 Dati di YouTube, Stati Uniti. I video congeggiati sono stati classificati come video di tour di negozi in base a dati pubblici quali titoli, tag, ecc. e potrebbero non includere tutti i video di questo tipo presenti su YouTube tra gennaio-giugno 2015 e 2017.
- 3, 4, 6 Dati di Google, Stati Uniti, novembre-dicembre 2016
- 5 Google/Kelton: "How digital innovations influence consumer expectations", Stati Uniti, dicembre 2016, n = 3119 adulti maggiorenni statunitensi
- 7 Dati interni di Google, Stati Uniti, luglio 2017
- 8 Dati di YouTube, Stati Uniti. I video congeggiati sono stati classificati come video di unboxing in base a dati pubblici come titoli, tag, ecc. e potrebbero non includere tutti i video di questo tipo presenti su YouTube tra gennaio-giugno 2015 e 2017.