

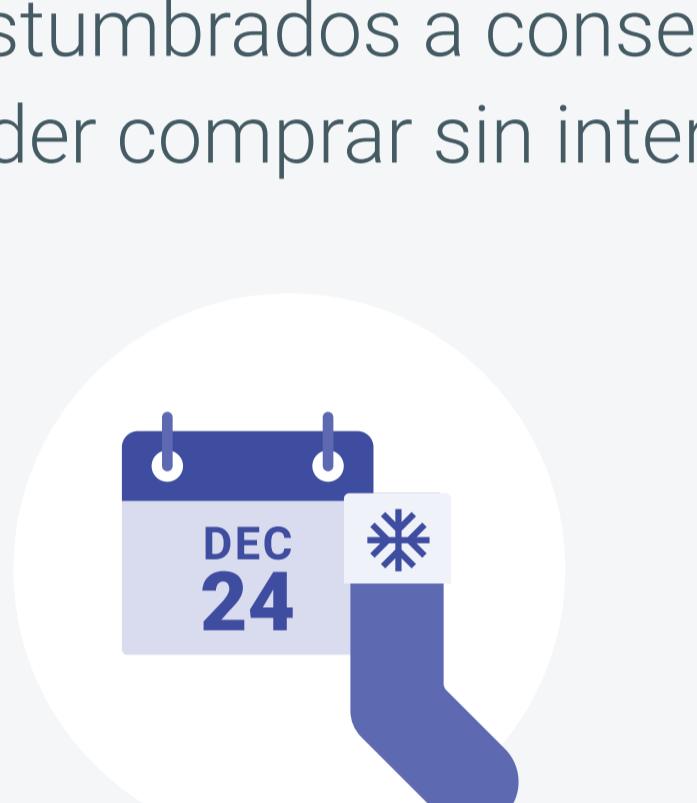
Navidades del 2017: Todo lo que hay que saber sobre los compradores que dan prioridad a los dispositivos móviles

¿Quieres destacar entre la competencia durante esta temporada tan especial? Entonces, debes ofrecer a los consumidores que dan prioridad a los dispositivos móviles todo lo que necesitan para hacer sus compras. Si tenemos en cuenta los datos que demuestran que los consumidores son más curiosos, exigentes e impacientes que nunca, está claro que los profesionales del marketing deben centrarse en cuatro tendencias clave para conseguir compradores durante las fiestas.

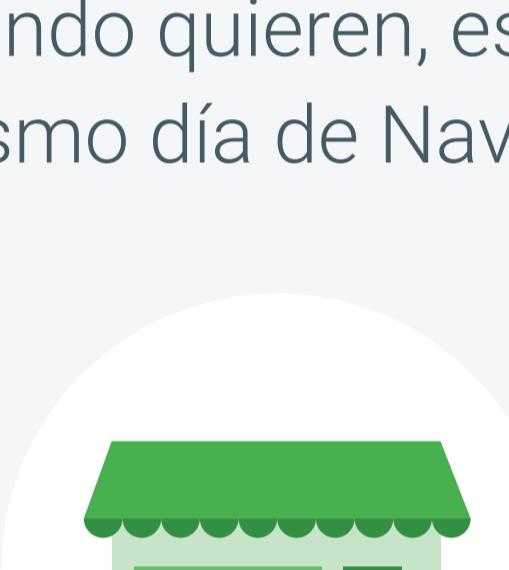


Cada vez más, los compradores visitan tiendas con una clara intención de compra

Los usuarios cada vez buscan más con sus dispositivos móviles para saber en qué tienda encontrar lo que quieren.



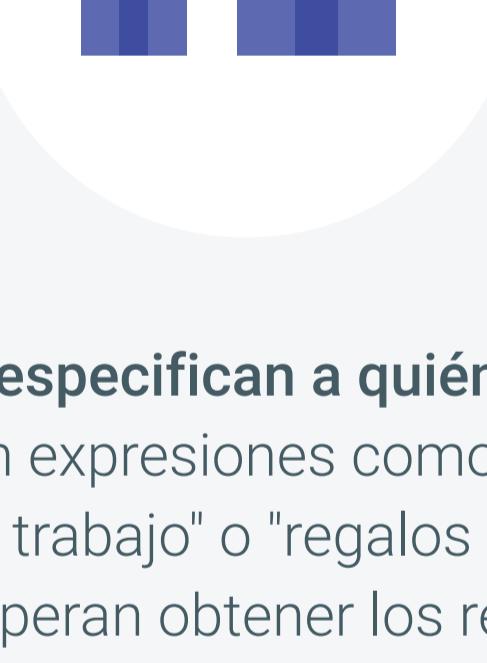
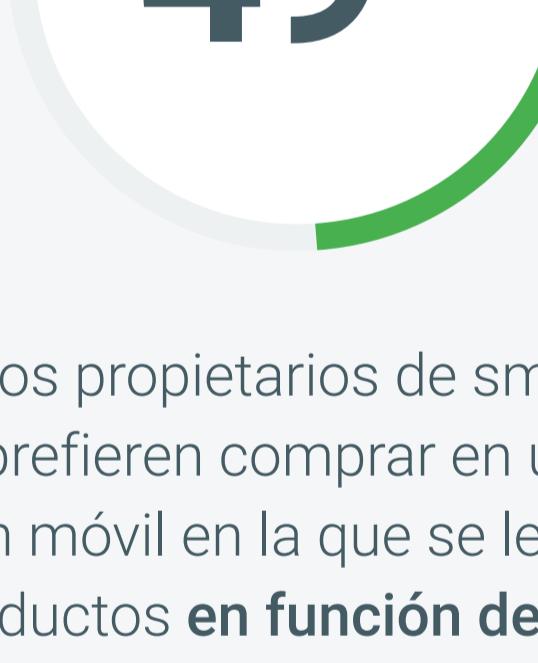
Las búsquedas móviles que contenían la expresión "**dónde comprar**" (por ejemplo, "dónde comprar la mejor cesta de navidad") han crecido más de un **85 %** en los últimos dos años.¹



El tiempo de visualización en YouTube de vídeos clasificados como "**visita a la tienda**" **se ha multiplicado por más de 10** en los últimos dos años.²

Los compradores de última hora realizan más búsquedas que nunca

Los consumidores de hoy en día, que son impacientes y están acostumbrados a conseguir lo que quieren cuando quieren, esperan poder comprar sin interrupciones hasta el mismo día de Navidad.



Durante la **Nochebuena** del 2016 se observó un pico de búsquedas con la expresión "**dónde comprar**" como "dónde comprar Hatchimals", "dónde comprar NES Classic Edition" y "dónde comprar Cartas contra la Humanidad".³

En **Navidad** se detectó un pico de búsquedas móviles con el término "**horarios**". La Navidad fue el día del año en que más veces se realizó esta búsqueda.⁴

49 %

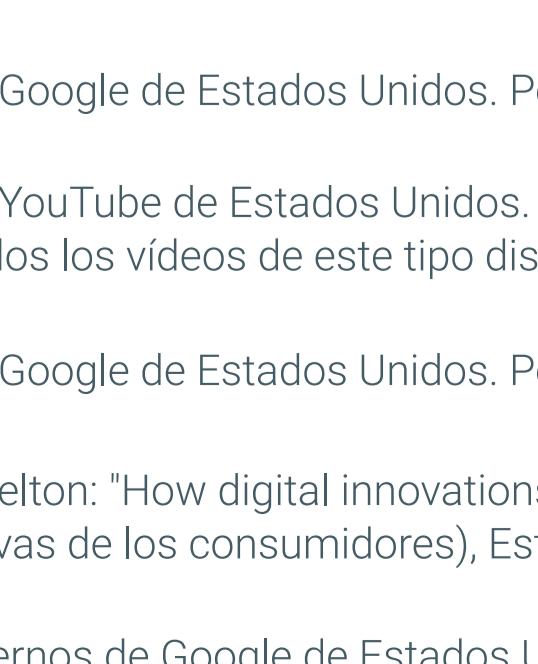
▲50 %

El **49 %** de los propietarios de smartphones afirman que prefieren comprar en un sitio web o una aplicación móvil en la que se le recomiendan marcas o productos **en función de los artículos que han visto, los descuentos disponibles y las compras que han realizado**.⁵

Los usuarios **especifican a quién quieren hacer regalos**—con expresiones como "regalos para compañeros de trabajo" o "regalos para peluqueros", por lo que esperan obtener los resultados más **relevantes en función de sus necesidades**. Las búsquedas móviles que contenían el término "regalos" aumentaron un **50 %** entre la primera semana de diciembre y la semana de Navidad.⁶

Los compradores ven vídeos para saber qué están comprando

Los usuarios que compran durante las fiestas no se cansan de buscar y comparar. Quieren examinar lo que compran desde todas las perspectivas, y los vídeos son un gran aliado en esta fase del proceso.



▲10 veces más

20 millones

FUENTES

¹ Datos de Google de Estados Unidos. Periodo de enero a junio del 2015 frente al periodo de enero a junio del 2017.

² Datos de YouTube de Estados Unidos. La clasificación "visita a la tienda" se basa en datos públicos como títulos y etiquetas, y podría no incluir todos los videos de este tipo disponibles en YouTube entre los períodos de enero a junio del 2015 y de enero a junio del 2017.

^{3, 4, 6} Datos de Google de Estados Unidos. Periodo de noviembre a diciembre del 2016.

⁵ Google/Kelton: "How digital innovations influence consumer expectations", (Cómo las innovaciones digitales influyen las expectativas de los consumidores), Estados Unidos, diciembre del 2016, n=3,119 (adultos de Estados Unidos mayores de 18 años).

⁷ Datos interno de Google de Estados Unidos. Julio del 2017.

El tiempo total que los usuarios han pasado viendo **videos de unboxing** desde sus teléfonos es equivalente a ver "Love Actually" más de **20 millones** de veces.⁷

⁸ Datos de YouTube de Estados Unidos. La clasificación "unboxing" se basa en datos públicos como títulos y etiquetas, y podría no incluir todos los videos de este tipo disponibles en YouTube entre los períodos de enero a junio del 2015 y de enero a junio del 2017.