

2017 NAVIDAD

un importante crecimiento en el **interés**

YouTube

300 MILLONES DE VISUALIZACIONES

relacionadas con la Navidad (dic. 2016 - en. 2017)

+50%

Google

46 MILLONES DE BÚSQUEDAS

relacionadas con la Navidad (dic. 2016 - en. 2017)

+12%

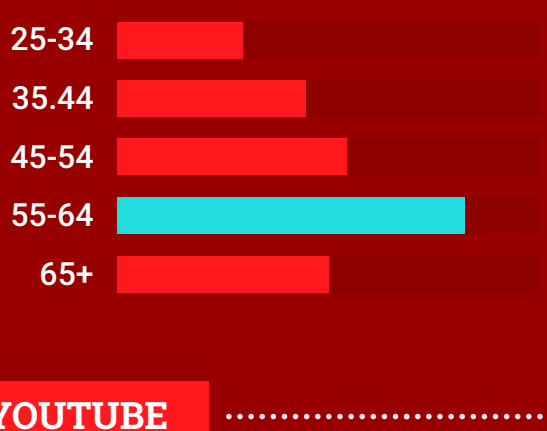
YOUTUBE

Volumen mensual de visitas

Diciembre es el mejor mes para dirigirse a tu audiencia

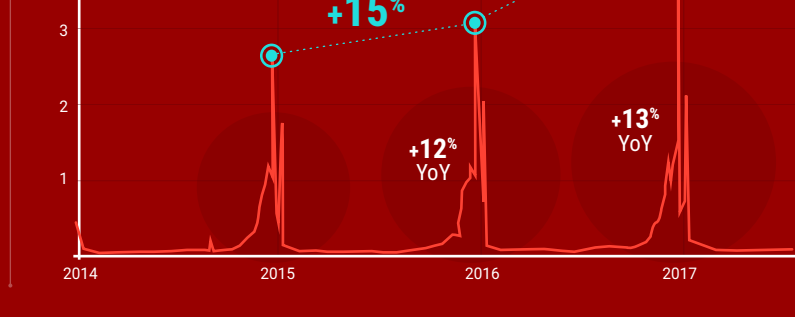


Crecimiento del interés por edad



CONSULTAS EN GOOGLE + YOUTUBE

65% de las consultas de Google son en móvil.

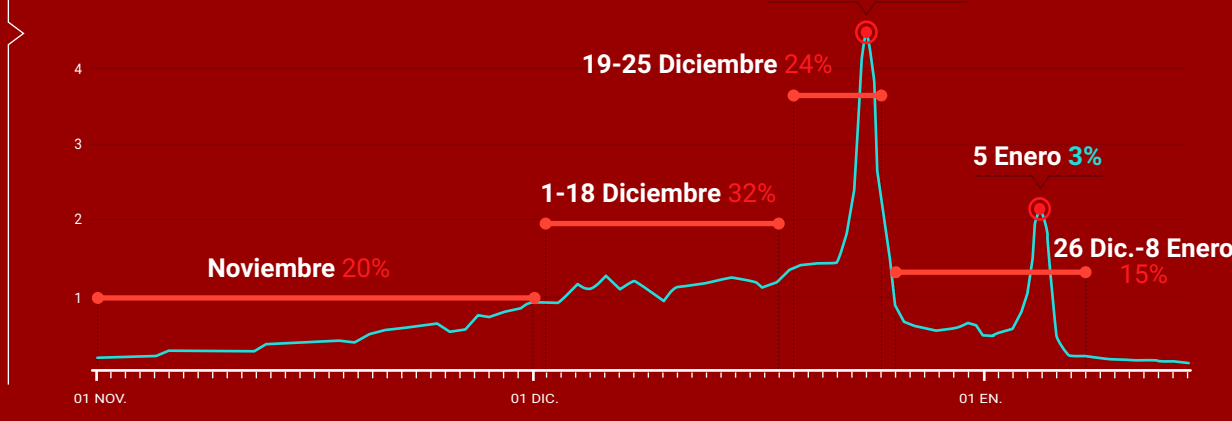


Volumen de búsquedas

La **economía se recupera** y el interés en la Navidad sigue creciendo aún más rápido durante los picos.

Distribución de búsquedas

Comenzar una campaña el 19 de diciembre permite abordar en torno al 40% de los intereses.



TERRITORIOS DE BÚSQUEDAS



BÚSQUEDA DE REGALOS

X3 BÚSQUEDAS asociadas a Navidad vs. Reyes Magos.

EL PÚBLICO TIENE DUDAS Y BUSCA IDEAS. Éstas son las principales consultas:

Ideas para regalar / Qué regalar en Navidad / Qué regalar

Pero la audiencia realmente quiere ser original y sorprender.

Además quiere acertar con el regalo y está preocupada con el otro género.

"Ideas de regalos para mujeres"

"Regalos originales para hombres"

Le preocupa acertar con su pareja y familia política.

"Regalos de Navidad para mi novio"

Además, no hay que olvidar que el 'amigo invisible' es algo muy navideño.

"Regalos amigo invisible"

También lo está por la edad.

"Regalos para adolescentes"

Tiene más miedo de no acertar con su pareja cuando se trata de tecnología y libros.

"Libros para regalar"

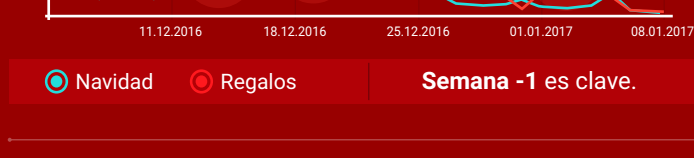
"Regalos tecnológicos"

CONCLUSIÓN PARA LAS MARCAS:

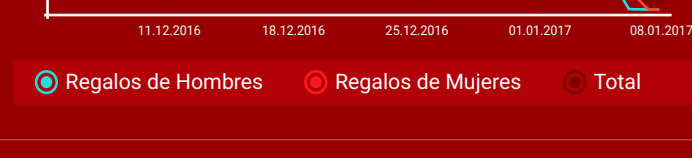
Los **anuncios emocionales** ocupan los primeros puestos del ranking navideño (sin incluir la música). Algunos fueron virales sin siquiera inversión.

¿QUÉ REGALOS BUSCAN LOS USUARIOS EN GOOGLE Y PARA QUÉ?

Se dan 3 picos de búsquedas



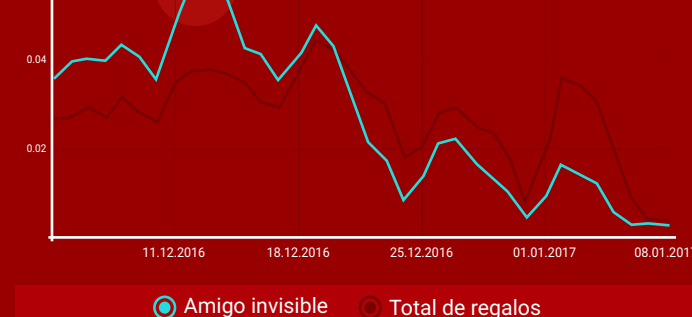
Primero se buscan los regalos de hombres



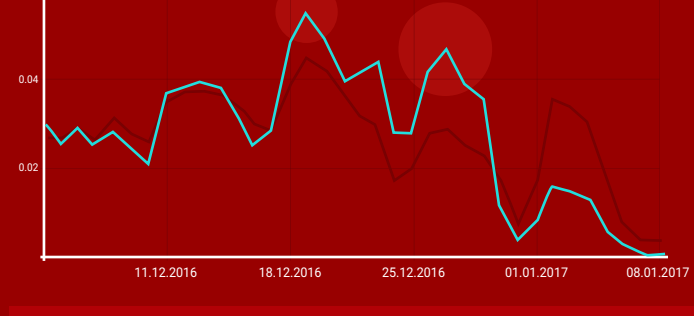
La originalidad se planea



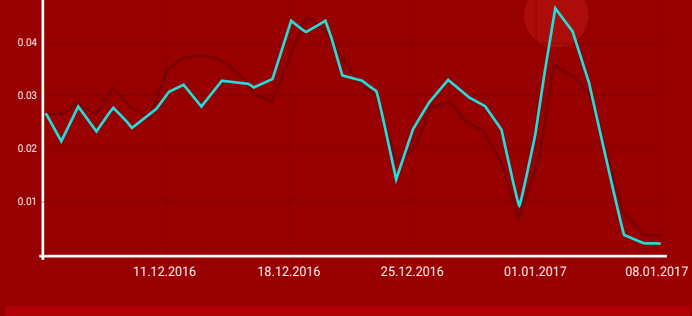
Amigo invisible



Interés en las parejas



Reyes Magos y adolescentes



REGALOS POR CATEGORÍAS

Perfumes y joyas

Ratio de interés: búsquedas en diciembre respecto a la media del año

Perfumes **1,8x**

Joyas **1,4x**

Aumento del interés respecto al último año:

+25% perfumes

+9% joyas

Ropa y calzado

Ratio de interés: búsquedas en diciembre respecto a la media del año

Accesorios **1,2x**

Ropa para hombre **1,2x**

Calzado **1,1x**

Aumento del interés respecto al último año:

+21% ropa y accesorios

+17% ropa de mujer

+15% calzado

Belleza

Ratio de interés: búsquedas en diciembre respecto a la media del año

Maquillaje **1,2x**

Cabello **1,1x**

Aumento del interés respecto al último año:

+21% cuidado piel

+20% Maquillaje

+13% cuidado cabello

Deportes

Ratio de interés: búsquedas en diciembre respecto a la media del año

Ropa para deportes invierno **1,9x**

Equipación deporte invierno **1,7x**

Ropa para el running **1,3x**

Aumento del interés respecto al último año:

+32% ropa running

+29% equipamiento deporte invierno

+28% ropa deportes invierno

Electrónica de consumo

Ratio de interés: búsquedas en diciembre respecto a la media del año

Videojuegos para consola **1,5x**

Tablets y altavoces **1,3x**

Portátiles y televisiones **1,2x**

Smartphones **1,1x**

Aumento del interés respecto al último año:

+15% altavoces

+14% televisiones

+7% videojuegos

-6% portátiles

-6% smartphones

-17% tablet PCs

CONSEJOS PARA LANZAR UNA CAMPAÑA DE ÚLTIMA HORA

ADELANTARSE proponer formas de reeditar lo que ya se tiene

BUMPERS FOR ACTION

TENDENCIAS DE TEMPORADA de producción low-cost

FORMATO MÓVIL

LA CAPACIDAD DE GOOGLE PARA LOGRAR EL OBJETIVO

