

DÍA DEL PADRE

INSIGHTS PARA UNA ESTRATEGIA DIGITAL

¿CUÁL ES EL INTERÉS?



8.1 millones de visitas a YOUTUBE
(+54% YOY)



2.9 millones de búsquedas en 2017
(+13% YOY)

Es un fenómeno **móvil**:

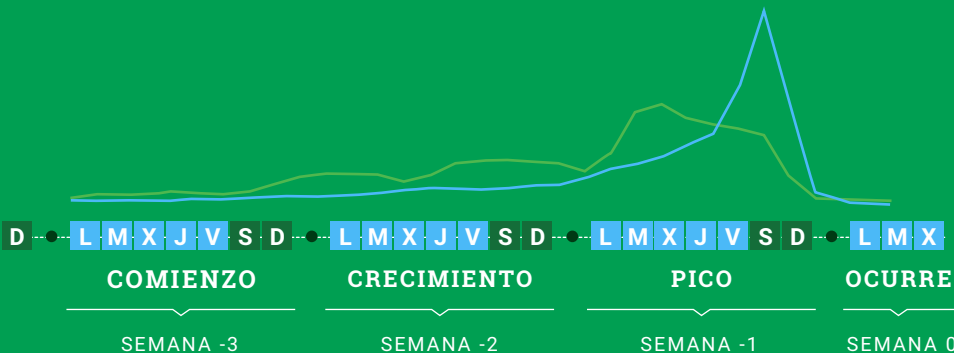


YOUTUBE MOBILE VIEWS 2017
60%



GOOGLE MOBILE QUERIES 2017
72%

¿CUÁNDO SE BUSCA?



Las búsquedas de los regalos **comienzan 3 semanas antes** teniendo su **pico máximo una semana antes de la fecha**.

¿QUÉ PAPEL TIENE YOUTUBE EN EL PROCESO DE BÚSQUEDA?

Cada vez más se usa YouTube **para investigar qué regalar**:



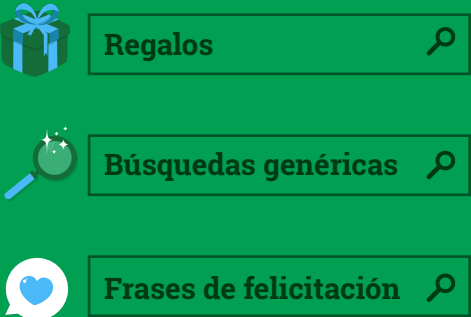
El **47%** de las búsquedas totales de YouTube fueron **relacionadas con regalos**.

¡¡OPORTUNIDAD!!

Las **campañas emocionales y originales basadas en estadísticas** son las más efectivas.

¿QUÉ BUSCAN?

300k de las búsquedas están relacionadas con **regalos**



¿QUÉ COMPRAN?

No se trata de precio. Es hacerlo bien, hacerlo emocional.



26,1%
Ropa, calzado



20%
Cuidado personal



15,4%
Cultura



13,6%
Experiencia



9,5%
Tecnología



8,3%
Equipación deportiva

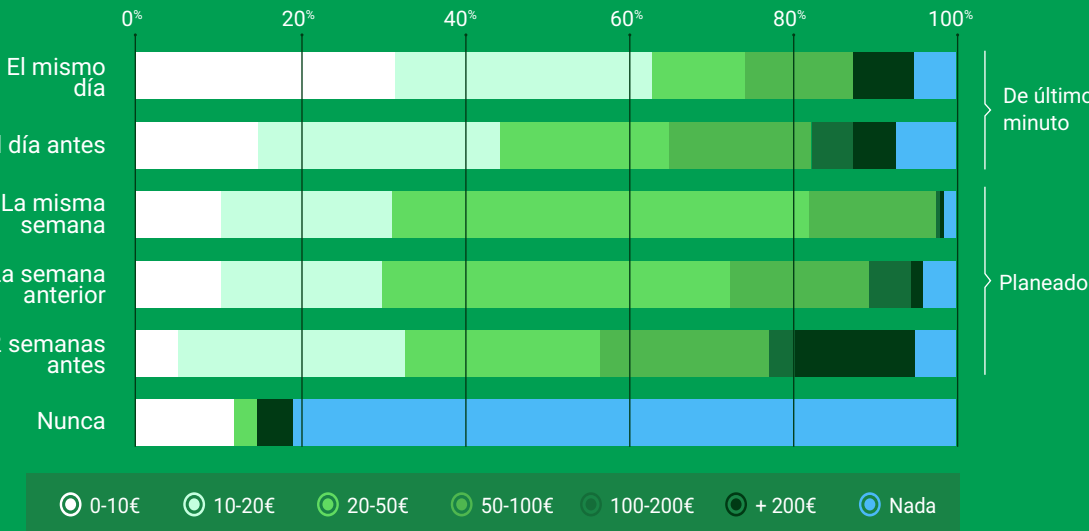


1,3%
Nada

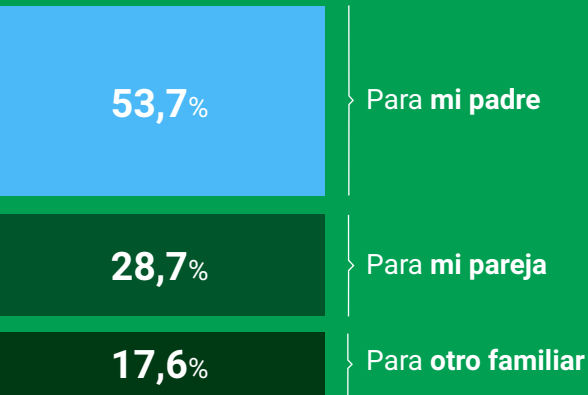
GASTO MEDIO



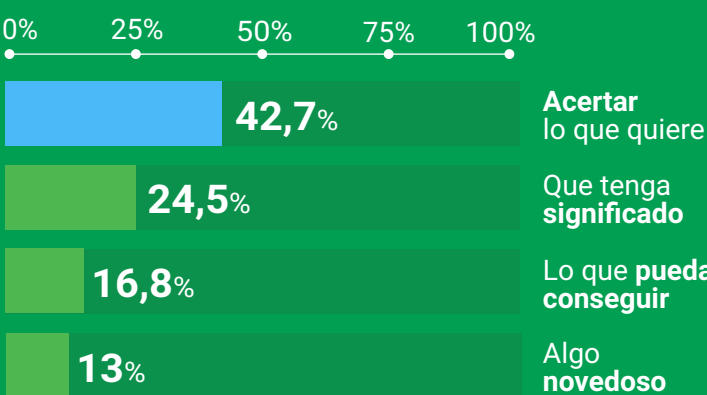
GASTO MEDIO:
10€-50€



¿PARA QUIÉN COMPRAN?



¿QUÉ INFLUYE EN LA DECISIÓN?



¿DÓNDE LO COMPRAN?



34,8%
Grandes almacenes



32,2%
Tiendas especializadas



19,1%
Retailers online



34,8%
Webs de las marcas

OPORTUNIDAD

El **Día del Padre** es una gran oportunidad a explorar para las marcas.
Aprovecha nuestros **DATOS Y SOLUCIONES** para ayudarles.