

DÍA DE LA MADRE

UNA OPORTUNIDAD PARA LAS MARCAS

¿CUÁL ES EL INTERÉS?



8.6 millones de visitas a YOUTUBE
(+24% YOY)



5.4 millones de búsquedas en 2017
(+38% YOY)

Es un fenómeno móvil:

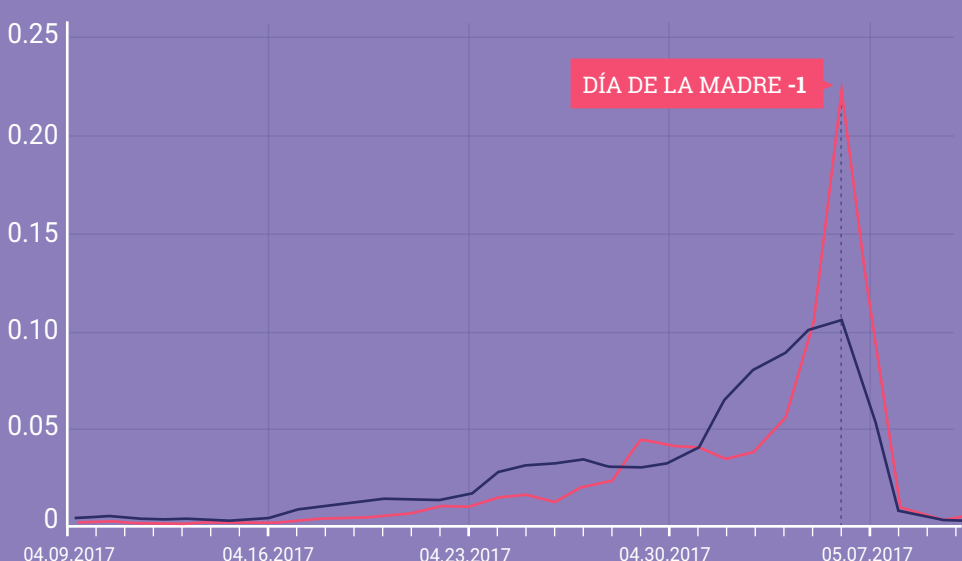


YOUTUBE MOBILE VIEWS 2017
62%



GOOGLE MOBILE QUERIES 2017
75%

¿CUÁNDO SE BUSCA?



- YOUTUBE
40% del total de búsquedas en YouTube se hacen entre los **2 días anteriores al Día de la Madre y en el mismo día.**
- GOOGLE
39% del total de búsquedas se hacen el mismo Día de la Madre.

● Búsqueda regalos en YouTube
● Búsquedas de regalos en Google

¿QUÉ PAPEL TIENE YOUTUBE EN EL PROCESO DE BÚSQUEDA?

Cada vez más se usa YouTube para investigar qué regalar:

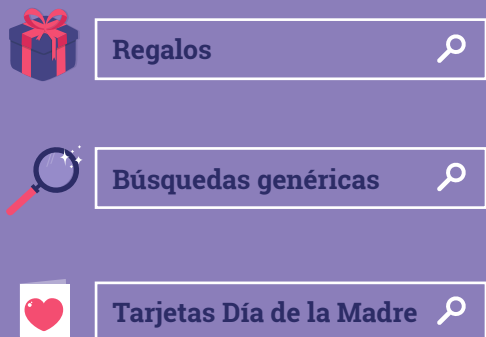


El **33%** de las visualizaciones relacionadas con el Día de la Madre se hicieron **3 días antes del gran día.**



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

¿QUÉ BUSCAN?



JOYAS Día de la Madre
FLORES Día de la Madre
PULSERA Día de la Madre
COLGANTE Día de la Madre

¿QUÉ COMPRAN?

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



22,8%
Detalles
(joyas, flores, bombones...)



21,1%
Belleza
(perfumes, colonias, maquillaje...)



20,1%
Moda
(complementos, ropa...)



14,5%
Cultura
(libros, música, entradas...)



13%
Experiencias
(cenas, viajes, spas...)

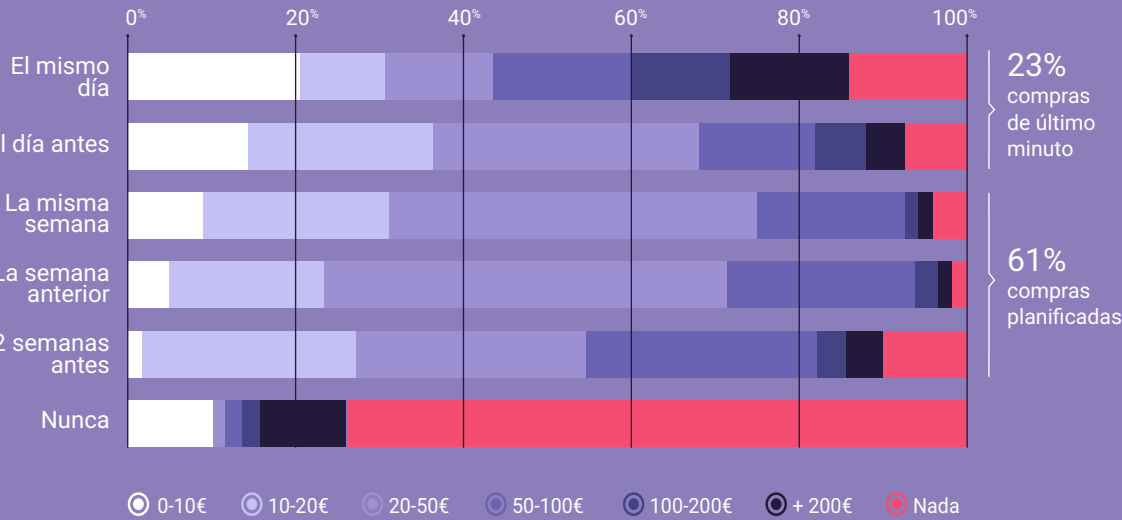


4,4%
Electrónica / Electrodomésticos

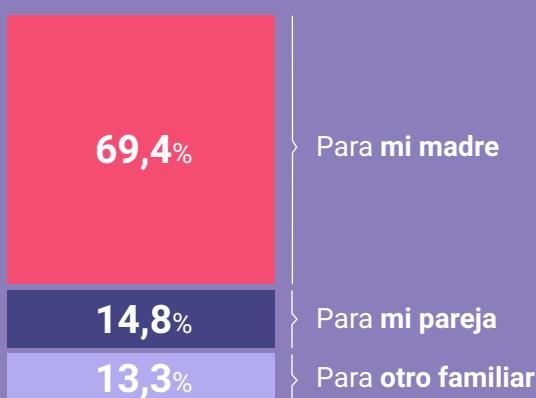


4,1%
Otros

GASTO MEDIO



¿PARA QUIÉN COMPRAN?



¿QUÉ INFLUYE EN LA DECISIÓN?



39%
Acertar lo que quiere



23,5%
Que tenga significado



14,1%
Lo que pueda conseguir



12,2%
Algo novedoso

OPORTUNIDAD

El Día de la Madre es una gran oportunidad sin explorar para las marcas, ya que LOS CONSUMIDORES BUSCAN ASESORAMIENTO.