Think with Google

YouTube, un gran aliado para entender los hábitos de consumo de los internautas argentinos

YouTube es el lugar que los argentinos eligen para ver video

En Argentina, el 78% de los internautas de entre 16 y 35 años ven YouTube todos los días[1].

El contenido que ofrece la plataforma de video *online*, así como quienes lo crean, cumple un rol fundamental a la hora de influenciar los hábitos de compra en diferentes categorías, como entretenimiento, deporte, moda y belleza, impactando distintas audiencias, como *teens*, *millennials*, padres y madres

Cuando la atención y la intención van de la mano

53%

de los argentinos vieron videos de YouTube al **buscar información de un producto** antes de comprarlo[1].

80%

de los argentinos aseguran que **prestan más atención** cuando ven videos en YouTube que cuando miran un programa en TV abierta[1].

A un clic de distancia del *look* perfecto

YouTube se ha convertido en la vidriera preferida de los "fashionistas" que buscan estar siempre al tanto de las últimas tendencias.

72% de los interesados en moda y belleza vieron videos de YouTube al buscar *tips* sobre ambos temas antes de decidir qué comprar[1].

El plan más divertido está en YouTube

Después de ver videos en la plataforma, los internautas adquieren entradas para ir al cine, teatro, museos, ferias e, incluso, para participar en *tours* turísticos y visitar parques de diversiones, entre otros.

78% de los amantes del entretenimiento dicen haber visto un video en YouTube antes de hacer una compra relacionada con este rubro[1].

El fanatismo por el deporte también se vive a través del video online

La plataforma de videos alimenta la pasión de los argentinos por el deporte y hace que traspase la pantalla.

68% de los amantes del deporte dicen haber visto un video en YouTube antes de hacer una compra relacionada[1].

Donde se calientan los motores

Los que están buscando comprar un vehículo encuentran en YouTube una concesionaria digital con toda la información que necesitan antes de tomar esta importante decisión.

57% de los compradores argentinos de autos vieron videos en YouTube para comparar distintos modelos[1].

FUENTE:

[1]Google/Ipsos, Estudio: "Vínculo emocional de los argentinos con YouTube", n=1505, Argentina, junio 2018.