



DÍA DEL PADRE

UN REGALO PARA LAS MARCAS



Un 30% de la población en España tiene pensado **hacer un regalo** en el Día del Padre.

¿CUÁNTO SE BUSCA?



8.1 millones de visualizaciones en YouTube en 2018 (+22% YOY)



6.2 millones de búsquedas en Google en 2018 (+8% YOY)

Es un fenómeno móvil:



Visualizaciones en YouTube en el móvil en 2018

60%



Búsquedas en Google en el móvil en 2018

71%

¿QUÉ SE BUSCA?

265k búsquedas relacionadas con regalos. Los usuarios buscan:



Dónde comprar regalos



Búsquedas genéricas



Frases de felicitación

¿QUÉ SE COMPRA?

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



26,1%
Ropa, calzado



20%
Cuidado personal



15,4%
Cultura



13,6%
Experiencias



9,5%
Tecnología



8,3%
Equipación deportiva



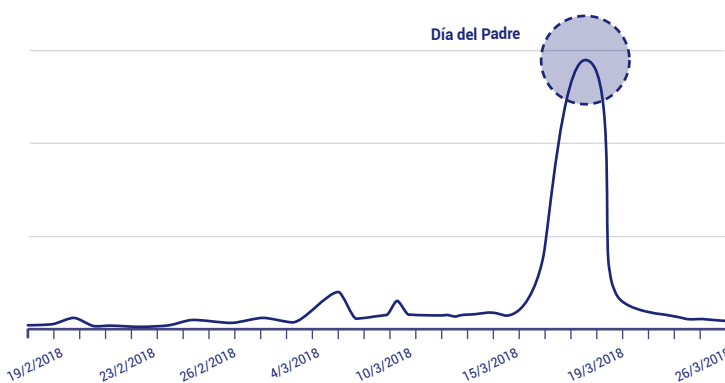
1,3%
Nada



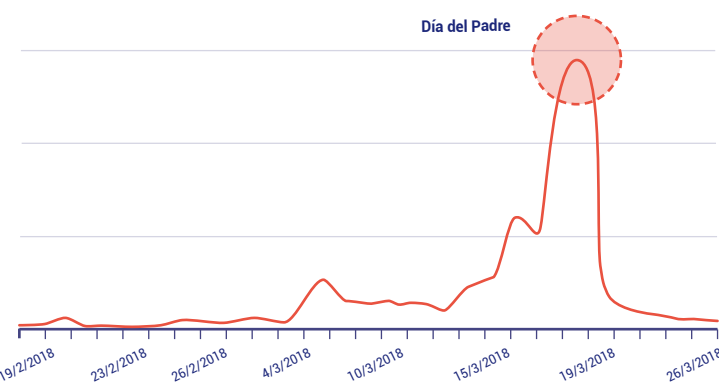
5,7%
otros

¿CUÁNDO SE BUSCA?

Google - 38% del total de búsquedas se hacen el mismo Día del Padre.



YouTube - 30% del total de búsquedas en YouTube se hacen entre los 3 días anteriores al Día del Padre y el mismo día de la celebración.



Las consultas relacionadas con regalos empiezan mucho antes, alrededor de dos semanas.

¿CÓMO SE BUSCA?

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



El 22% de las búsquedas totales de YouTube fueron relacionadas con regalos.

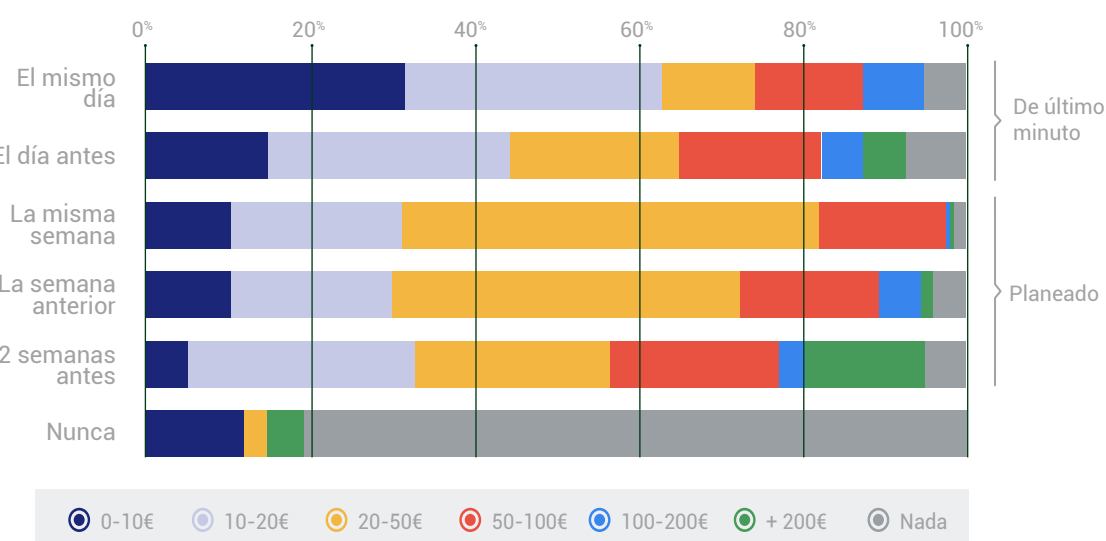


Las campañas emocionales y originales basadas en estadísticas son las más efectivas.

¿CUÁNDO SE COMPRA?



GASTO MEDIO:
10€-50€



¿PARA QUIÉN SE COMPRA?



53,7%

Para mi padre

28,7%

Para mi pareja

17,6%

Para otro familiar

¿QUÉ INFLUYE EN LA DECISIÓN DE COMPRA?

42,7%

querer **encontrar** el regalo deseado por el padre.

24,5%

hacer un regalo tenga un **significado especial**.

16,8%

encontrar algo en el **momento de la compra**.

13%

regalar algo **novedoso e innovador**.

¿DÓNDE SE COMPRA?



34,8%

Grandes almacenes



32,2%

Tiendas especializadas



19,1%

Retailers online



11,3%

Web de las marcas



¡¡OPORTUNIDAD!!

El **Día del Padre** es una gran oportunidad para los consumidores y las marcas. Aprovecha estos insights para tomar las mejores decisiones.