

Una gran oportunidad para estar presentes



En vísperas del Día del Niño –que se celebra **el 27 y el 30 de abril en Colombia y en México**, respectivamente–, el aumento en las búsquedas de **juguets** despliega una **enorme oportunidad** para aquellas marcas dispuestas a captar la atención de los consumidores. Al utilizar las **herramientas digitales adecuadas** tendrán la posibilidad de estar presentes y volverse relevantes para sus audiencias.

¿Cómo se vive el Día del Niño en Colombia y en México?

Los consumidores buscan inspiración para sus regalos en **Internet**.

En Colombia

2 o 3 semanas antes del Día del Niño crecen las consultas en **Search**¹.

Celulares, juguetes, videojuegos, tiendas comestibles, jugos y postres son las categorías más buscadas¹.



En México

1 semana antes del Día del Niño crecen las consultas en **Search**¹.

Retailers, tiendas comestibles y ropa son las categorías más buscadas¹.



¿Cuáles son los juguetes preferidos?

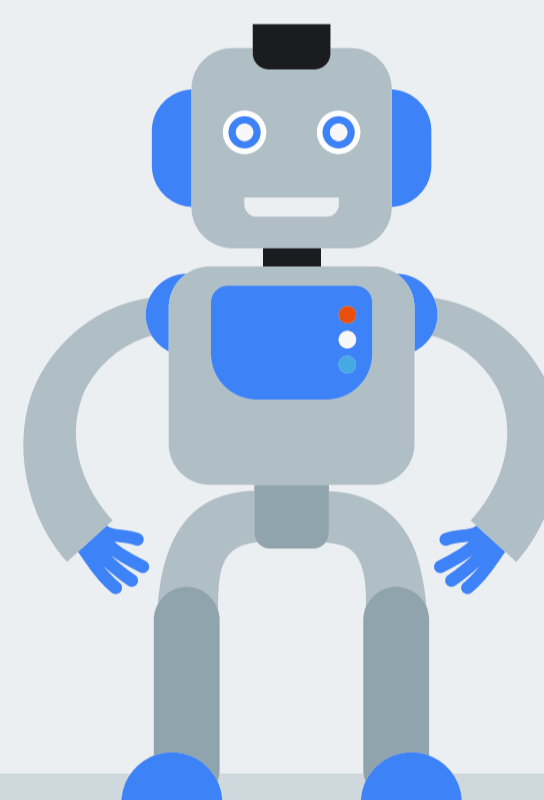
Entre los **juguets más buscados** durante las semanas previas al Día del Niño se encuentran:

En Colombia

26% autos¹

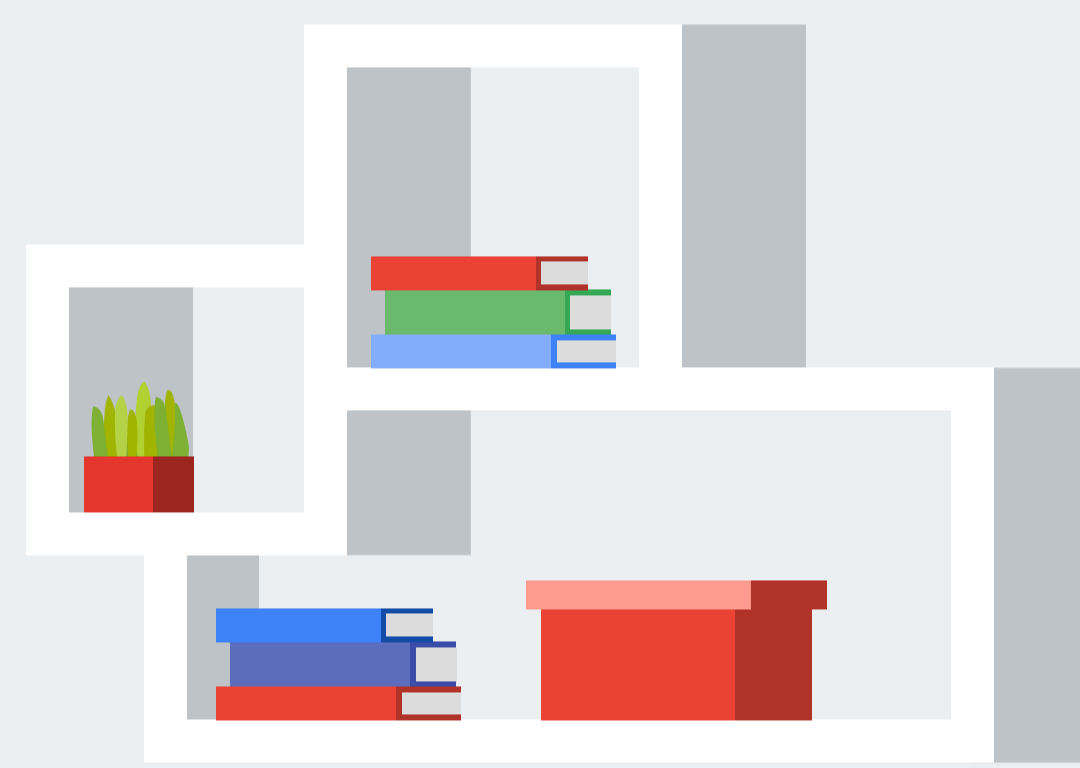


39% figuras de acción y muñecas¹



En México

26% juegos de mesa/cartas¹

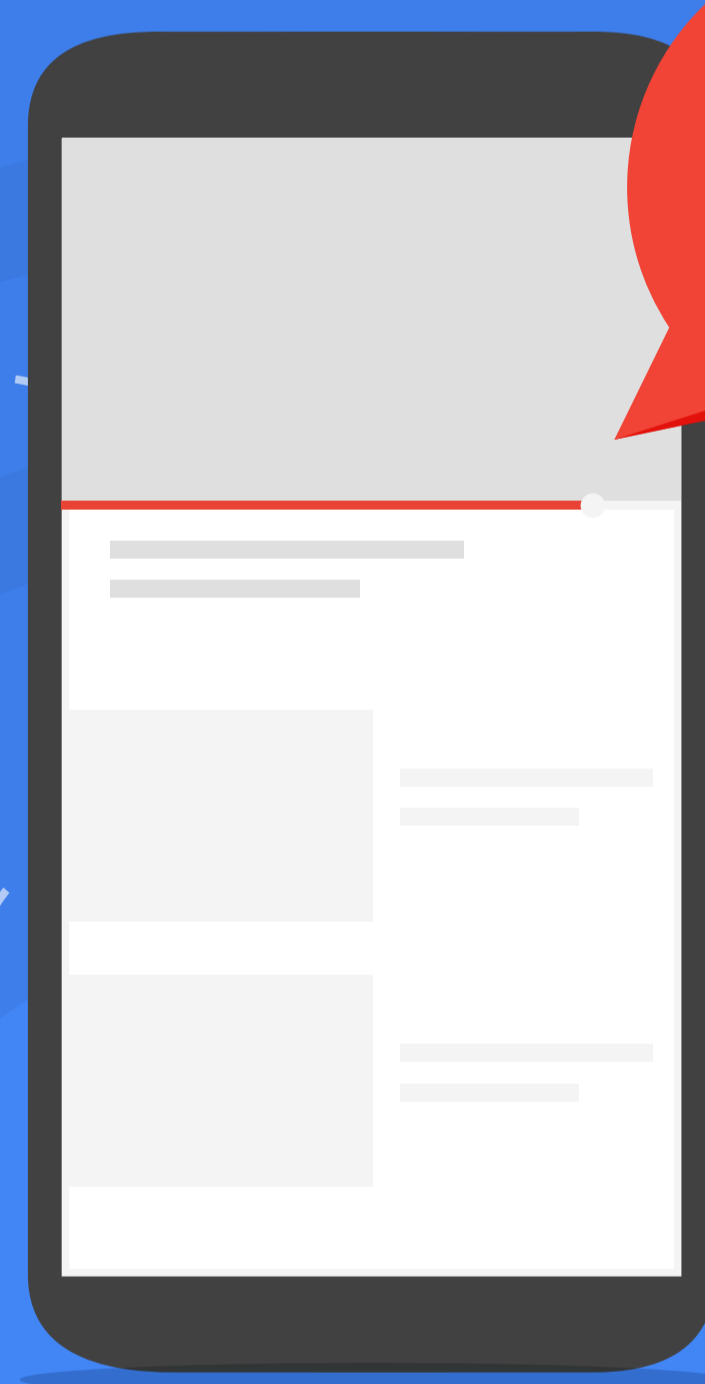


39% autos¹



YouTube: un gran aliado para padres e hijos

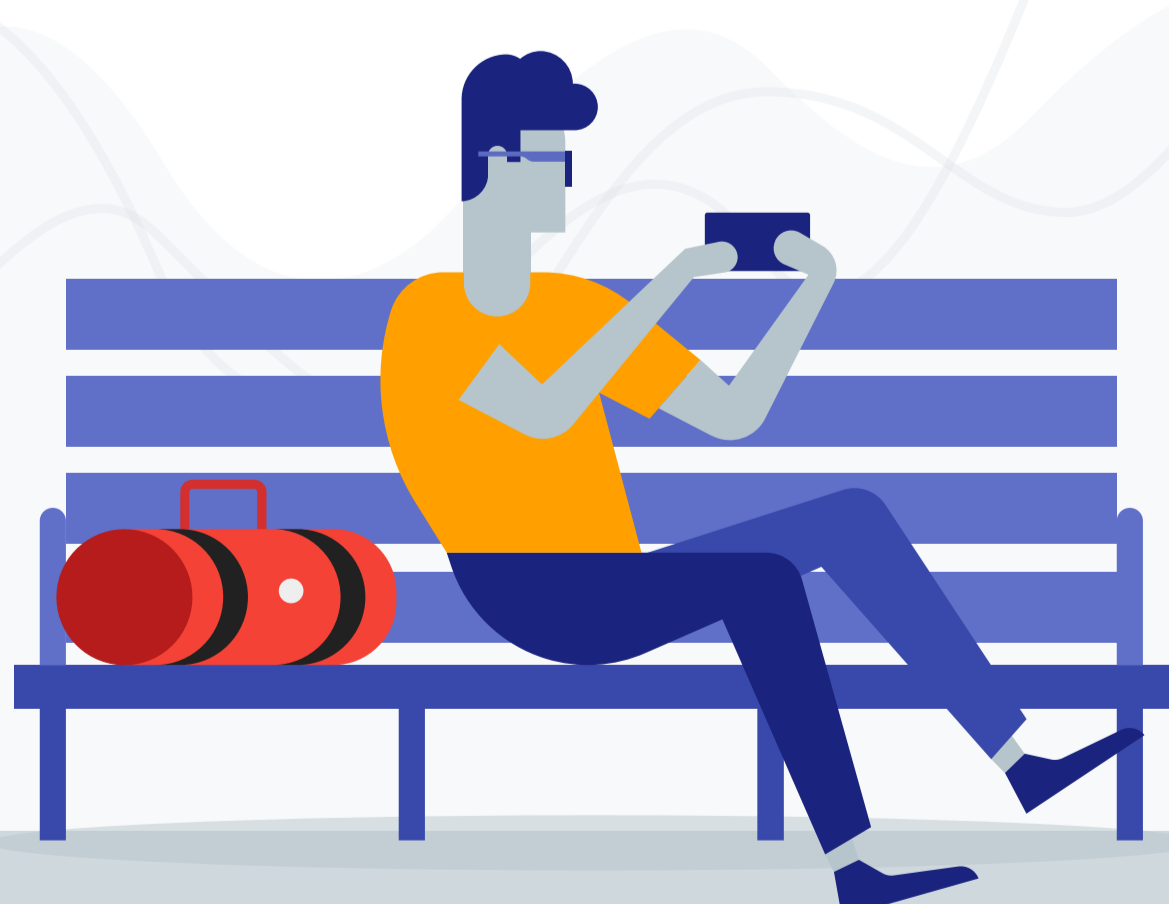
23% crecieron las consultas de video relacionadas con el Día del Niño en **Colombia** entre 2017 y 2018¹.



Mientras que las búsquedas de los **colombianos** comienzan a crecer **2 o 3 semanas** en **YouTube**, las investigaciones de los **mexicanos** empiezan **4 días antes** del evento¹.

Móvil es el nuevo buscador

54% de las búsquedas sobre **juguets** se realizaron desde un dispositivo móvil en **Colombia**¹.



La mejor estrategia para ganar el momento



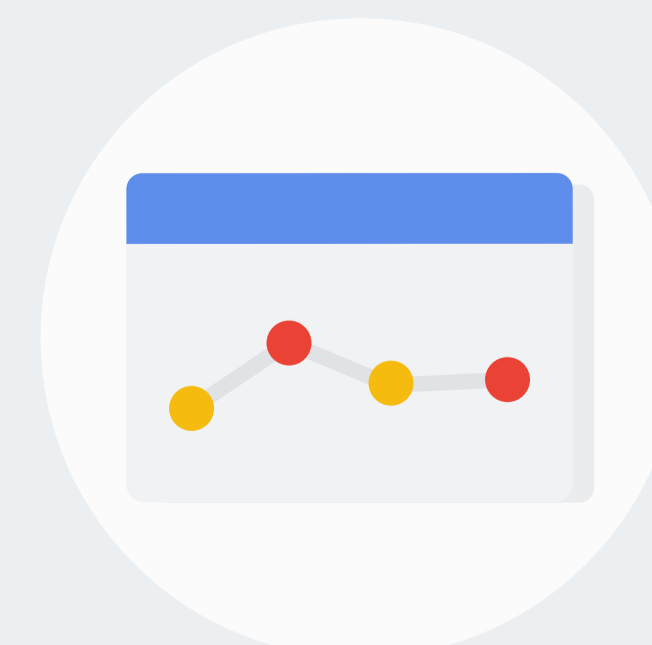
Paso 1

Estar presentes en las investigaciones online previas.
A través de extensiones de ubicación y llamada.



Paso 2

Impactar a los consumidores cuando miran YouTube.
Con anuncios de video.



Paso 3

Medir el rendimiento de las campañas.
Al obtener resultados prácticamente en tiempo real gracias a los estudios de Brand Lift.