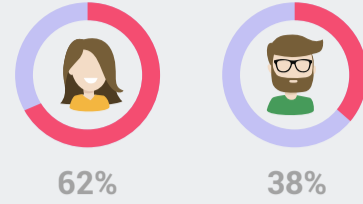
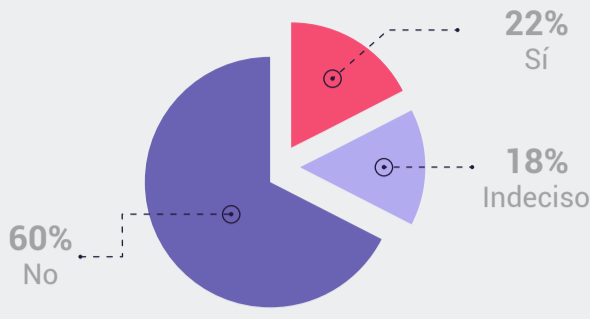


DÍA DE LA MADRE

Una oportunidad para la marcas

El 40% de la población online en España tiene pensado o está pensando hacer un regalo en el Día de la Madre 2019



Hay una gran oportunidad para que las marcas ayuden a clientes decididos e indecisos.

¿Cuál es el Interés?

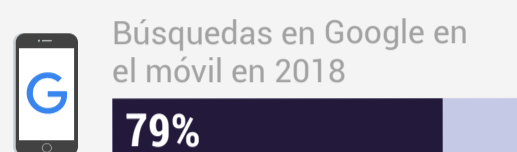
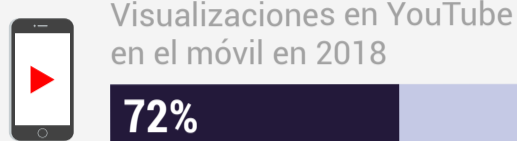


8.1 millones de views en YouTube relacionadas con el "Día de la Madre" en 2018 (+39% YOY)



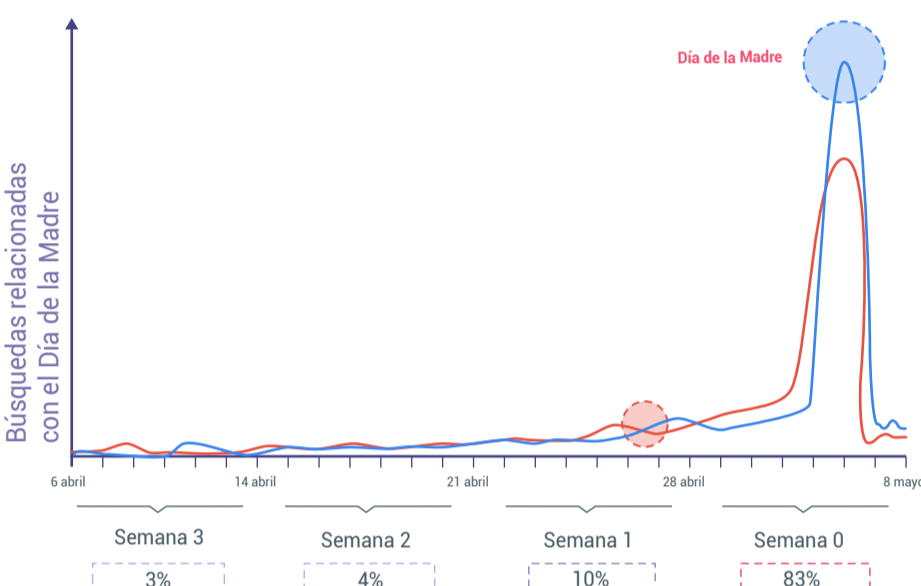
5.6 millones de búsquedas relacionadas con el "Día de la Madre" en 2018 (+8% YOY)

Es un fenómeno móvil:



¿Cuándo se busca?

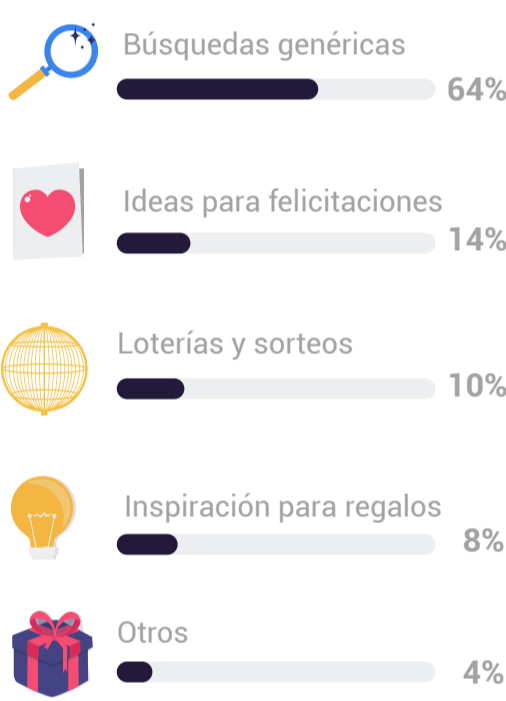
Google + YouTube Search (España) / Día de la Madre



YouTube
Las búsquedas se hacen más gradualmente, pero se concentran en las dos semanas previas al Día de la Madre.

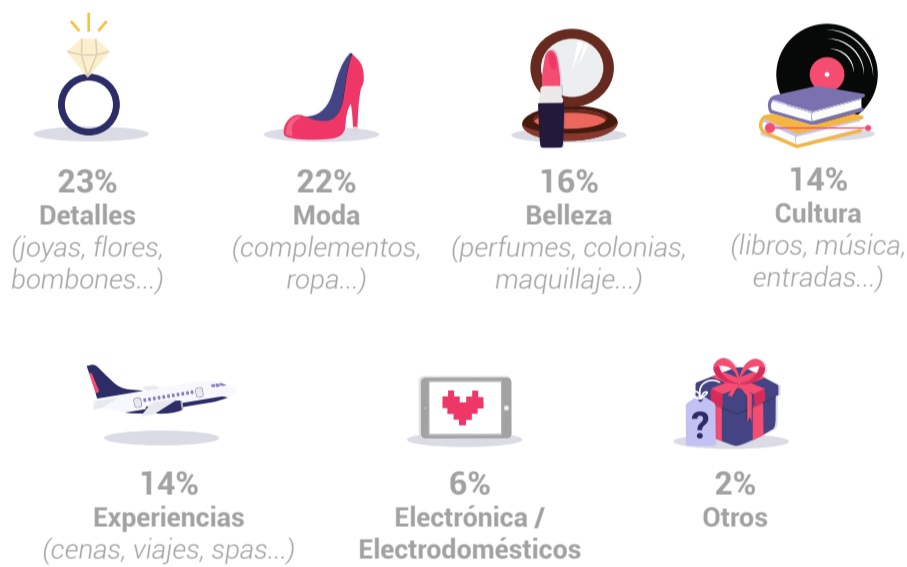
Google
Más del 80% de las búsquedas relacionadas con el Día de la Madre se realizan en la semana previa a la celebración

¿Qué buscan?



¿Qué compran?

La decisión de compra no es una cuestión de precio, sino más bien de emoción... lo que se transforma en una oportunidad



¿Qué contenido lidera las visualizaciones en YouTube?

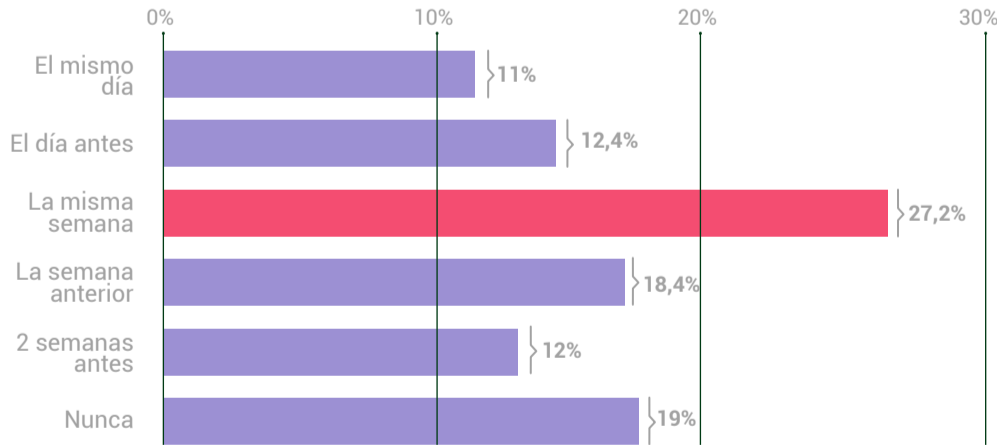
El Branded Content lidera el contenido en esta plataforma:



¿Cuál es el gasto medio?

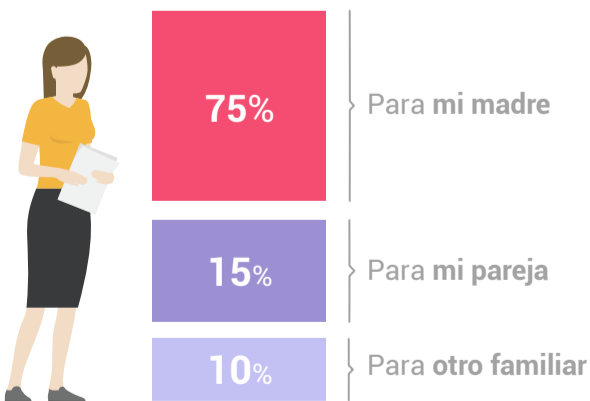


¿Cuándo se va a realizar la compra de los regalos?



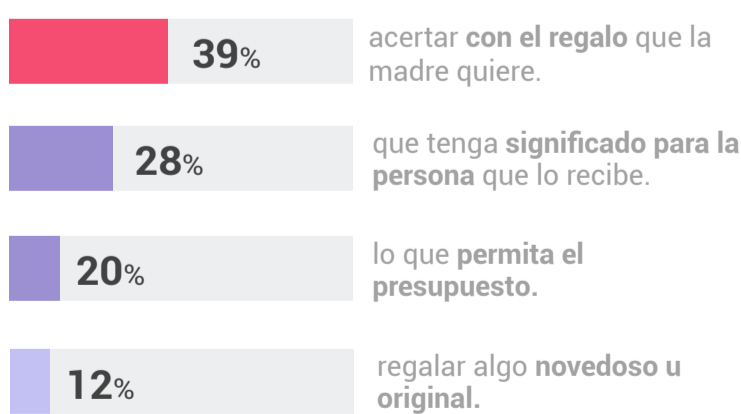
27,2% LA MISMA SEMANA 18% LA SEMANA ANTERIOR

¿Para quién se compra?



No solo a las madres. El 25% de la población española online comprará un regalo para su pareja, su abuela...

¿Qué influye en la decisión?



¡¡OPORTUNIDAD!!

El Día de la Madre es una gran oportunidad sin explorar para las marcas, ya que los consumidores buscan asesoramiento.