



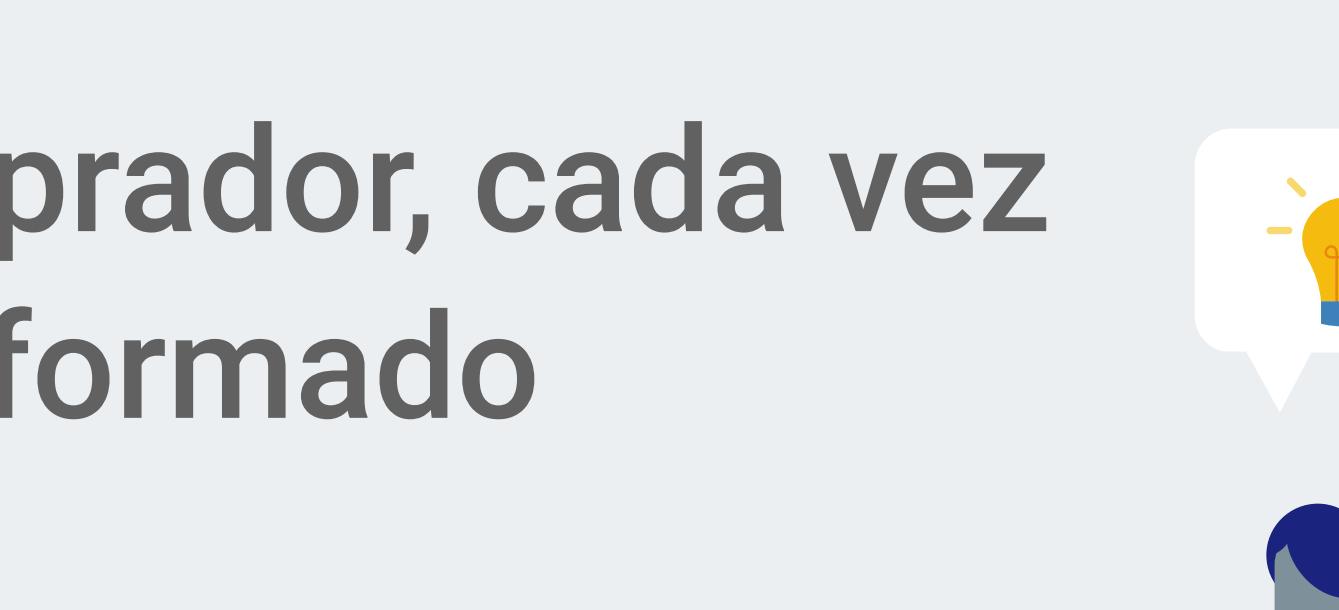
CyberLunes en Colombia: cómo conectar con los consumidores

La llegada de CyberLunes, una de las fechas más importantes del calendario del comercio electrónico colombiano, se convierte en una excelente oportunidad para entrar en contacto con los consumidores locales. Descubre los principales *insights* para conquistar a tu audiencia en estas horas clave para las marcas de todas las verticales.

Para ir calentando motores...

Lunes

es el día en el que se registró el *peak* de búsquedas en las ediciones del evento de abril y noviembre 2018¹.



El comprador, cada vez más informado

35%

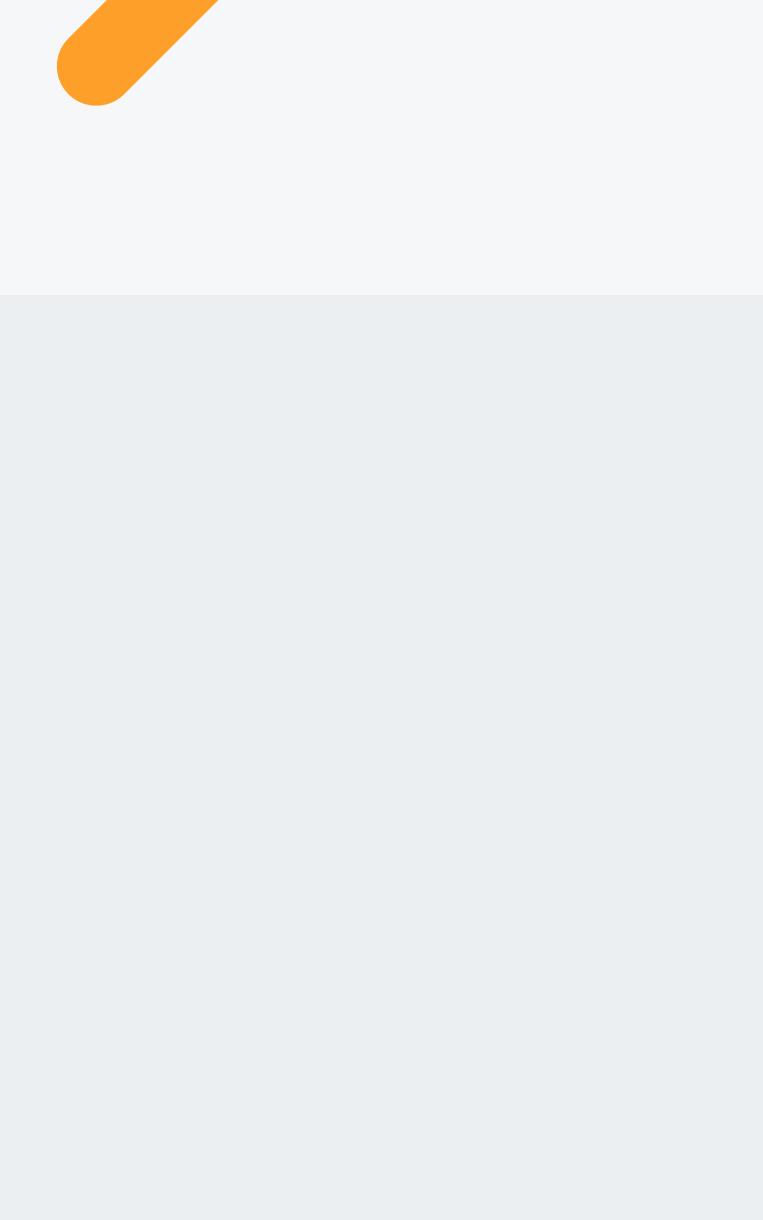
de las consultas vinculadas a CyberLunes incluían un producto específico o un punto de venta de interés¹.



La oportunidad es *mobile*

51%

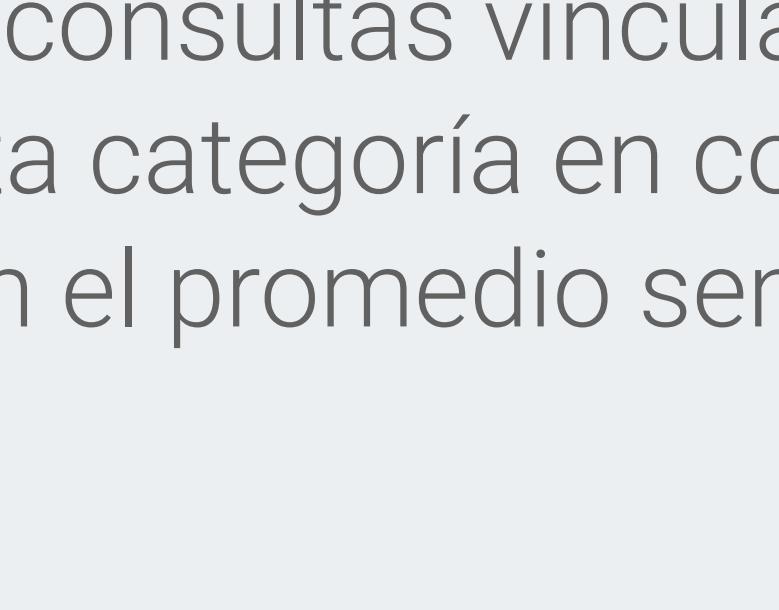
de las búsquedas relacionadas con la fecha se hicieron desde un *smartphone* en la última edición de CyberLunes¹.



Hogar gana protagonismo

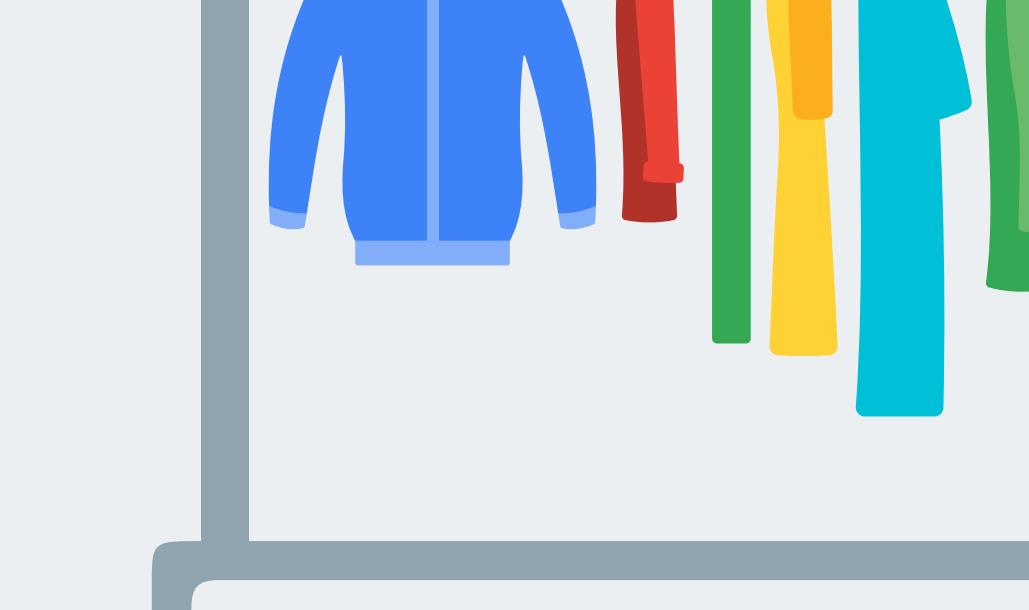
+ 133%

consultas sobre esta vertical en comparación con el resto del año¹.



+ 166%

crecieron las búsquedas vinculadas con el segmento **Electro-Hogar** en relación con el resto del año¹.



Moda sigue pisando fuerte

+ 96%

de consultas vinculadas con esta categoría en comparación con el promedio semanal¹.



71%

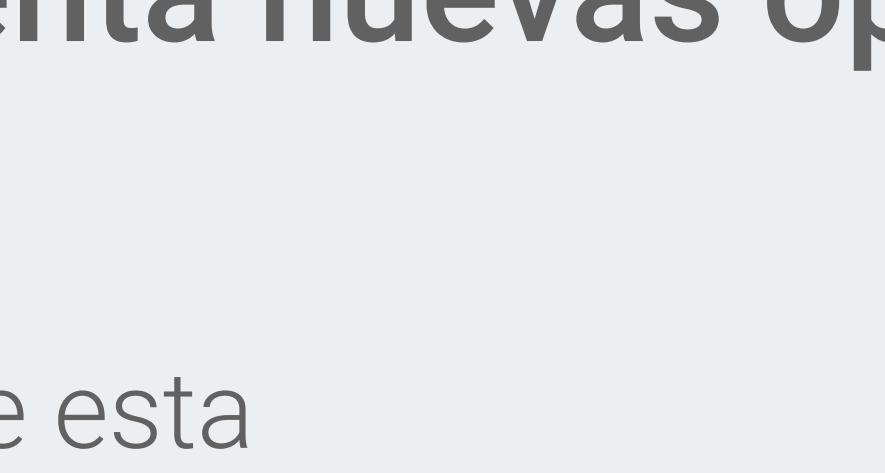
de las búsquedas incluían una marca¹.



Travel y Telcos se mantienen fuertes

15%

crecieron las búsquedas asociadas a la **categoría de viajes** en CyberLunes versus el promedio semanal anual de 2018¹.



+146%

creció el interés por los **equipos de telefonía móvil** sobre el promedio diario¹.

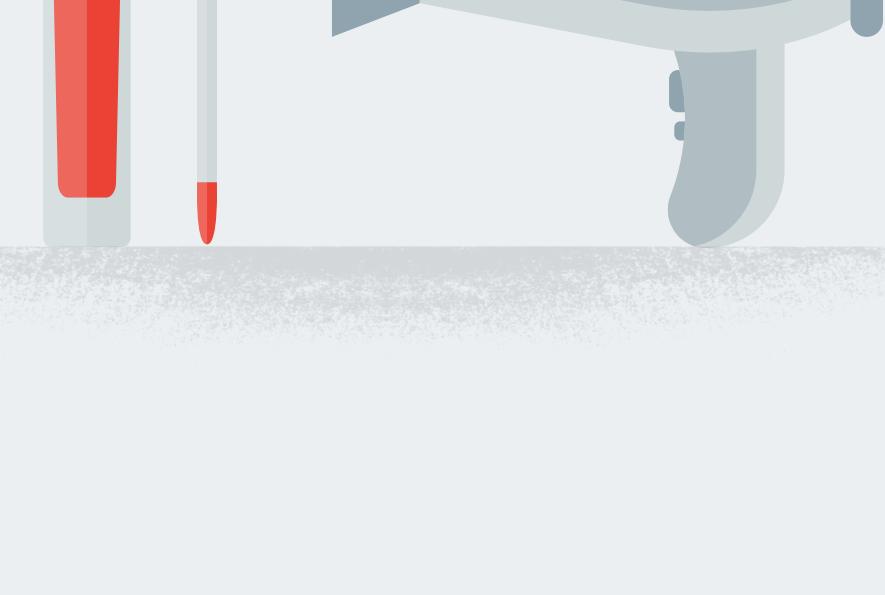


Belleza presenta nuevas oportunidades

99%

de las consultas de esta

vertical se hacen sin un *retailer* presente¹.



24%

de las búsquedas de **belleza** en la última edición del evento

se realizaron a través de **YouTube**¹.

