



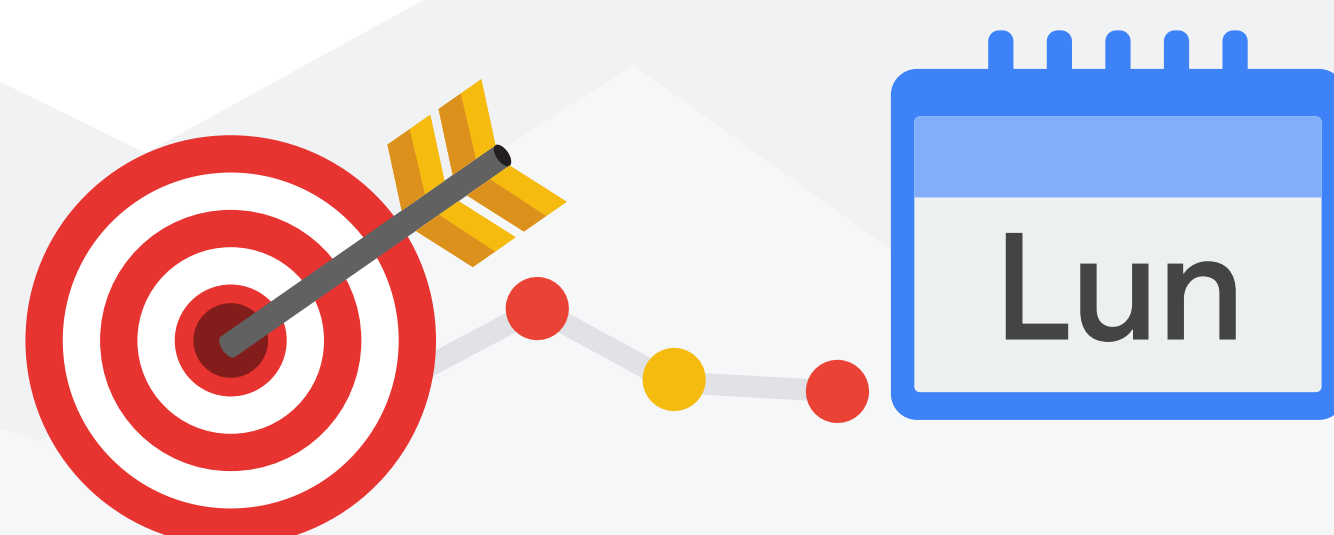
## CyberLunes en Colombia: cómo conectar con los consumidores

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 2018<sup>1</sup>.



### La oportunidad es *mobile*

#### 51%

de las búsquedas relacionadas con la fecha se hicieron desde un *smartphone* en la última edición de CyberLunes<sup>1</sup>.



### El comprador, cada vez más informado

#### 35%

de las consultas vinculadas a CyberLunes incluían un producto específico o un punto de venta de interés<sup>1</sup>.



### Retail, la más buscada

#### + 56%

creció el interés por este segmento en el CyberLunes de noviembre del año pasado versus el de abril de 2018<sup>1</sup>.

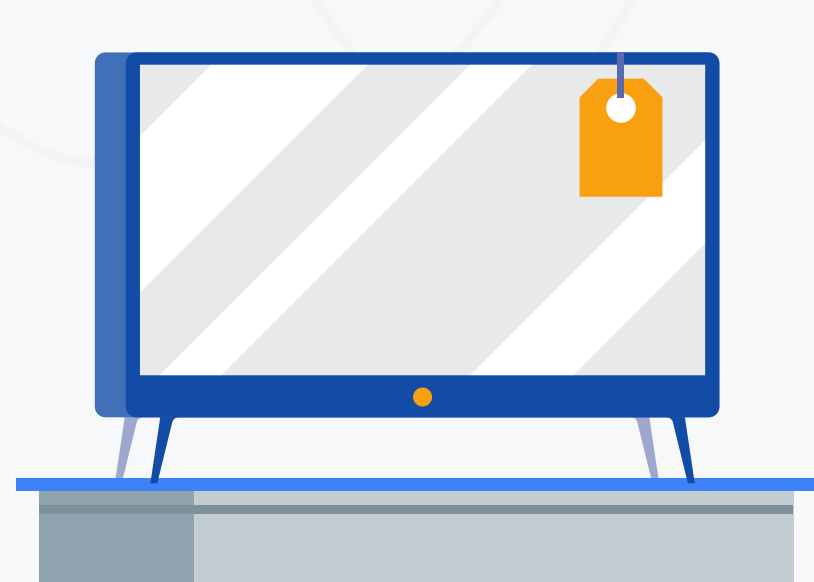


## ¿Cómo evolucionan las principales categorías?

### Hogar gana protagonismo

#### + 133%

consultas sobre esta vertical en comparación con el resto del año<sup>1</sup>.



#### + 166%

crecieron las búsquedas vinculadas con el segmento **Electro-Hogar** en relación con el resto del año<sup>1</sup>.



### Moda sigue pisando fuerte

#### + 96%

de consultas vinculadas con esta categoría en comparación con el promedio semanal<sup>1</sup>.



#### 71%

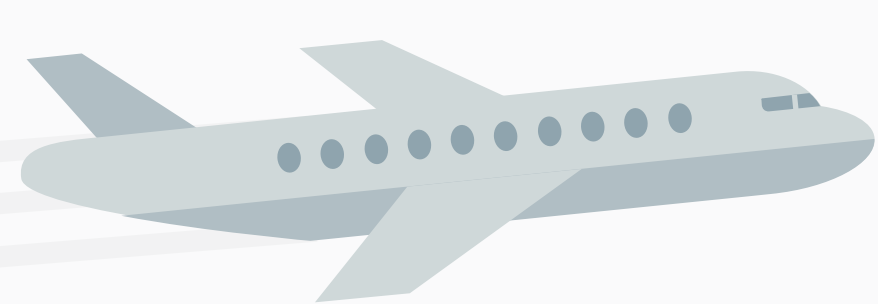
de las búsquedas incluían una marca<sup>1</sup>.



### Travel y Telcos se mantienen fuertes

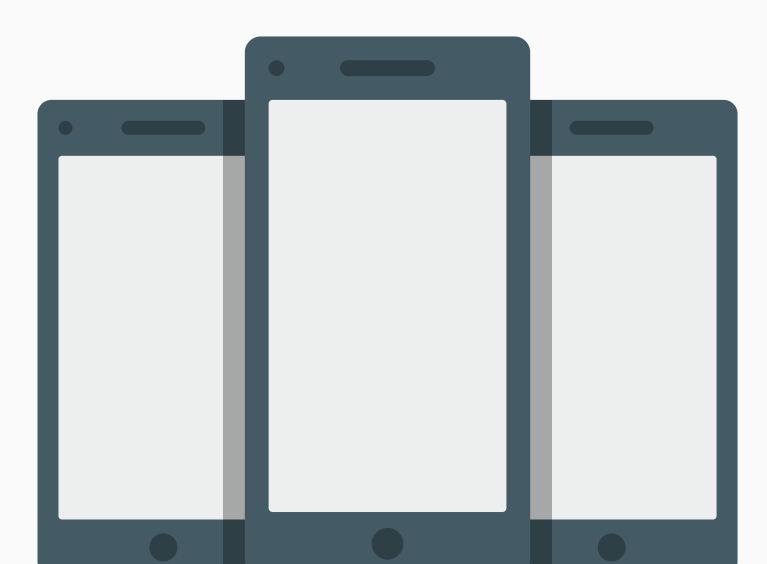
#### 15%

crecieron las búsquedas asociadas a la **categoría de viajes** en CyberLunes versus el promedio semanal anual de 2018<sup>1</sup>.



#### +146%

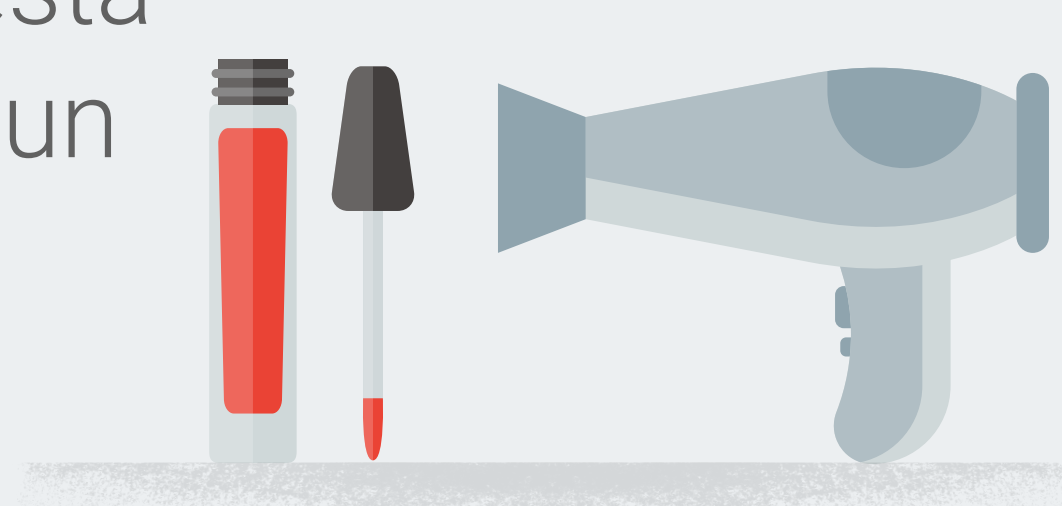
creció el interés por los **equipos de telefonía móvil** sobre el promedio diario<sup>1</sup>.



### Belleza presenta nuevas oportunidades

#### 99%

de las consultas de esta vertical se hacen sin un *retailer* presente<sup>1</sup>.



#### 24%

de las búsquedas de **belleza** en la última edición del evento se realizaron a través de **YouTube**<sup>1</sup>.

