

DAS LOKALE SUCHVERHALTEN VON KONSUMENTEN VERSTEHEN

Verbraucher suchen täglich auf unterschiedlichen Geräten nach Informationen. Dabei recherchieren sie mit Hilfe der Onlinesuche nicht nur nach allgemeinen, sondern vor allem auch nach **ortsbezogenen Informationen**. Der Grund, warum Konsumenten diese lokalen Suchanfragen stellen, ist, dass sie Dinge in der unmittelbaren Nähe ihres momentanen Aufenthaltsortes finden wollen. Unsere Studie zum Nutzerverhalten von deutschen Smartphonebesitzern zeigt, dass allgemeine und lokale Suchanfragen überall und auf jedem Gerät gestellt werden. Dadurch ergeben sich für Werbetreibende interessante Möglichkeiten, um ihre Zielgruppen zu erreichen.*

9 von 10

Konsumenten nutzen die Internetsuche, um lokale Informationen zu finden.



91% suchen auf einem Smartphone

96% suchen auf einem Computer/Tablet

Auf Smartphones:

62% suchen nach Öffnungszeiten



45% suchen nach der Wegbeschreibung zu einem Geschäft



43% suchen nach der Adresse eines Geschäfts



Fazit für Werbetreibende
Stellen Sie in Ihren Anzeigen für Smartphones, Computer und Tablets Ihre Adresse und Wegbeschreibung heraus!

Verbraucher suchen an den unterschiedlichsten Orten nach Informationen:



Fazit für Werbetreibende
Passen Sie Ihre Anzeigen an die unterschiedlichen Orte und Situationen an, in denen Ihre Zielgruppen suchen!

Nach dem Kontakt mit einer Anzeige:

34% suchten ein Geschäft auf, ohne dass sie es vorher geplant hatten

19% kauften etwas, ohne dass sie es vorher geplant hatten



Fazit für Werbetreibende
Nutzen Sie eine umkreisbezogene Ausrichtung Ihrer Werbeanzeigen, um Verbraucher in der Nähe von Ihrem Geschäft zu erreichen und erstellen Sie ein Attributionsmodell für Suchanfragen!

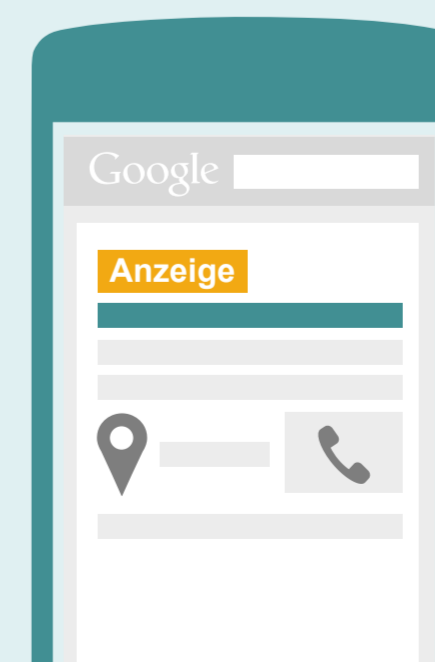
3 von 4

Verbrauchern wünschen sich Anzeigen, die an ihre Stadt, Postleitzahl oder unmittelbare Umgebung angepasst sind.

42% nutzen Bewertungen und Rezensionen auf ihrem Smartphone

35% nutzen den Link „Wegbeschreibung“ auf ihrem Smartphone

27% nutzen die „Anruf“-Funktion auf ihrem Smartphone



Fazit für Werbetreibende
Nutzen Sie ortsbezogene Anpassungen, um Ihre Gebote für bestimmte Regionen, Städte oder Postleitzahlen zu optimieren!

*Quelle: Google/Ipsos MediaCT: Understanding Consumers' Local Search Behavior. Januar 2015
Wir haben Konsumenten befragt, die ihr Smartphone für Suchanfragen nutzen und die kürzlich ein Produkt gekauft haben, um herauszufinden, nach welchen Informationen sie bei einer produktbezogenen Suche Ausschau halten.