

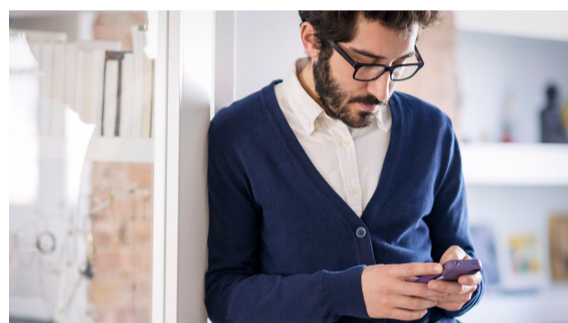


4 Nuevos Momentos Que Todo Comerciante Debería Saber

El comportamiento y las expectativas de los consumidores han cambiado para siempre. Con teléfonos poderosos en nuestros bolsillos, hacemos algo más que revisar la hora, enviar mensajes de texto a nuestra pareja, o ponernos al día con los amigos. Acudimos a ellos buscando respuestas y esperamos que las marcas ofrezcan respuestas inmediatas. Es en estos momentos de **Quiero Saber, Quiero Ir, Quiero Hacer y Quiero Comprar** que las decisiones se toman y las preferencias se forman.



En muchos países, incluyendo los EE.UU., hay más búsquedas de Google en dispositivos móviles que en las computadoras.¹



Momentos Quiero Saber

65%

de los consumidores online busca más información online en comparación con hace unos años.²

66%

de los usuarios de teléfonos inteligentes los usan para buscar algo que vieron en un comercial de televisión.³



Momentos Quiero Ir

2X

incremento en el interés de las búsquedas "cerca mío" en el último año.⁴

82%

de los usuarios de teléfonos inteligentes usan un motor de búsqueda para encontrar negocios locales.⁵



Momentos Quiero Hacer

91%

de los usuarios de teléfonos inteligentes apelan a ellos en busca de ideas mientras realizan sus tareas.⁶

100M+

horas de videos "como-hacer" fueron vistas en YouTube este año.⁷



Momentos Quiero Comprar

82%

de los usuarios de teléfonos inteligentes los usan para consultarlos estando de compras en el local.⁸

29%

de incremento en las tasas de conversión de móviles en el último año.⁹

Fuentes

1 Google internal data, for 10 countries including the U.S. and Japan, April 2015.
2 Consumers in the Micro-Moment, Wave 2, Google/Ipsos, U.S., May 2015, n=1,005, based on internet users.
3 Google Consumer Surveys, U.S., May 2015, n=1,243.
4 Google Trends, U.S., March 2015 vs. March 2014.
5 The Consumer Barometer Survey 2014/2015, U.S., n=1,000, based on internet users.

6 Consumers in the Micro-Moment, Google/Ipsos, U.S., March 2015, n=5,398, based on internet users.
7 Google Data, North America, January 1–May 5, 2015, "How-to" video classification based on public data such as headlines, tags, etc., and may not account for every "how-to" instructional video available on YouTube.
8 Consumers in the Micro-Moment, Google/Ipsos, U.S., March 2015, n=5,398, based on internet users.
9 Google Analytics aggregated data, U.S., April 1–14 2014 and April 1–14 2015.