

Los momentos clave para llegar a los compradores de productos relacionados con el hogar y el jardín

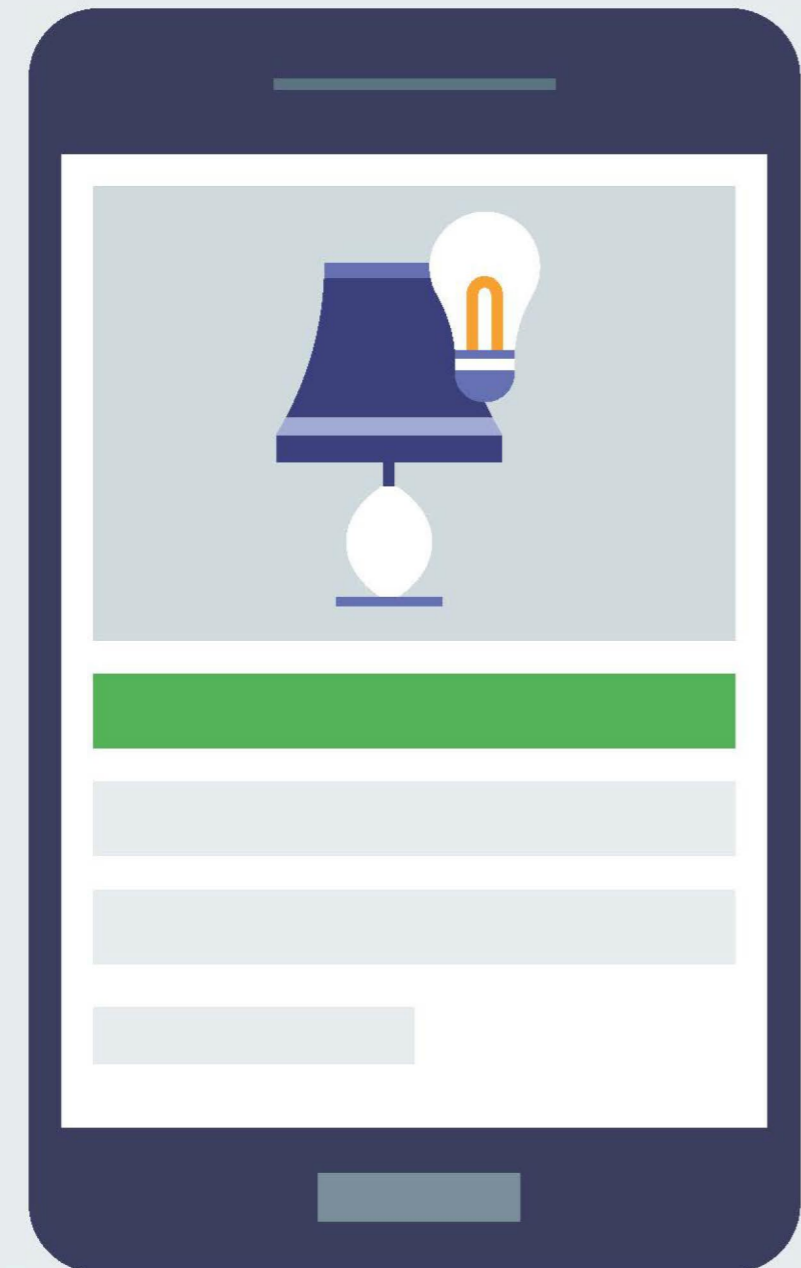
MOMENTOS "NECESITO IDEAS"

Datos acerca de los consumidores que buscan en sus móviles ideas sobre qué productos para el hogar y el jardín comprar:

El **79%** consulta Google¹

El **64%** consulta YouTube.²

El **45%** consulta blogs.³



Los usuarios de smartphones que compran productos para el hogar y el jardín prefieren buscar inspiración en sus móviles primero:

El **60%** busca en el móvil ideas sobre qué comprar antes de ir a una tienda.⁴

MOMENTOS "¿QUÉ OPCIÓN ES LA MEJOR?"

Los consumidores comparan precios, productos y marcas a través de sus smartphones. De los usuarios de smartphones que compran productos para el hogar y el jardín:

El **79%** buscó en el móvil alternativas a los artículos que estaba viendo en una tienda.⁵



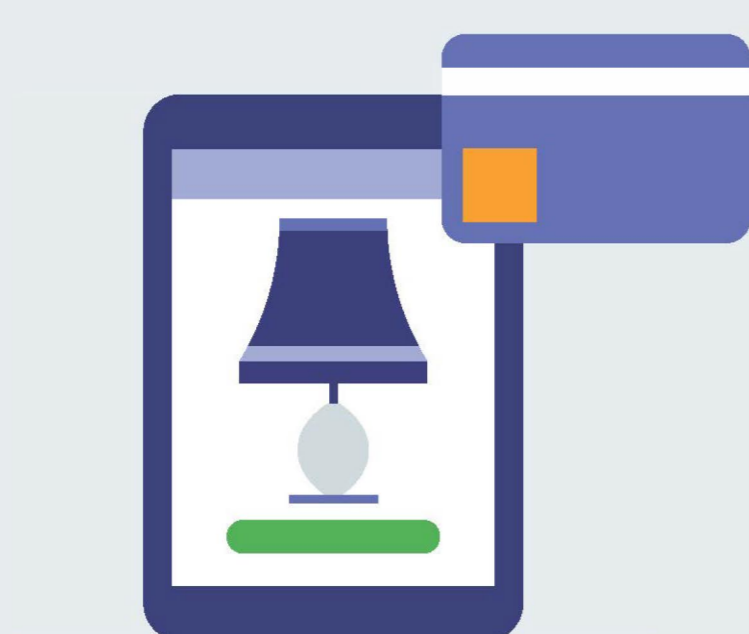
El **78%** decidió comprar otra marca o en otra tienda después de buscar en Google.⁶



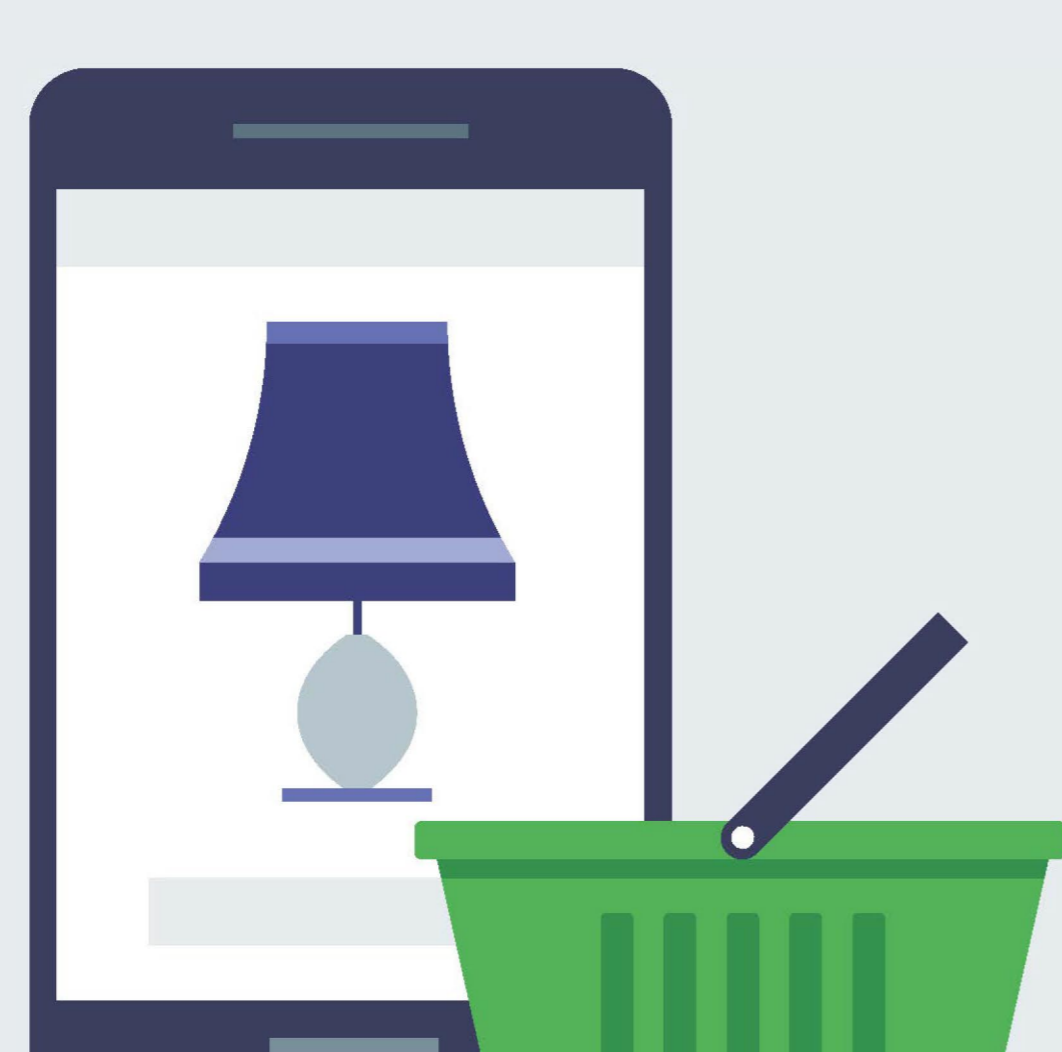
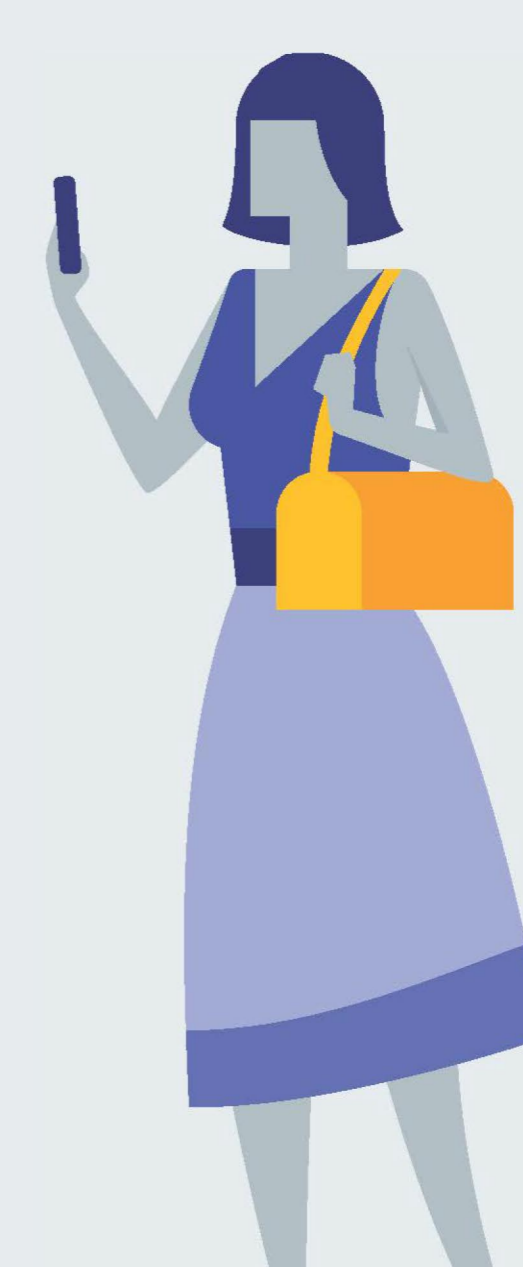
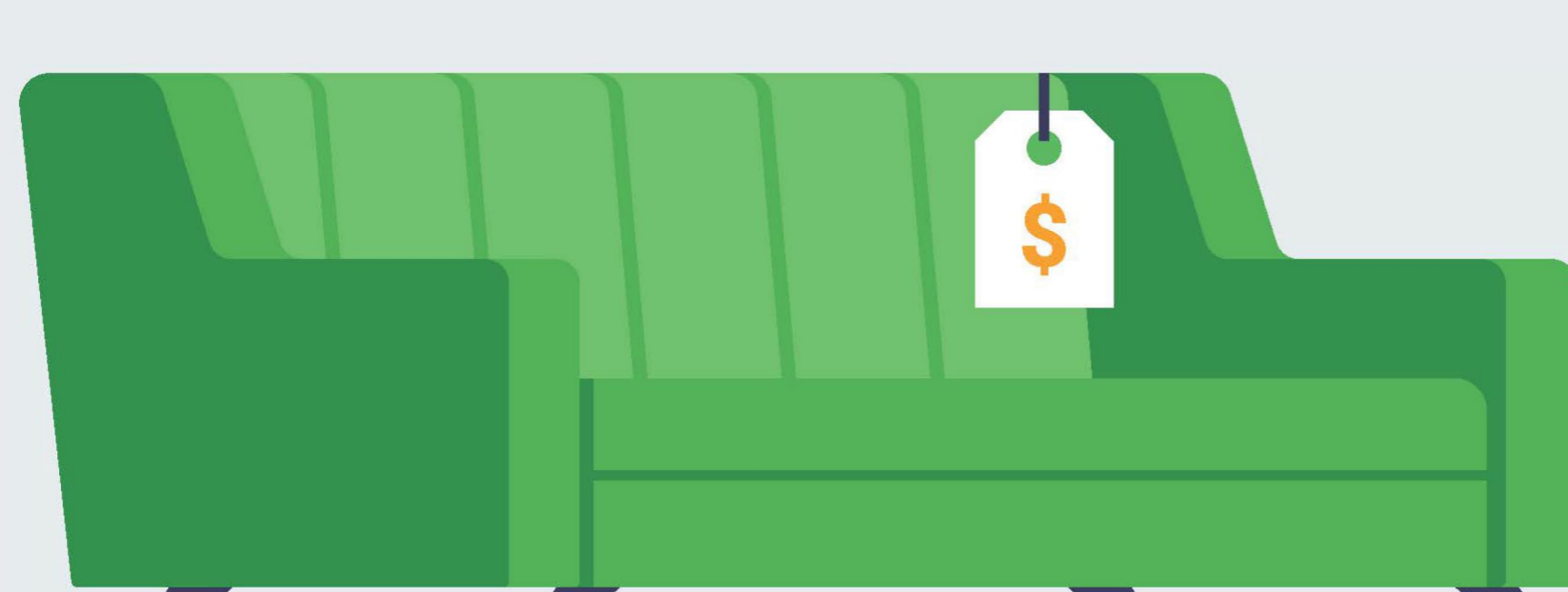
MOMENTOS "QUIERO COMPRARLO"

Los móviles ofrecen más opciones para decidir dónde, cuándo y cómo comprar. Datos acerca de los usuarios de smartphones que compran productos para el hogar y el jardín:

El **78%** espera que una tienda ofrezca varias opciones para adquirirlos, como comprar online, comprar online con recogida en la tienda o comprar en la tienda y recibirlos en casa.⁷



El **64%** ha ido a una tienda con intención de ver un producto y después comprarlo online.⁸



El **66%** compraría con más frecuencia desde el smartphone si hubiera una opción para tramitar la compra fácilmente.⁹

FUENTES

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 Google/Euromonitor International, Micro-Moments Survey (encuesta sobre micromomentos), EE. UU., compradores de artículos para el hogar y el jardín desde smartphones = 500.