

Zmot Y más allá.

Juan F. Martinez Carricart
Sales Manager Google Argentina



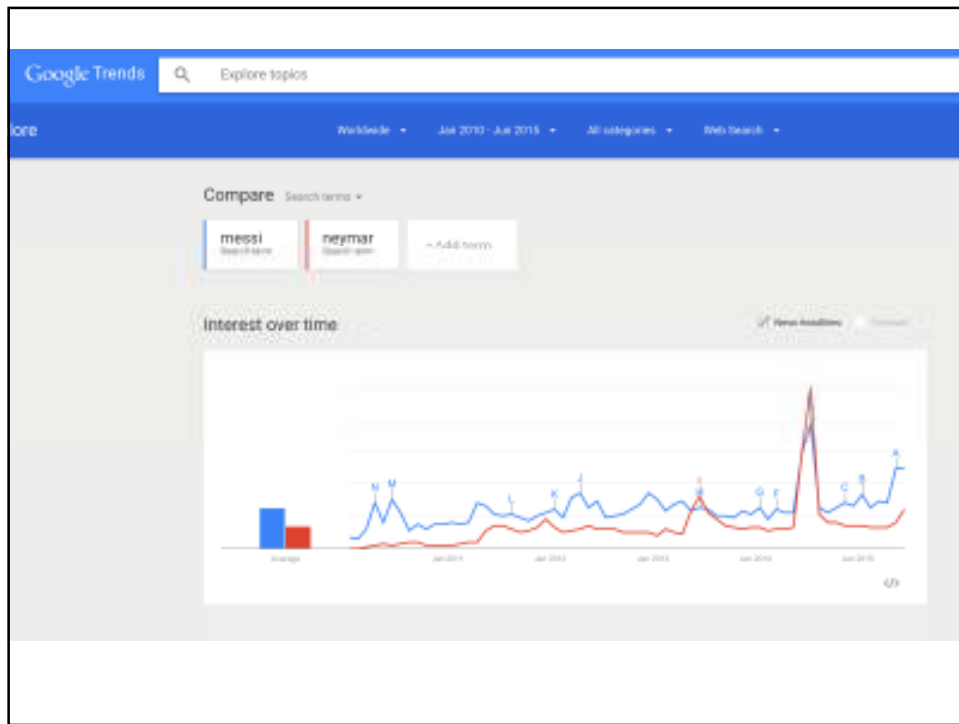
3 COMERCIO ELECTRONICO
2014-2015

Google





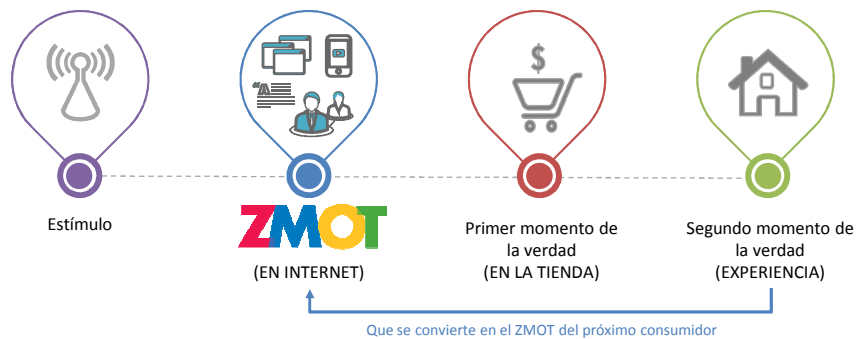




MODELO MENTAL TRADICIONAL DEL MARKETING

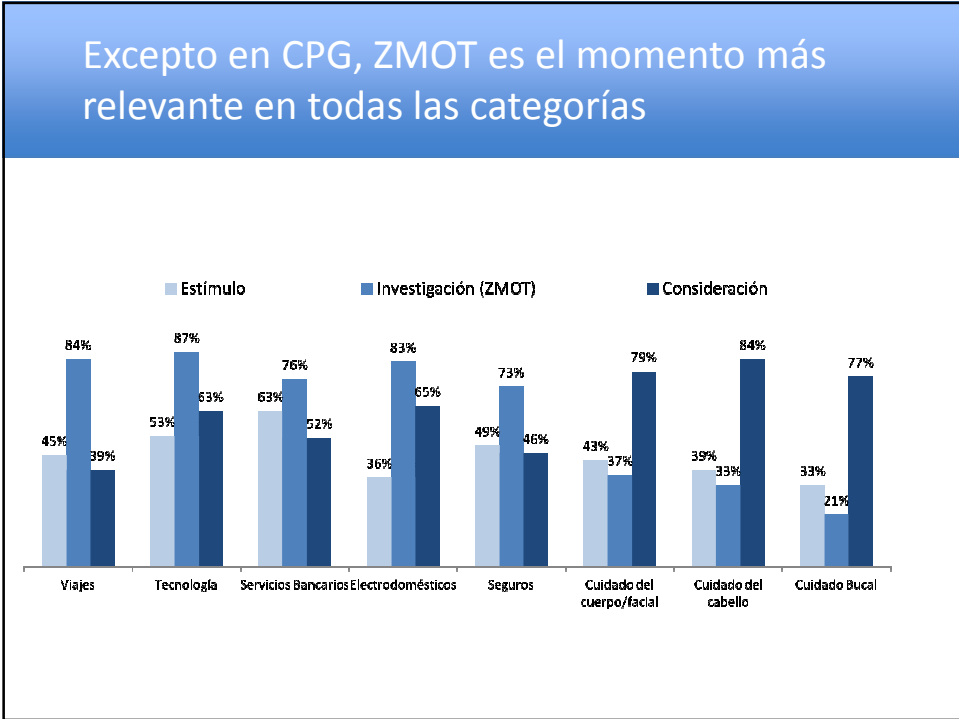


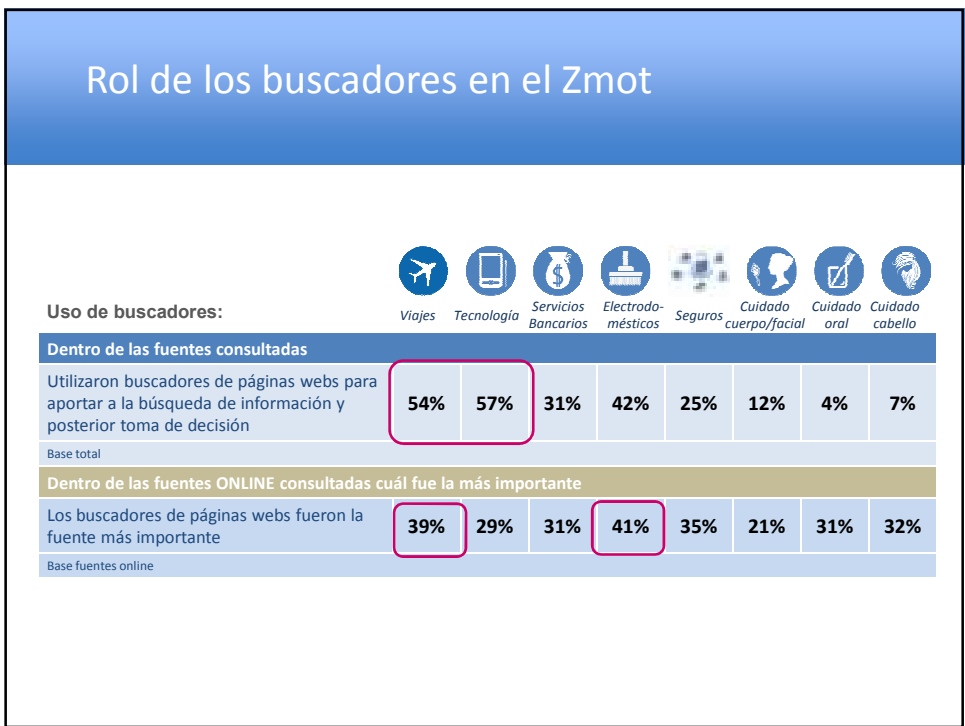
Ahora, es necesario agregar el ZMOT y pensar en el impacto de Internet en los momentos existentes



Fuente: ZMOT (momento cero de la verdad).







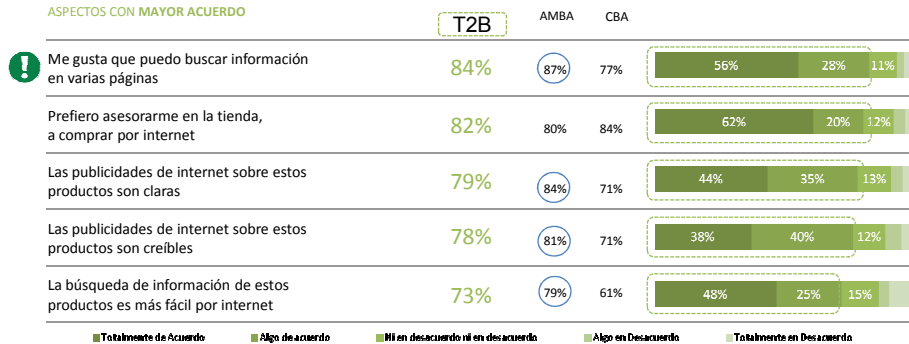


Capturar la demanda con presencia en los momentos clave



81% investiga en internet

ASPECTOS CON MAYOR ACUERDO



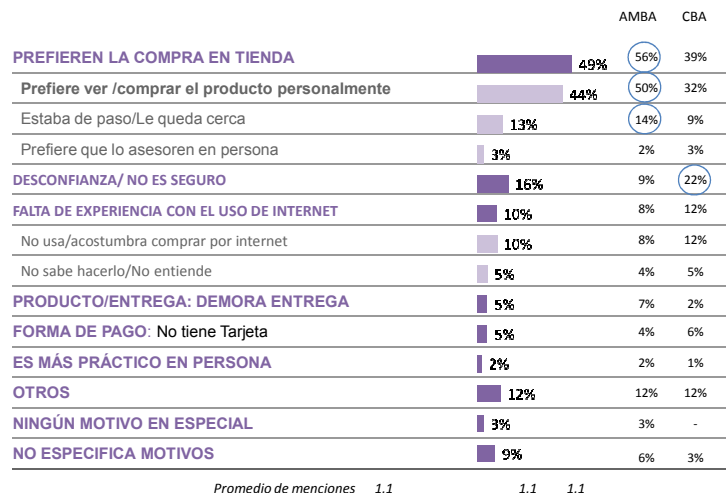
Base: Entrevistados que usan internet para buscar

(n=225) AMBA (n=139) CBA (n=87)

Fuente: Google Online to Store, Nov. 2014, TNS Argentina.

google.com/think 20

44% prefiere ver el producto personalmente

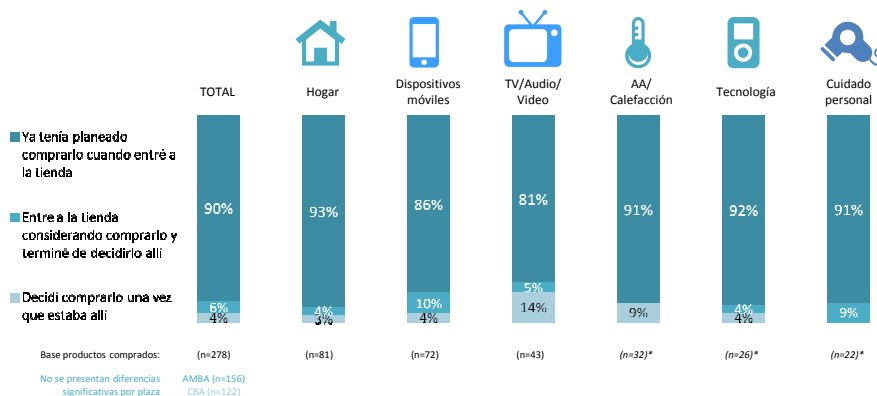


Base: Total Compradores (n=278) AMBA (n=156) CBA (n=122)

Fuente: Google Online to Store, Nov. 2014, TNS Argentina.

google.com/think 21

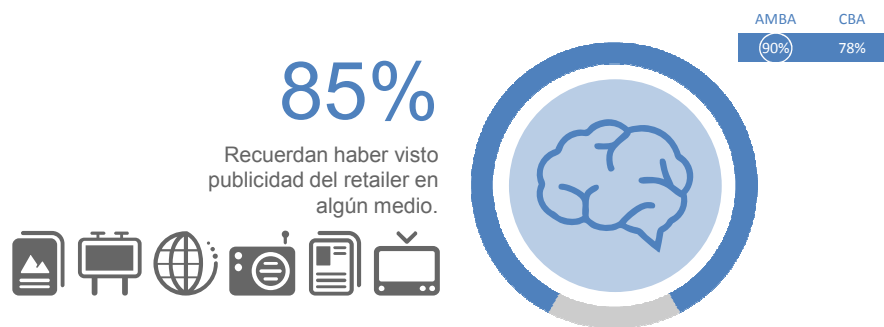
90% de los productos comprados fueron planificados antes de entrar a la tienda.



Fuente: Google Online to Store, Nov. 2014, TNS Argentina.

google.com/think 22

Más de 8 de cada 10 shoppers recuerda alguna publicidad del retailer en algún medio

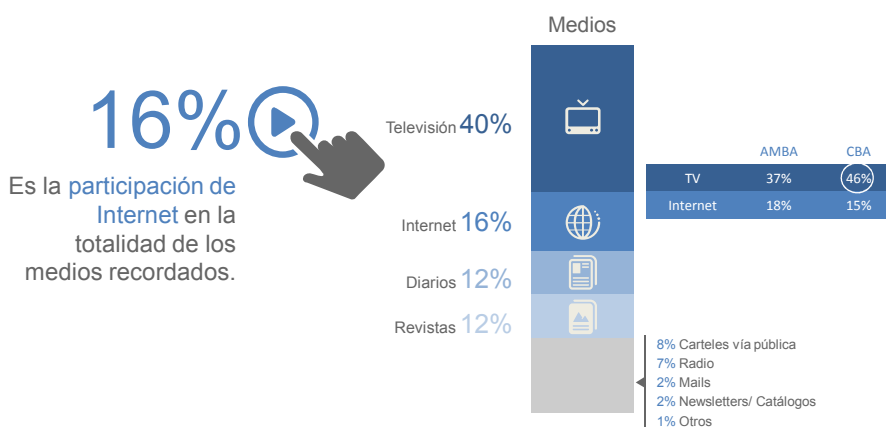


Base: Total Compradores (n=278) (AMBA n=156) (CBA n=122)

Fuente: Google Online to Store, Nov. 2014, TNS Argentina.

google.com/think 23

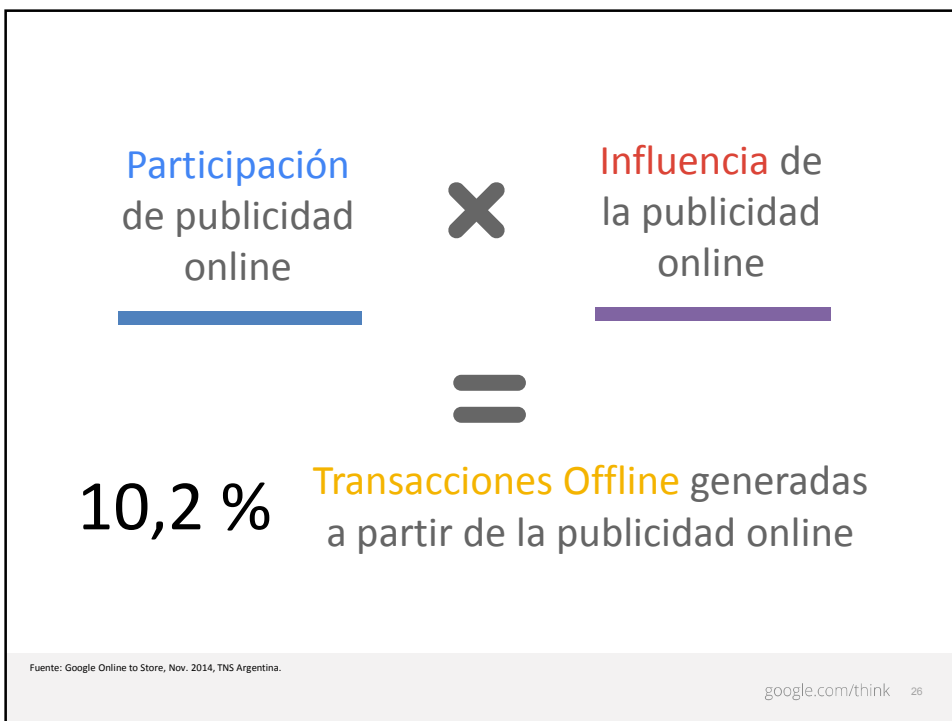
Participación absoluta por medio



Base: Total Medios Recordados

Fuente: Google Online to Store, Nov. 2014, TNS Argentina.

google.com/think 24





ZMOT - recap

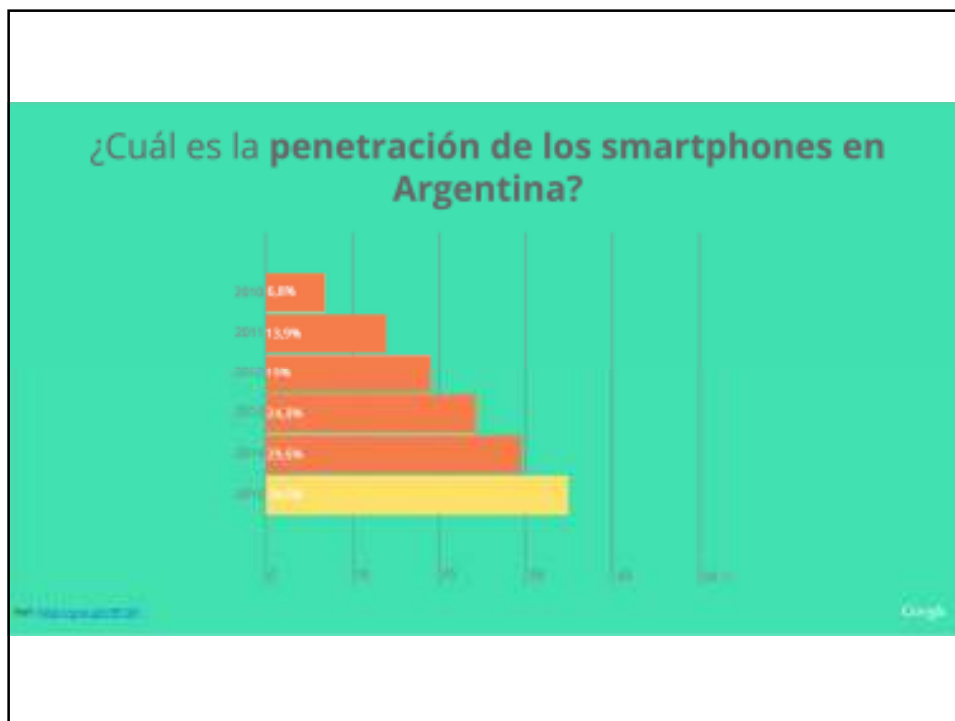
- Nueva etapa del proceso de compra
- Preponderancia de online
- Muy relevante
- Capturar la demanda
- Fuerte impacto en las ventas offline

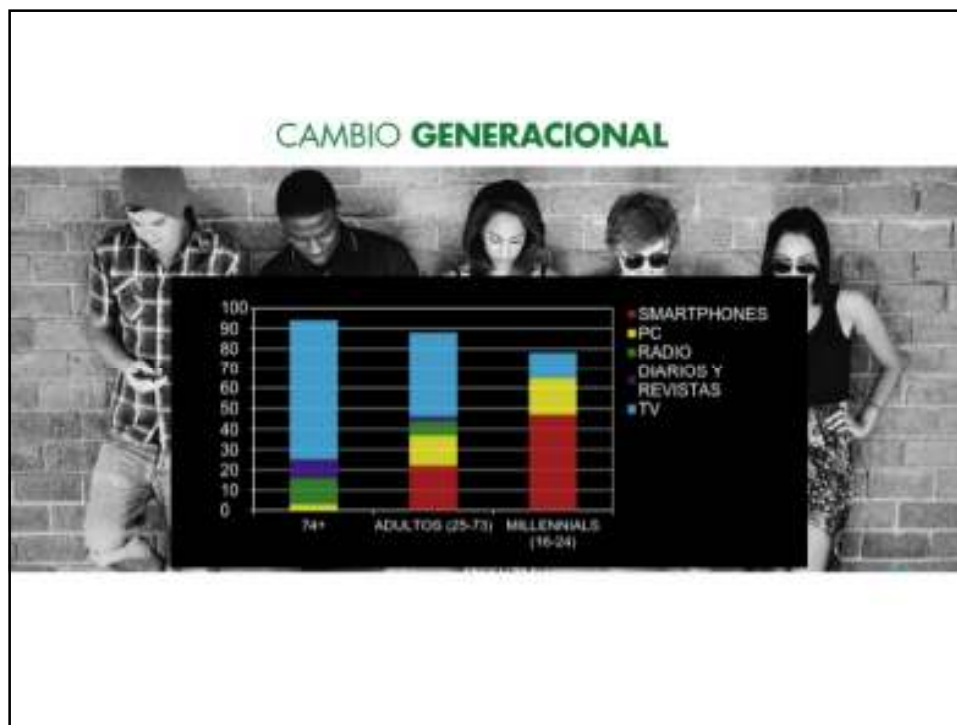


*“Ya no estamos en un mundo mobile first , estamos en un mundo **mobile only**”*

Larry Page, CEO de Google

Google

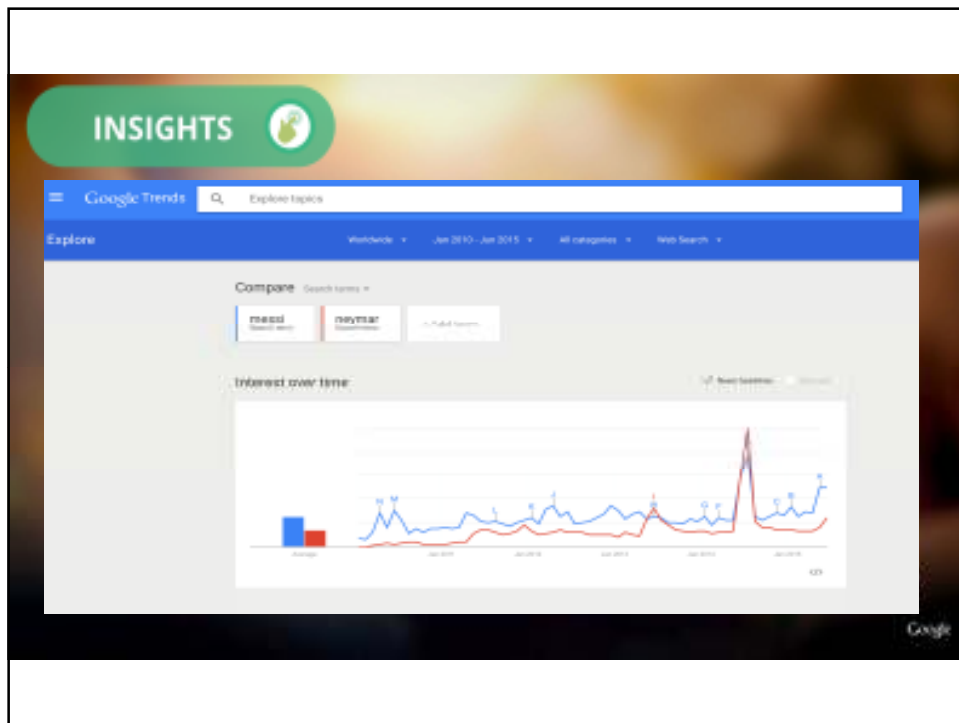
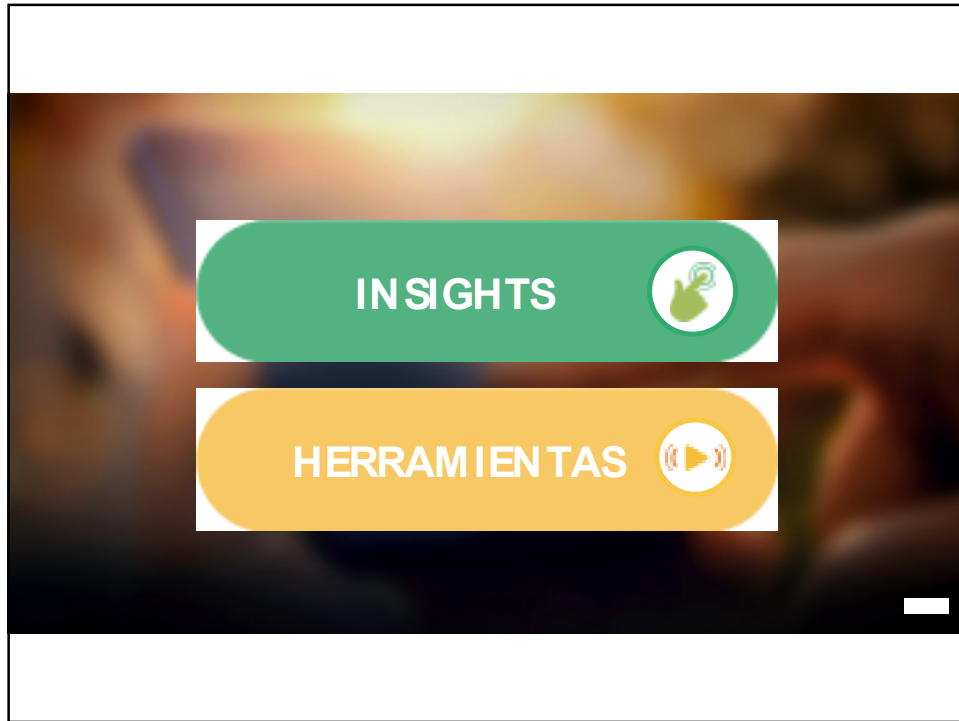







Visión de Google de la evolución del proceso del compra

VIDEO




INSIGHTS 

Reportes y buenas prácticas



www.google.com/think/es

Estudios de consumidor



www.consumerbarometer.com

Google

HERRAMIENTAS 



25 principios del diseño de sitios para celulares

-  Página principal y navegación por el sitio
-  Búsqueda en el sitio
-  Comercio y conversiones
-  Ingreso de formularios
-  Funcionalidad y factor de forma

Google