

# Las aplicaciones son cada vez más importantes en la temporada de compras navideñas

## El customer journey en Navidad

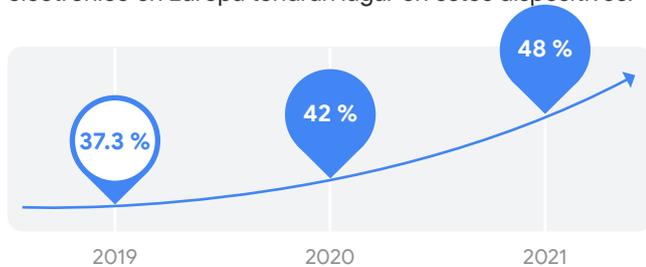
### Tendencias de retail

En el 2018, las compras en móviles superaron a las compras hechas en ordenadores, sobre todo en el caso de las compras de último minuto durante los días de más ventas, en los que supusieron el



(2018 Holiday Shopping Report, Salesforce Research, 2019)

En la actualidad, el **37,3 %** de las transacciones de comercio electrónico se completan en dispositivos móviles y, para el 2021, el **42 %** de todas las transacciones de comercio electrónico en Europa tendrán lugar en estos dispositivos.




**71 %**  
El 71 % de los recorridos de compra digitales empiezan en un dispositivo móvil

(Google internal data)



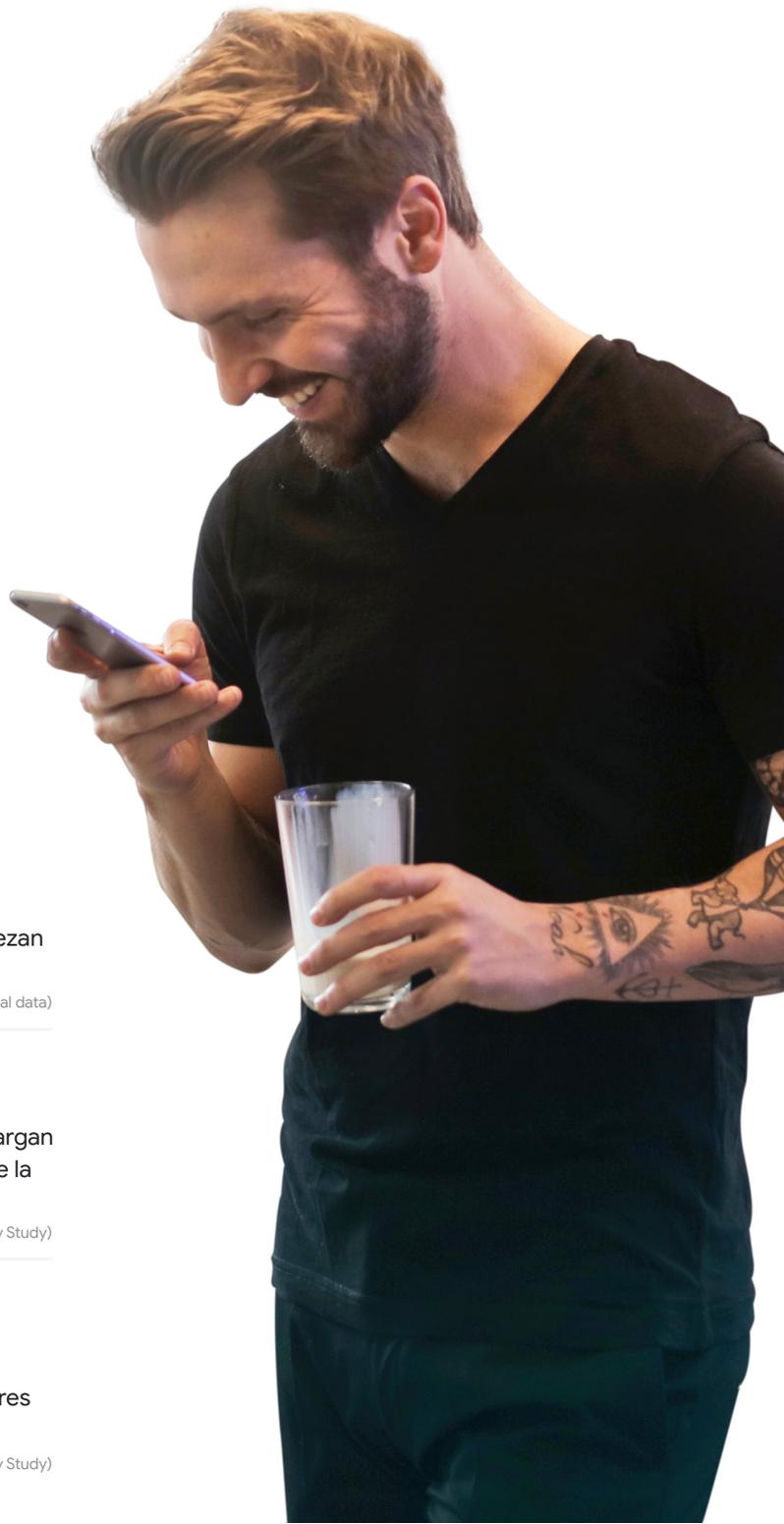
**2 de cada 5**  
consumidores que usan dispositivos móviles descargan una nueva aplicación de compras o tiendas durante la semana del Black Friday

(Google/Ipsos. U.S., Omnichannel Holiday Study)



**45 %**  
Durante la semana del Black Friday, se produce un aumento del 45 % en el tiempo que los consumidores pasan en aplicaciones de compras

(Google/Ipsos. U.S., Omnichannel Holiday Study)



# La web móvil y las aplicaciones van de la mano

## El poder de la tecnología móvil

Lo más importante es ayudar a los clientes para que encuentren lo que están buscando. La web móvil es muy útil para llegar a una audiencia más amplia, mientras que las aplicaciones se benefician de una mayor interacción. Se hacen más pedidos en aplicaciones. Si un cliente ha invertido en descargar tu aplicación, demuestra más nivel de fidelidad e interacción.

## Se hacen más pedidos en aplicaciones



Es **tres** veces más probable que los usuarios completen una conversión en aplicaciones que en la web móvil\*



\* Fuente: CRITEO | Q1 -2018 Europe Retail Report

## El recorrido de compra los clientes en aplicaciones puede ser complicado

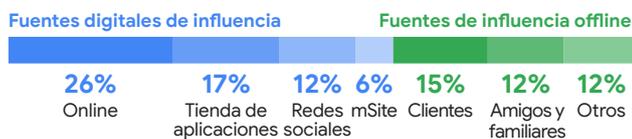
Usa distintas técnicas de re-engagement para guiarlos por este ciclo. Descubre trucos y consejos específicos en la página siguiente.



# Cómo alcanzar tus objetivos estas Navidades

1

## Haz que te encuentren



61% de los usuarios que descargan aplicaciones las descubren a través de fuentes digitales

83% de las fuentes digitales son anuncios

El 61 % de los usuarios que descargan aplicaciones las descubren a través de fuentes digitales, y el 83 % de estas fuentes son anuncios. Usa las campañas de aplicaciones de Google para que tus usuarios puedan encontrarte.\*\*

\*\* Fuente: Encuesta de Google y Verto Analytics del 2018, n = 1136; Otros - Offline Anuncios 2 %, Offline Tienda 2 %, Contacto directo con la tienda 5 %

2

## Lanza tus campañas pronto

Las campañas de aplicaciones tardan en aprender de tus clientes. Deja un margen de entre 7 y 14 días para que tu campaña reciba conversiones y conozca mejor a los clientes para conseguir el mejor retorno de la inversión posible.

3

## Utiliza distintas herramientas para llegar a los usuarios en diferentes etapas

Puedes usar herramientas como los enlaces profundos, que llevan automáticamente a los usuarios a la aplicación si la tienen instalada, o el remarketing dinámico, que lleva a los usuarios a páginas de la aplicación que han estado consultando previamente, te ayudan a crear una experiencia del cliente óptima.

Echa un vistazo a esta página sobre los enlaces profundos:

[developer.android.com/training/app-links/deep-linking](https://developer.android.com/training/app-links/deep-linking)

Echa un vistazo a esta página sobre el remarketing:

<https://support.google.com/google-ads/answer/7538938?hl=es>

4

## Aprovecha otros servicios y herramientas de Google

