

Hogyan ragadjuk meg a
mikro-momentumokat?

A person is shown in profile, holding a smartphone. The background is dark with several out-of-focus, circular light sources in shades of white, yellow, and purple, creating a bokeh effect. The person's face is partially visible in silhouette.

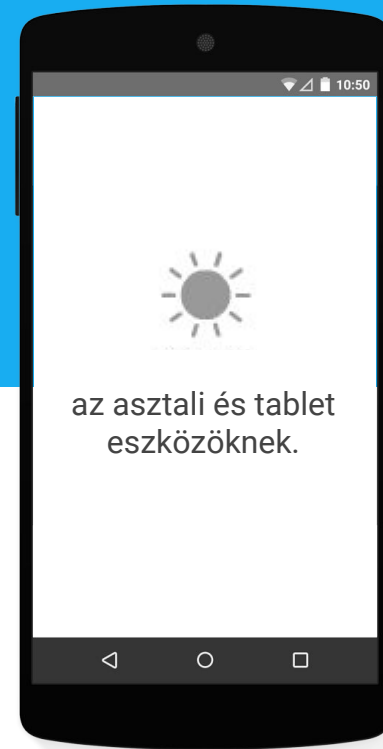
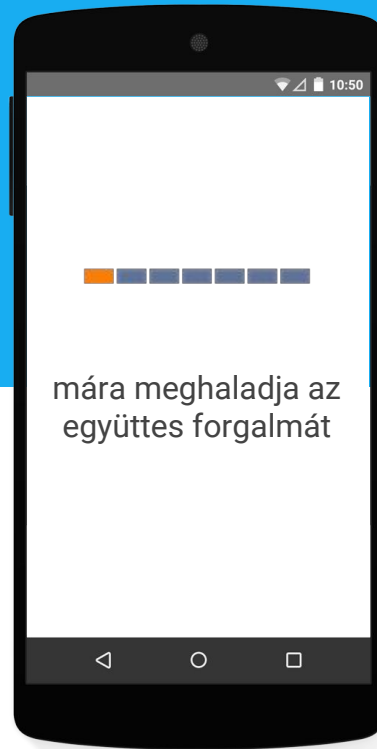
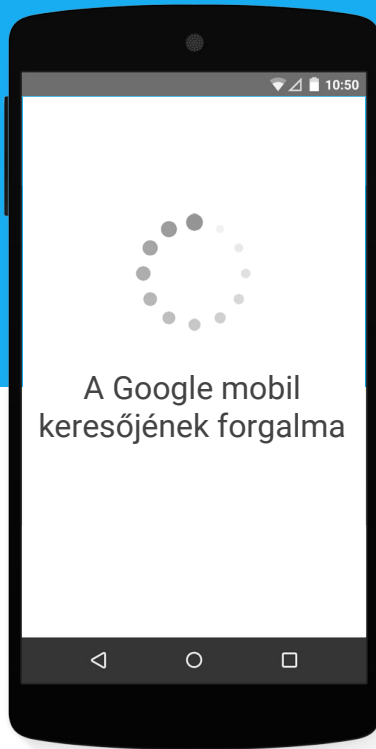
A mikro-momentumok

*“Valós idejű, szándék-vezérelt pillanatok
százai a fogyasztói út során.”*

- *Think With Google*



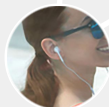
A mobil platform térhódítása



150x naponta!



Autómagazin hírek
olvasása tableten
6:50



A buszmegállóban, a
hónap slágereit hallgatva
8:30



A buszon, cikkek olvasása a
fesztiválról
8:42



Hátizsák vásárlása a
fesztiválra
11:15



Fesztiváljegy vásárlás
a munkában
11:36



Hamburgerező
megkeresése a
Google Maps app
segítségével
13:13



Ebédidő, Candy Crush
Saga sorban állás
közben
13:33



Fesztiválozók videói
a YouTube-on
19:15



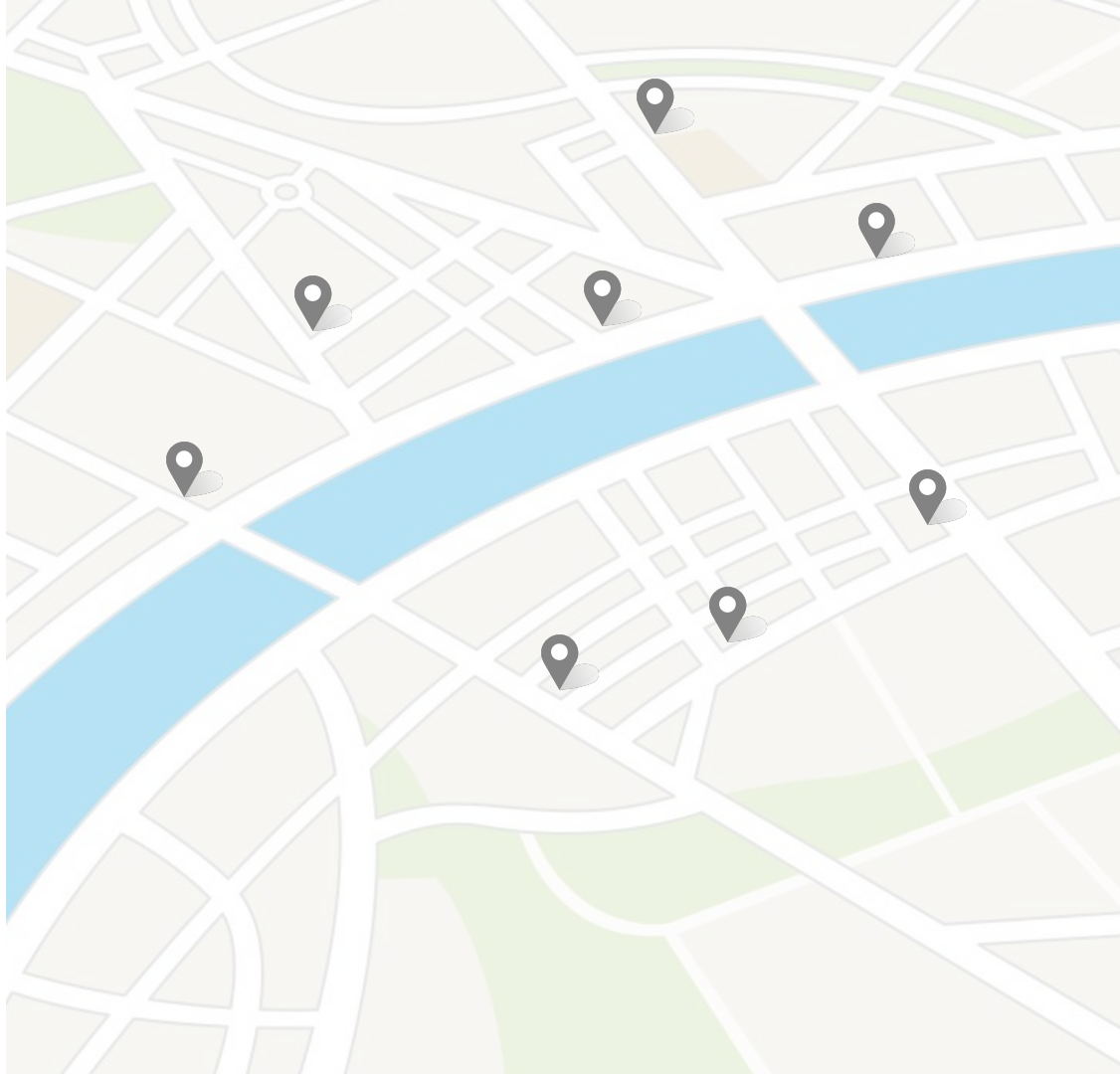
A buszon, akciós
termékek böngészése
17:29



Lakat kulcsának
keresése a sötétben a
zseblámpa funkcióval
23:09

Pillanatok

-  **7:05** Gyors üzenet Tamásnak
-  **7:45** Gyors pillantás a pontos időre
-  **8:12** Üzenetek átolvasása Tamástól
-  **9:03** Üzleti email-ek
-  **13:23** Képek megosztása a vakációról
-  **15:29** Gyors üzenet Nórának
-  **17:38** Fotó megosztása a dugóról

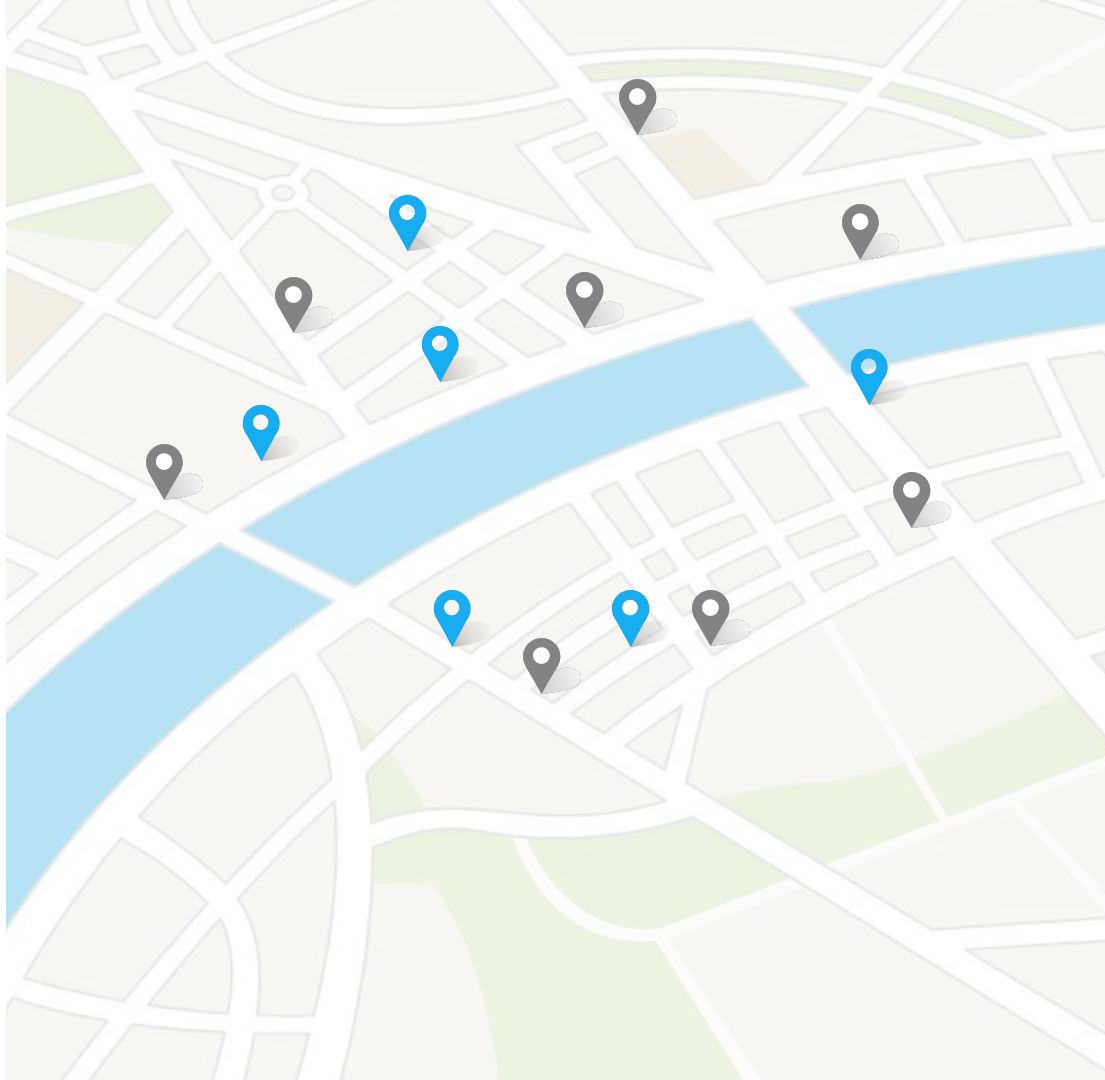


Mikro-momentumok

-  **7:15** Reggeliző hely keresése
-  **7:53** Videó megtekintése vízcsap javításról
-  **8:59** Vakációs helyszínek keresése
-  **10:07** Tájékozódás futócipőkről
-  **13:23** Mountain bike videók megtekintése
-  **17:38** Tájékozódás jelzálog hitel kondícióról



kondícióról



Mikro-momentumok:

Pillanatok, amelyek valóban számítanak





“azt nézem,
ami érdekel”
pillanatok



“tudni akarom”
pillanatok



“el akarok jutni oda”
pillanatok



“meg akarom csinálni”
pillanatok



“meg akarom
vásárolni”
pillanatok

53%-a

az online videókat néző
közönségnek
kikapcsolódni, inspirálódni
szeretne.

A YouTube a

#1

platform a 18-34 évesek
körében a
tartalomfogyasztás
szempontjából.

65%-a

az online fogyasztóknak
sokkal több kutatást végez
napjainkban, mint néhány éve.

66%-a

az okostelefont használóknak
keres a TV-ben látott
szolgáltatásokra, vagy
termékekre.

2X-es

növekedés a “hozzám
közel” típusú
keresésekben.

82%-a

az okostelefont
használóknak keres lokális
vállalkozásokra a
mobil-böngésző
keresőjében.

91%-a

az okostelefont
használóknak keres ötleteket
feladatok elvégzéséhez.

100M+

órányi ilyen típusú tartalmat
tekintettek meg a
YouTube-on eddig 2016-ban.

82%

az okostelefont
használóknak keres
termékekre, miközben
boltban vásárol.

29%-os

növekedés a mobil
konverziós értékekben az
elmúlt évben.

An overhead view of a large wooden conference table. Several people are seated around the table, their arms and hands visible. They are using various electronic devices: a laptop, several tablets, and smartphones. The screens of the devices display data visualizations like charts and graphs. The scene is dimly lit, with the primary light source coming from the devices themselves, creating a focused and collaborative atmosphere.

A sikerhez vezető út a mikro-momentumok világában

| Legyél jelen!

| Legyél hasznos!

| Legyél gyors!

| Keresd a kapcsolatot az adatok között!

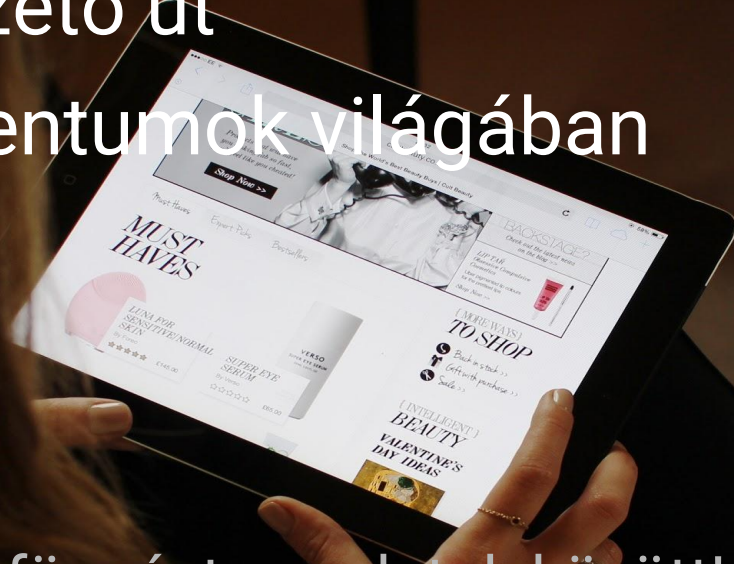
A sikerhez vezető út a mikro-momentumok világában

■ Legyél jelen!

! Legyél hasznos!

! Legyél gyors!

! Keresd az összefüggést az adatok között!



Legyél jelen!

A fogyasztók nem csak megtekintik, ki is választják márkád, ha jelen vagy!

Sok fogyasztó nem márkahű!



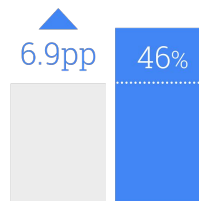
-a az okostelefont használóknak új **terméket, szolgáltatást, vagy márkát** fedezett fel keresés közben.

Lehetőséged van versenytársaid fogyasztóit is elérni!



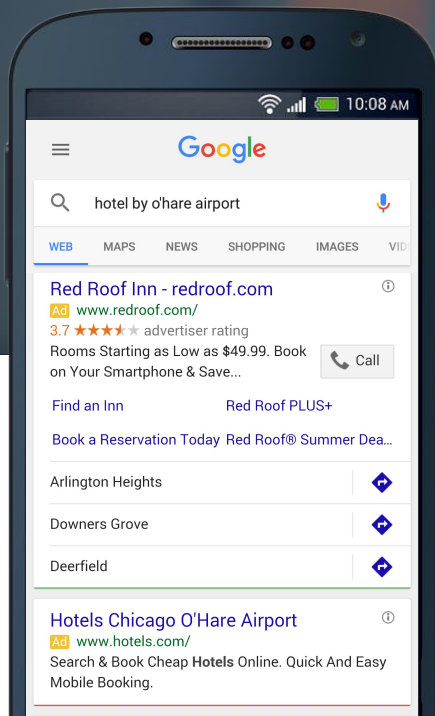
okostelefont használó vásárolt egy olyan márkától, vagy cégtől, amelyre nem kerestek közvetlen, **mert a szükséges pillanatban és helyen kaptak releváns információt kérdéseikre.**

A márkaismeretet is erősítéd!



A megjelenés a mobil kereső hirdetési eredményei között **6.9 százalékponttal, vagy 46%-al** hozzájárul a márkaismeret erősítéséhez.

AZ “ÚGY FESZT, HOGY MARADOK ÉJSZAKÁRA” PILLANATOK



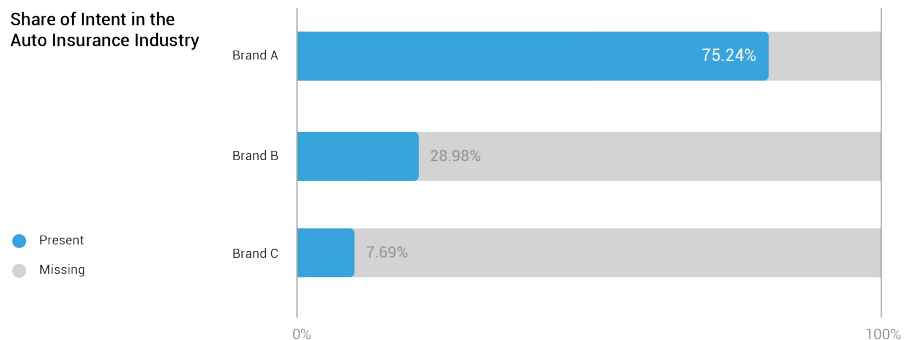
Amennyiben egy járatot törölnek,
a **Red Roof Motel** készen áll, hogy megragadja a pillanat
kínálta lehetőségeket.



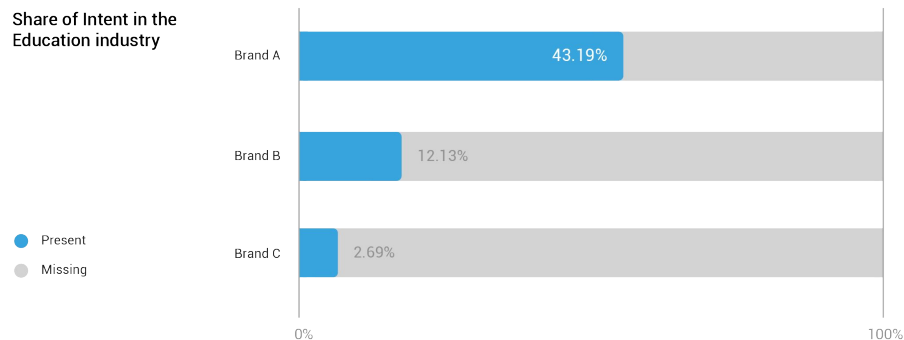
Legyél jelen!

Értsd meg a pillanatból kiragadott saját részed jelentőségét!

Share of Intent in the
Auto Insurance Industry



Share of Intent in the
Education industry



A sikerhez vezető út a mikro-momentumok világában

I Legyél jelen!

■ Legyél hasznos!

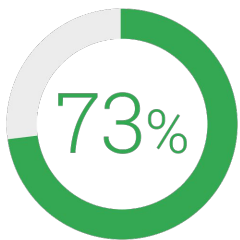
I Legyél gyors!

I Keresd az összefüggést az adatok között!

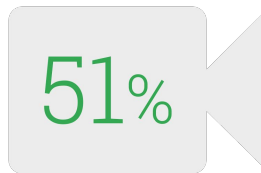


Legyél hasznos!

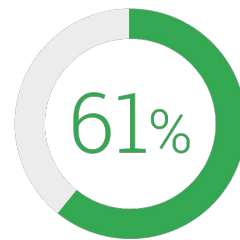
A hasznosság pillanatának megragadása nélkül a fogyasztók nem csak továbbállnak, talán vissza sem térnek többé...



-a a fogyasztóknak azt tartja a legfontosabbnak, mikor egy márka mellett dönt, ha a hirdetőtől rendszeresen kap hasznos információkat.



-a az okostelefont használóknak vásárolt már más márkától, mint amelytől szeretett volna, mert a nyújtott információt hasznosnak találta.



-a az okostelefont használóknak szívesebben vásárol olyan cégektől, amelyek személyre szabják a nyújtott információt lokációjuk alapján.

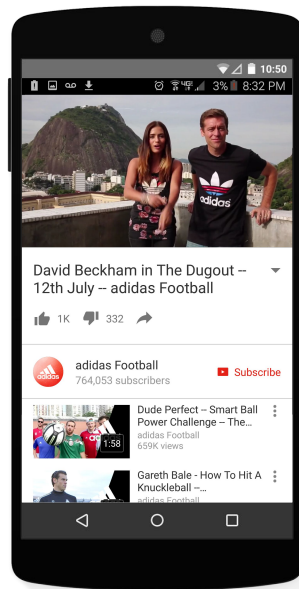
Legyél hasznos!

Az “azt nézem ami igazán érdekel” pillanatok

A fogyasztók

42%-a

olyan márkákat választ szívesen,
amely bevonja fogyasztóit
cégkultúrájába és akár cselekvésre
is ösztönözi őket ahelyett, hogy
csak vásárlásra szólítana fel.



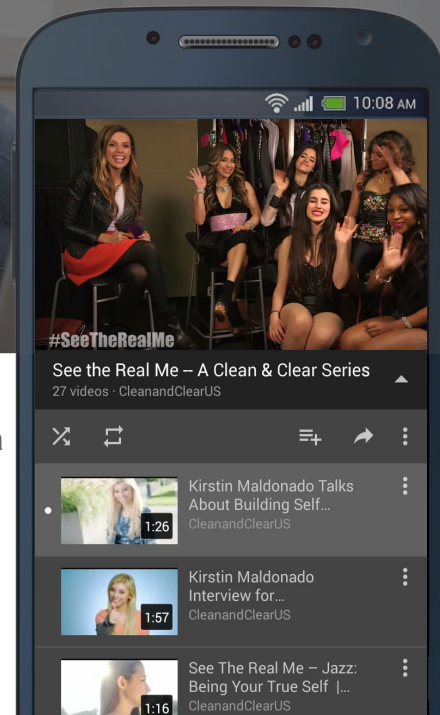
Használd ki közösséged szenvedélyeit!

AZ “ENYÉM A SZÍNPAD” PILLANATOK

A CLEAN & CLEAR® egy átfogó YouTube videó marketing stratégia kialakításával nyerte meg rajongói figyelmét.



<https://www.thinkwithgoogle.com/articles/clean-and-clear-video-marketing-lessons.html>



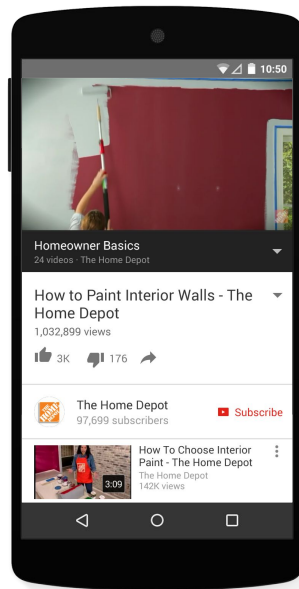


Legyél hasznos!

A “tudni akarom” pillanatok

69%-a

Az okostelefont használóknak sokkal valószínűbb, hogy vásárolnak olyan cégektől, amelyek mobil weboldalai, vagy applikációi segítenek nekik a - gyakran hirtelen felmerülő - kérdéseik megválaszolásában.

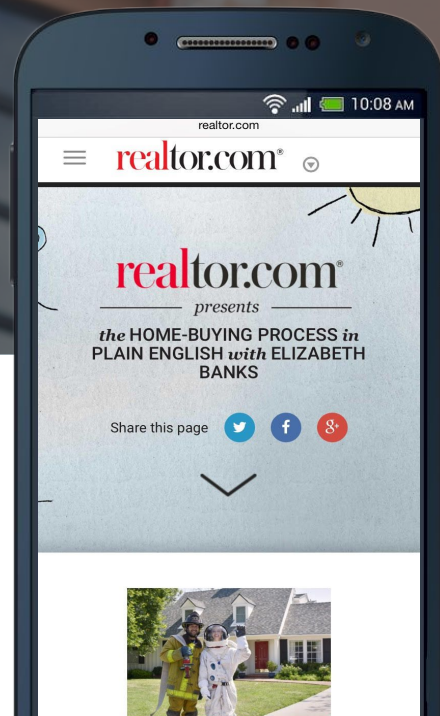


Hozz létre könnyen érthető és gyorsan fogyasztható tartalmakat!

A “KEZDETI LÉPÉSEK” PILLANATOK

Egy a fogyasztói út felső szakaszában felbukkanó pillanat megragadása, már közvetlen a kutatási és információgyűjtési fázisban a **Realtor.com** egyik bevált eszköze.

realtor.com®



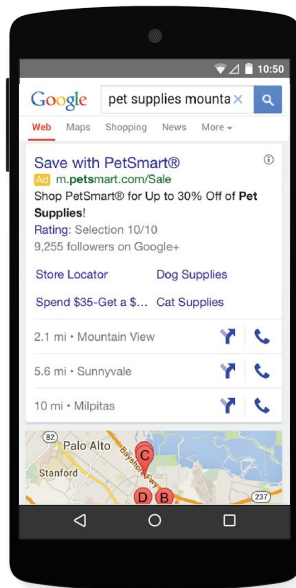
<https://www.thinkwithgoogle.com/articles/house-hunting-season.html>

Legyél hasznos!

Az “el akarok jutni oda” pillanatok

71%-a

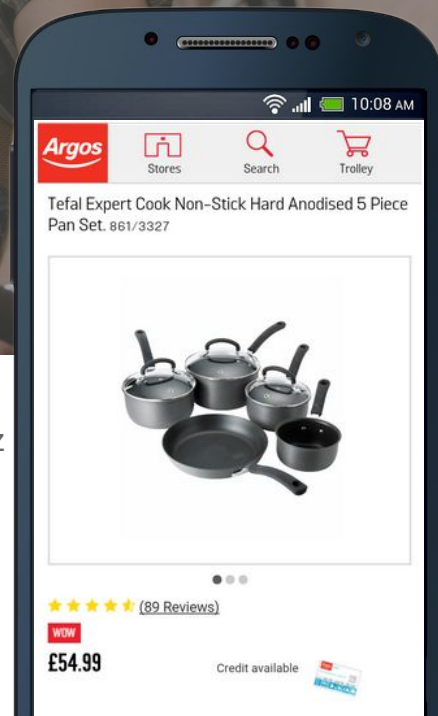
az okostelefont használóknak
használt boltkeresőt, hogy a pontos
címet megtalálja.



Használj informatív szignálokat, amelyek releváns
információkat, például a legközelebbi üzlet címét,
árúkészletet és megközelési útvonalat osztanak
meg fogyasztóiddal!

A “CSAK BEUGROK” PILLANATOK

Az **Argos** átalakította mobil stratégiáját, hogy az adott bolthoz közeli fogyasztókkal léphessen kapcsolatba , továbbá útvonaltervezéssel is segítette annak megközelítését.

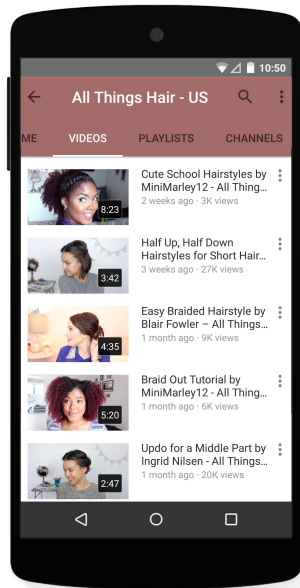


Legyél hasznos!

A “meg akarom csinálni” pillanatok

48%

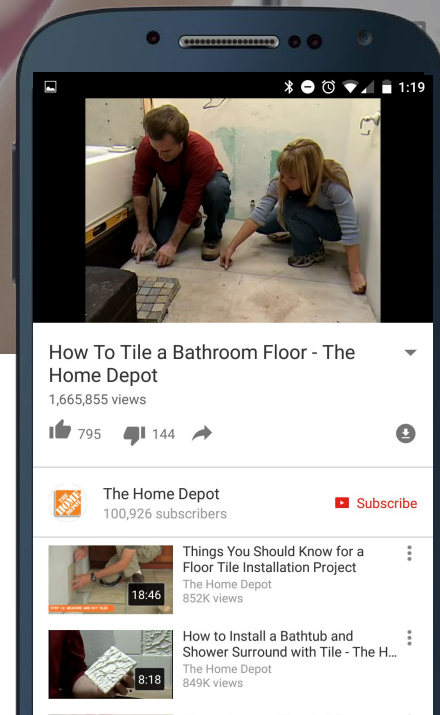
-a az okostelefont
használóknak **szívesebben**
vásárolnak olyan cégektől,
amelyek mobil oldalai
tájékoztató és oktató
videókat is nyújtanak.



Nyújts “lépésről-lépésre” videókat
termékedről, vagy szolgáltatásodról,
edukálva közösséged!

A “MEG AKAROM CSINÁLNI” PILLANATOK

A **Home Depot** oktatóvideó-sorozatot készített a YouTube csatornájára, amely segített fogyasztóinak a ház körüli javítások elvégzésében.



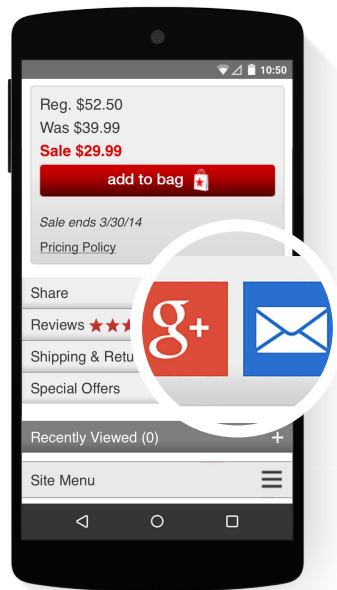
Legyél hasznos!

A “meg akarom vásárolni” pillanatok

58%-a

az okostelefont

használóknak olyan cégektől
vásárolnak inkább, amelyek
mobil weboldalai és
applikációi lehetővé teszik,
hogy gyorsan és egyszerűen
vásároljanak.



Ösztönözd a bolti vásárlásokat mobilon, call
center-en keresztül, vagy különböző eszközökön át!



Az **Esurance** mobil hívásbővítménnyel segíti fogyasztóit, hogy bármikor egyszerűen és könnyen kapcsolatba léphessenek velük.

esurance™



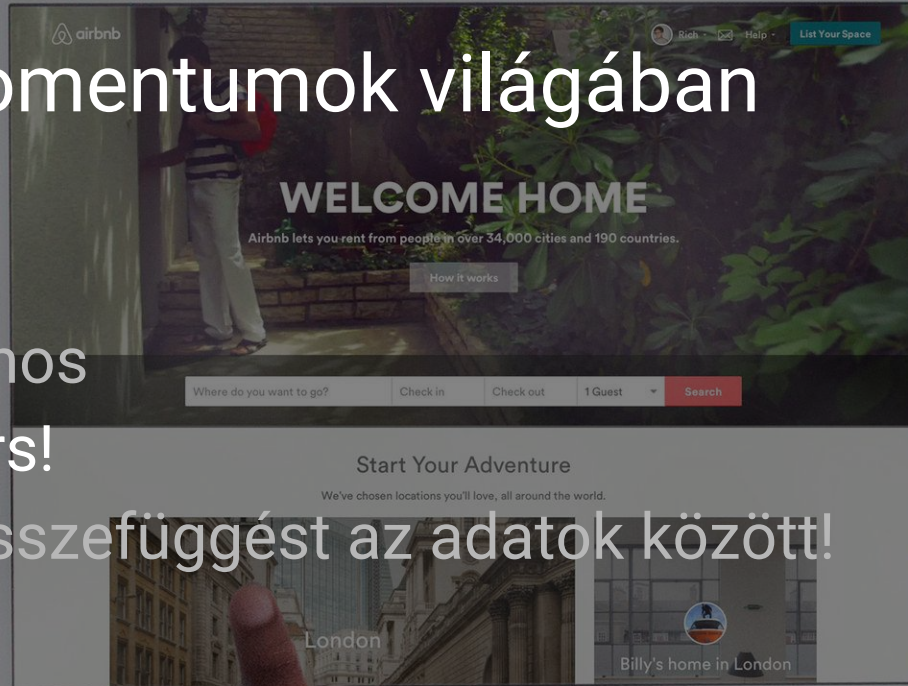
A sikerhez vezető út a mikro-momentumok világában

I Legyél jelen!

I Legyél hasznos

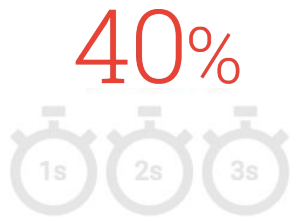
■ Legyél gyors!

I Keresd az összefüggést az adatok között!



Legyél gyors!

Ha lemaradsz, kimaradsz!



-a a fogyasztóknak **elhagyja** az olyan weboldalat, amelyek **3 másodpercen belül** nem töltenek be!



-a az okostelefont használóknak **azonnal** másik weboldalra (vagy applikációba) lép, ha a jelenlegit **lassúnak**, vagy **túl zsúfoltnak** találja.



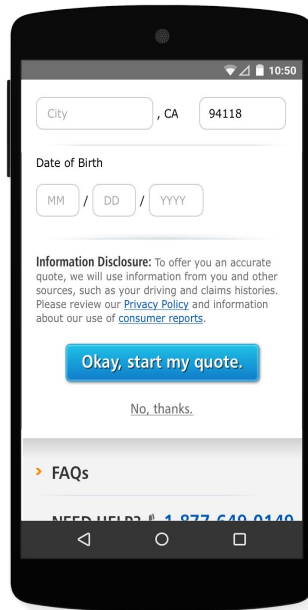
csalódott látogató **soha többet** **nem fog visszatérni egy weboldara** ha azzal nem volt elégedett.

Legyél gyors!

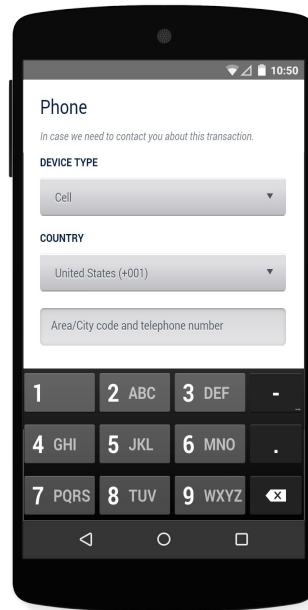
Egyszerűsítsük és rövidítsük le a lépéseket!

67%

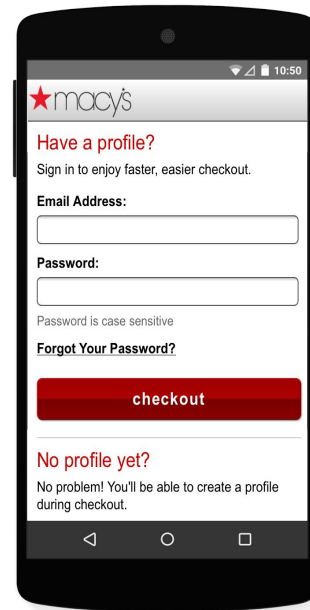
-a az okostelefont használóknak azért hagyja el a weboldalt, mert túl sok lépésből áll a vásárlási folyamat, vagy a keresett információ elérése.



Funkciók egy kattintással, automatikus kitöltés.



Hatékony és egyszerű űrlapok.

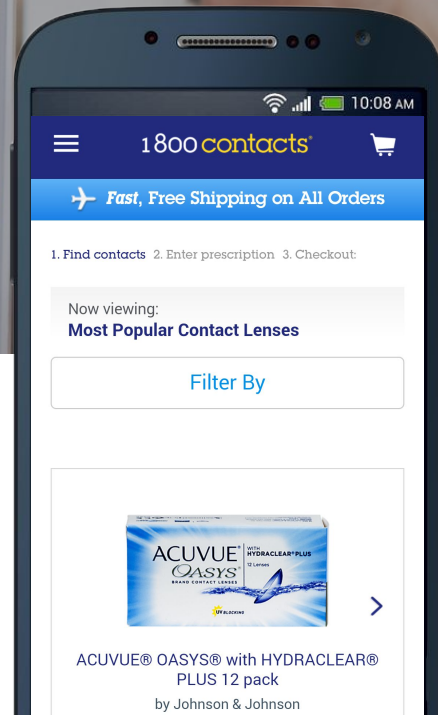


Alternatívák a tranzakció végrehajtására.

A “MINDIG VAN OTTHON” PILLANATOK

Az **1-800 Contacts** lehetővé tette fogyasztói számára,
hogy út közben is rendelni tudjanak,
3x több megrendelésre tett szert mobilról.

1800 contacts®



AZ “OTT FOLYTATOM, AHOL ABBAHAGYTAM” PILLANATOK

A **Beyond the Rack** megduplázta mobil eladásait
miután elindította mobil weboldalát.

BEYOND THERACK



BEYOND THERACK

Membership is free!
Join now and get up to 80% off
designer brands

Email

Password

Enter an invitation code

Gender ☐ Male ☒ Female

Country ☐ U.S. ☒ Canada

JOIN NOW

Already a member? [Login](#)

Beyond The Rack | 905 Hodge St Saint-Laurent, QC H4N 2B3 |

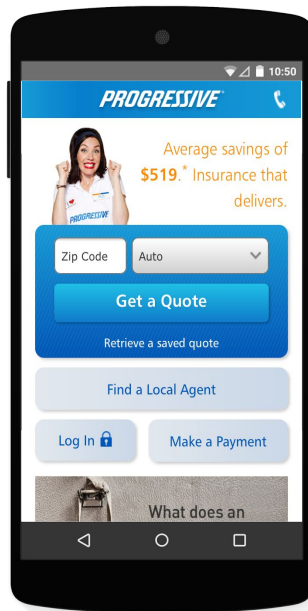
Legyél gyors!

Feltételezzük szükségleteket!

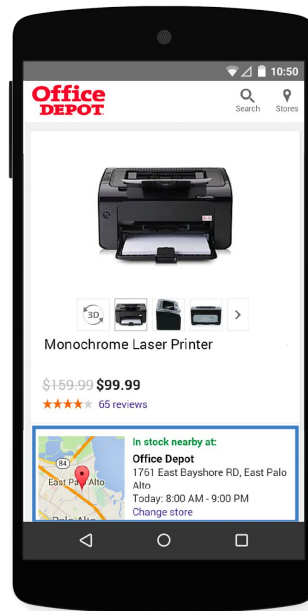
(És nyújtunk megoldást is azokra!)

61%

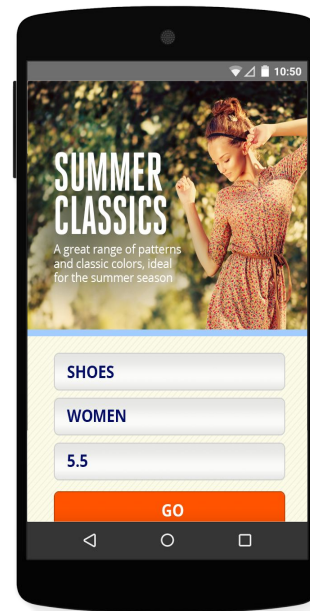
-a az okostelefont
használóknak olyan mobil
oldalokról és app-okból
vásárolnak szívesen,
amelyek **lokáció szerint**
testre szabott
információkat is nyújtanak.



Jeleníts meg felhívásokat
weboldaladon jól látható,
központi helyeken!



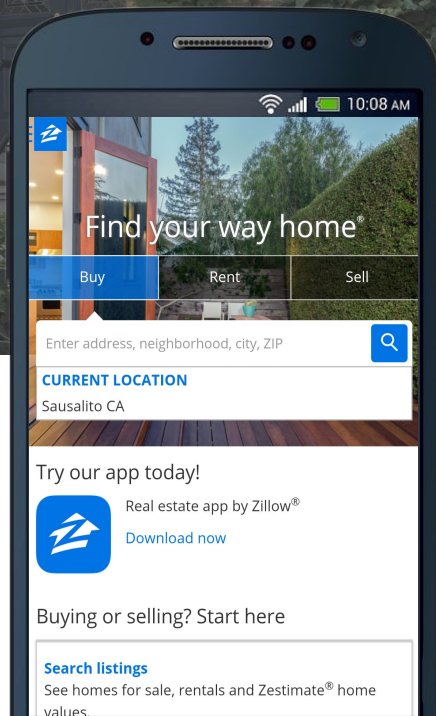
Használd ki a GPS
lehetőségeit!



Építsd stratégiád
fogyasztóid korábbi
viselkedésére!

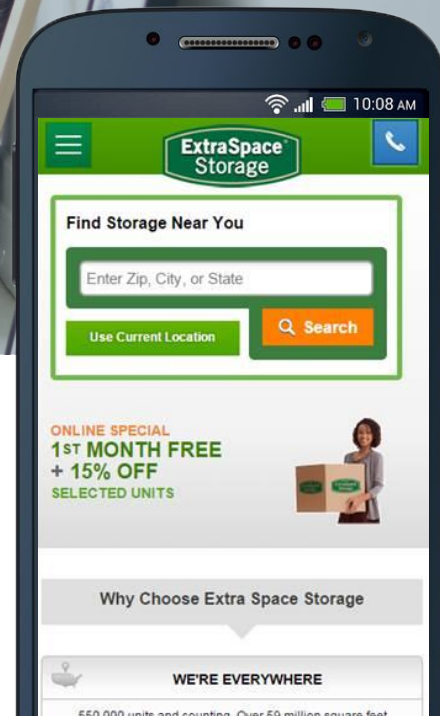
AZ “AKÁR ITT IS ÉLHETNÉK” PILLANATOK

A **Zillow** GPS alapú keresési funkciókat épített be mobil weboldalába és app-jába, hogy segítsen a lakást keresőknek lokációjuk közelében megtalálni álmaik otthonát.



AZ “IDEJE RENDET TENNI” PILLANATOK

Az **Extra Space Storage** mobil weboldalának teljesítményét az egyedi fogyasztói szegmensekre szabott személyes üzenetekkel fokozta.

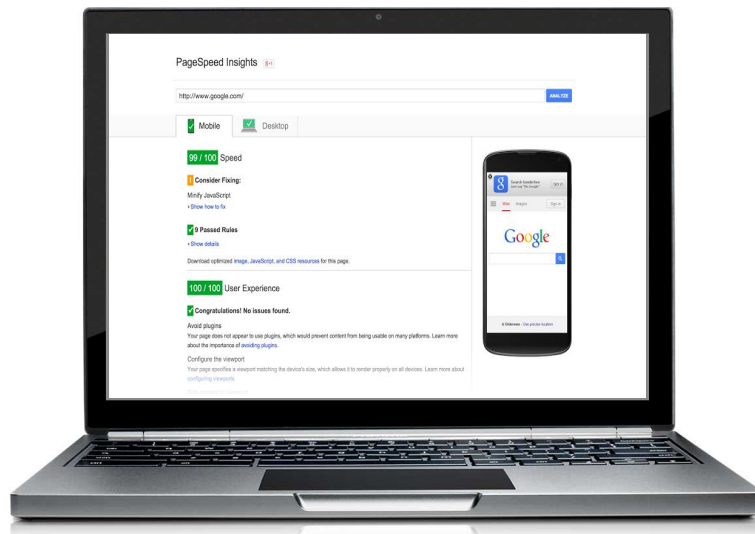


Legyél gyors!

Kapcsolj fénysebességre!

47%

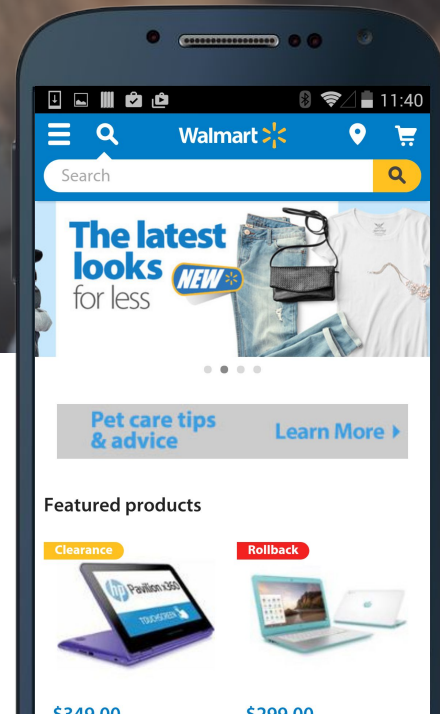
-a a felhasználóknak **2 másodpercen belül** szeretné, ha a látogatott weboldal betöltene.



Ellenőrizd weboldalad töltési sebességét
mobilon is!

AZ “AZONNAL KELL” PILLANATOK

A **Walmart** gyorsabban betöltő weboldallal
javította teljesítményét.



A sikerhez vezető út a mikro-momentumok világában

I Legyél jelen!

I Legyél hasznos!

I Legyél gyors!

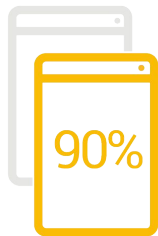
■ Keresd az összefüggést az adatok között!



Keresd az összefüggést az adatok között!

A mikro-momentumok feldarabolták a fogyasztói utat

Az emberek több képernyőn keresztül vásárolnak



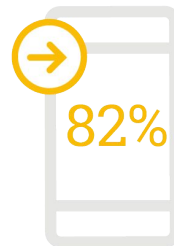
-a az embereknek **több képernyőt használnak** mindennapi tevékenységeikhez, például hotel foglaláshoz, vagy online vásárláshoz.

A digitális jelenlét bolti látogatókat vonz be



-a a fogyasztóknak **kutatást végez,** mielőtt egy boltba elmenne.

A mobil az új “shopping tanácsadó”



-a az okostelefont használóknak **fordul mobiljához tanácsért** vásárlási döntések meghozása előtt.

Keresd az összefüggést az adatok között!

Mérj az egyes eszközök között is!

40%

-a az okostelefont
használóknak mobilon
végez kutatást, de
számítógépén vásárol.



Számíts a több
eszköz közötti
fogyasztói
mozgásra

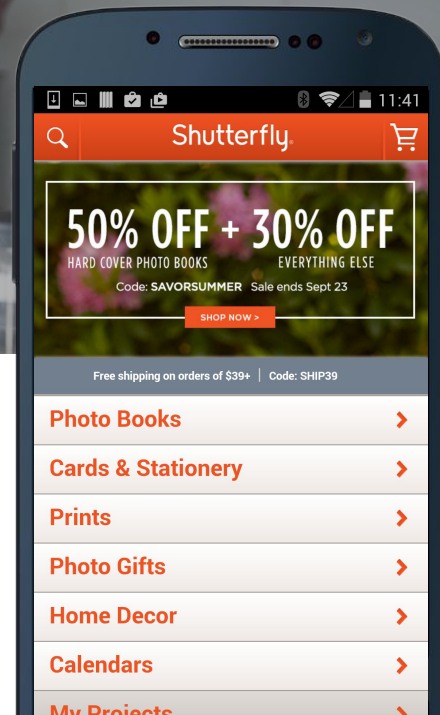


A híváskonverziókat is
vedd számításba



Mérj többet mint
csak az app
letöltések

AZ “ESZKÖZÖK KÖZÖTT” PILLANATOK



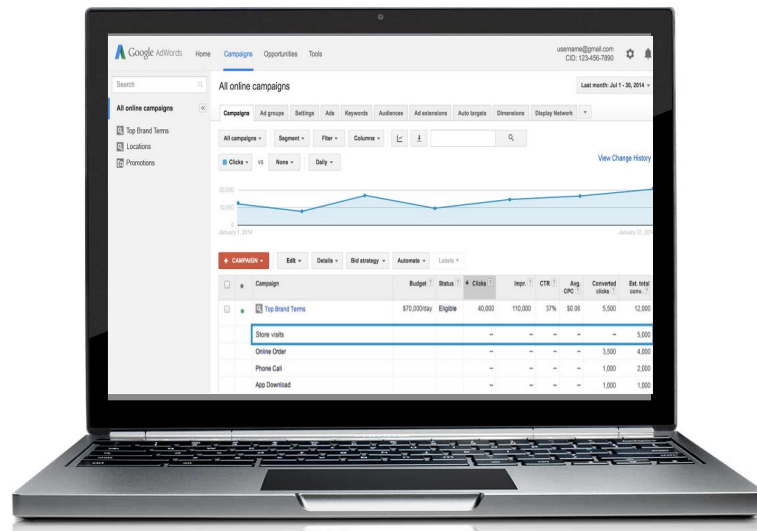
A **Shutterfly** az eszközök közötti konverziók mérésével keres kapcsolatot az egyes csatornák adatai között.

Keresd az összefüggést az adatok között!

Mérj a csatornák között is!

57%

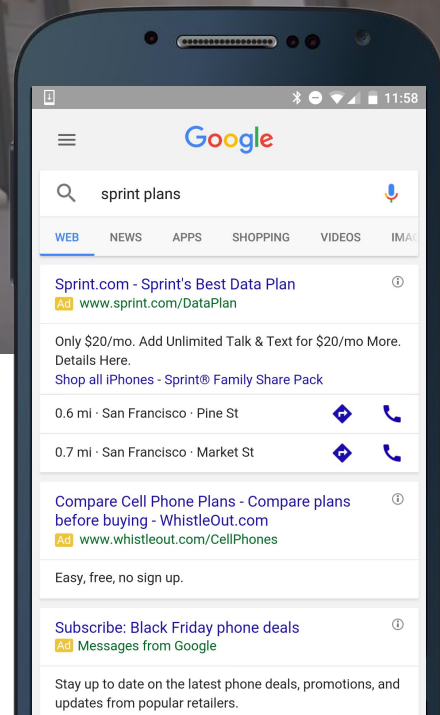
-a a fogyasztóknak, valószínűbb,
hogy a boltba is ellátogat, ha
okostelefonjuk is szerepet
játszott a döntéshozatalban.



Mérd és értékeld, hogyan hat a
digitális jelenléted fogyasztóid
offline magatartására!

A “GÖRDÜLÉKENY ÉLMÉNY” PILLANATOK

A **Sprint** az AdWords-ből származó bolti látogatások
Elemzésével vezet több látogatót üzleteibe.



Keresd az összefüggést az adatok között!

Ne gondolkodj különálló csatornákbán!

62%

-a a hirdetőknél a
kampányok
hatékonyságát
csatornánként értékeli.



Kollaborálj, ne gondolkodj
csatornákbán!

A mikro-momentumok ellenőrzőlistája

Legyél jelen!

- ☐ Azonosítsd a számodra fontos pillanatokat
- ☐ Tudd meg részesedésed azokból

Legyél hasznos!

- ☐ Tápláld közönséged rajongását
- ☐ Készíts rövid, könnyen fogyasztható tartalmakat
- ☐ Használj lokációs jeleket
- ☐ Nyújts oktató, "csináld magad" videókat
- ☐ Ösztönözd a konverziókat minden eszközön és csatornán

Legyél gyors!

- ☐ Egyszerűsítsd le a lépéseket
- ☐ Feltételezz igényeket
- ☐ Legyél villámgyors

Keresd az összefüggést az adatok között!

- ☐ Mérj a minden eszközön
- ☐ Mérj minden csatornán
- ☐ Ne gondolkodj silókban

