

MOBILEN – I LOMMEN PÅ HELE FORBRUGERREJSEN OG EN ESSENTIEL DEL AF MEDIEPLANEN

Mobil

SITUATION

Udviklingen i hvordan, hvor og hvornår mobilen benyttes sker hurtigt – behovet for dybere viden om hvordan mobilen indgår i forbrugernes verden er essentiel for annoncører.

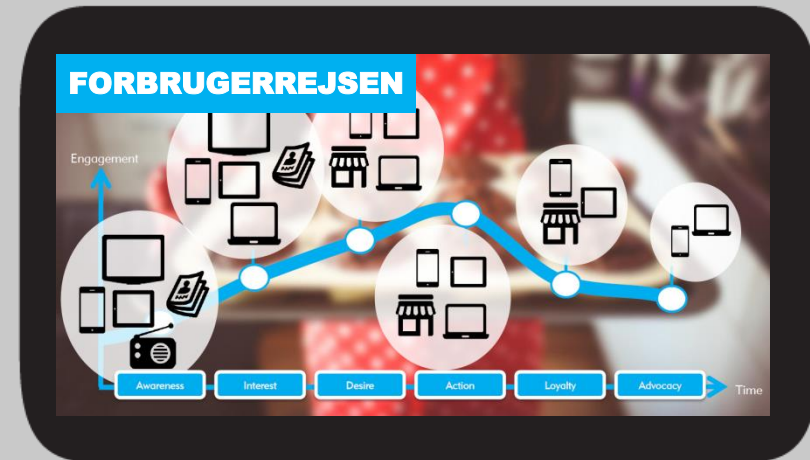
LØSNING

- Større studie fra Carat om den Mobile Forbruger 2015
- Studiet har bl.a. identificeret adfærd, købsvillighed- og process på mobilen

TESTIMONIAL

Mobilen bør spille en central rolle på medieplanerne, da forbrugernes adfærd involverer mobile i rigtig mange faser af forbrugerrejsen. Ud over at drive direkte salg, ser vi også at mobile i høj grad bruges til at søge produktinformation og drive trafik til fysisk butik. Men mange produkter bliver i stigende grad også købt via mobilen.

- Louise Frandsen, Digital Director, Carat Denmark



- lukker ned for en hjemmeside, hvis den ikke er ordentligt optimeret til køb via smartphone



- blandt mobilbrugere bemærker annoncer