bluerank

Mobile w biznesie

POLACY SĄ CORAZ BARDZIEJ MOBILNI I CHĘTNIE KORZYSTAJĄ ZE SMARTFONÓW[1]

RUCH MOBILNY STANOWI JUŻ PONAD 50% CAŁEGO RUCHU W INTERNECIE W POLSCE[2]

POLACY NA ZAKUPACH MOBILNYCH[3]

18%
Polaków kupuje za pomocą smartfona

12%
Polaków kupuje za pomocą tabletu

Mieszkańcy wsi i małych miast są najbardziej entuzjastycznie wobec, in zakupów. **35%** osoba je jako bardzo lubi.

Czynności okołozakupowe (poszukiwanie informacji o produktach, wyszukiwanie lokalizacji sklepu) z użyciem smartfona dotyczą **91%** internautów.

27%
ceni wygodę kupowania mobilnego

24%
lubi zaoszczędzić pieniądze dzięki mi zakupom

40%
Prawie **40%** użytkowników wielokanałowych wykorzystuje smartfon na etapie sprawdzania statusu zamówienia czy porównywania ofert.

49%
49% konsumentów spędzić tych, którzy robią zakupy mobilne w ciągu ostatnich 6 miesięcy wydaje sobie sobie przykładowo zakupy wyłącznie w ten sposób.

STATYSTYCZNY INTERNAUTA KORZYSTA Z 1,6 URZĄDZENIA PODCZAS ROBIENIA ZAKUPÓW

Osoby zazwyczaj proces zakupowy **od urządzenia mobilnego zazwyczaj migrują w kolejnych etapach na komputer** *– może się do nich ze swoją zakupową i dotarcia do zakupu?*

MULTISCREENING CORAZ BARDZIEJ POWSZECHNY

Z jakich innych ekranów korzystamy w trakcie oglądania telewizji?[4]

MOBILNOŚĆ POLSKICH FIRM

5%

Jedynie 5% polskich firm posiada strony w wersji mobilnej.[5]

Na szczęście wiele przedsiębiorstw pilnie w najbliższym czasie wdrożyć rozwiązania mobilne. To ważne również ze względu na nowy algorytm Google, który premiuje mobile.

WYSZUKIWANIE MOBILNE[6]

20%
Wzrost ilości wejść z urządzeń mobilnych w ciągu ostatniego roku

18%
Spadek długości trwania jednej wejść z urządzeń mobilnych

29%
Wzrost współczynnika konwersji z urządzeń mobilnych

WYDATKI NA REKLAMĘ MOBILNĄ ROSNĄ

Wydatki na reklamę mobilną na świecie, 2013-2019[7]

Wydatki na reklamę mobilną (mln/mld $)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	$19,05	340,00	168,00	$101,37	$133,74	$166,63	$199,59
% zmian	117,0%	112,7%	50,1%	41,6%	31,9%	24,6%	19,8%
% wydatków na reklamę cyfrową	16,0%	25,3%	29,6%	31,7%	33,4%	33,9%	33,7%
% udziałów wydatków na reklamę	3,7%	7,9%	12,9%	16,9%	20,0%	23,1%	25,9%

Uwaga: szacunkowa reklamy display (baner, wideo i ich mobilnych) reklamy wyszukiwarkowych, wyłączna mobilnych SMS, MMS i reklamy oparte na wiadomościach P2P, włączone w to są wydatki na reklamę na tabletach.

Wydatki na reklamę w wyszukiwarkach w USA, według urządzeń, 2014-2017[8]
wykresy

Uwaga: zawiera wyszukiwanie tekst tekstowe, płatne wyniki wyszukiwania i SEO.
** urządzenia desktop wyłącz reklamy na desktop*
*** włączone w to są wydatki na reklamę na tabletach*

APLIKACJE MOBILNE TO WAŻNY ETAP NA ŚCIEŻCE ZAKUPOWEJ[9]

Ile % użytkowników zagląda do aplikacji w celu zdobycia informacji na temat produktów lub firm?

45%

Ile % użytkowników wykorzystuje aplikacje mobilne do finalizacji zakupu?

29%

Przeciętny użytkownik ma zainstalowanych 36 aplikacji. Ile % z nich wykorzystuje codziennie?

26%

Korzystanie z aplikacji mobilnych w podziale na wiek[9]
Q4 2013, Android i iPhone

Badanie Nielsena wykazało, że ilość aplikacji używanych w ciągu miesiąca wciąż nie spada drastycznie wraz z wiekiem użytkownika.

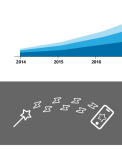
28 miesięcznych Flurry do listopada 2013 r. użytkownicy korzystali średnio z 26 aplikacji miesięcznie. Liczba miesięcznych użytkowników wynosi nawet 40 aplikacji.

Światowe przychody z aplikacji mobilnych 2011-2017[10]
(w miliardach dolarów)

NASZYCENIE RYNKU INTERNET OF THINGS TO TYLKO KWESTIA CZASU

Szacuje się, że do 2020 r. na świecie będzie 20 mld połączonych urządzeń.[11]

Liczba zainstalowanych urządzeń **Internet of Things** według sektoru



Branżowy raczej być coraz wykorzystywane w ramach swoich marketingu.

Wynik wyszukiwania będzie uwzględniał serwisy, kontekst miejsca, w którym się obecnie znajdujemy, dzięki połączeniu z Internetem.

[1] Badanie Gemius dla IAB Polska, czerwiec 2014 r.
[2] Dane Google, kwiecień 2013 r., kwiecień 2014 r., kwiecień 2015 r.
[3] Badanie Gemius dla IAB Polska, czerwiec 2014 r.
[4] Badanie Gemius dla IAB Polska, grudzień 2014 r.
[5] Badanie Gemius dla IAB Polska, grudzień 2014 r.
[6] Dane Google, kwiecień 2015 r.
[7] Dane eMarketer, grudzień 2014 r.
[8] Dane eMarketer, grudzień 2014 r.
[9] Dane Nielsen, grudzień 2013 r.
[10] Dane Gartner, grudzień 2014 r.
[11] Dane Cisco, grudzień 2014 r.

Adres
ul. Lipowa 29 (Media HUB)
90-563 Łódź
tel. 42 632 35 21

Kontakt
biuro@bluerank.pl
www.bluerank.pl

bluerank