selligent MARKETING CLOUD

MICROMOMENTOS: LA IMPORTANCIA DE ACOMPAÑAR A TUS CLIENTES CUANDO MÁS TE NECESITAN

Los micromomentos son aquellos momentos en el tiempo en que los consumidores quieren saber, hacer, comprar o ir. Estos esperan que las marcas estén presentes, sean pertinentes, rápidas, y les faciliten los procesos. Pero las *expectativas del consumidor* pueden ser muy exigentes:

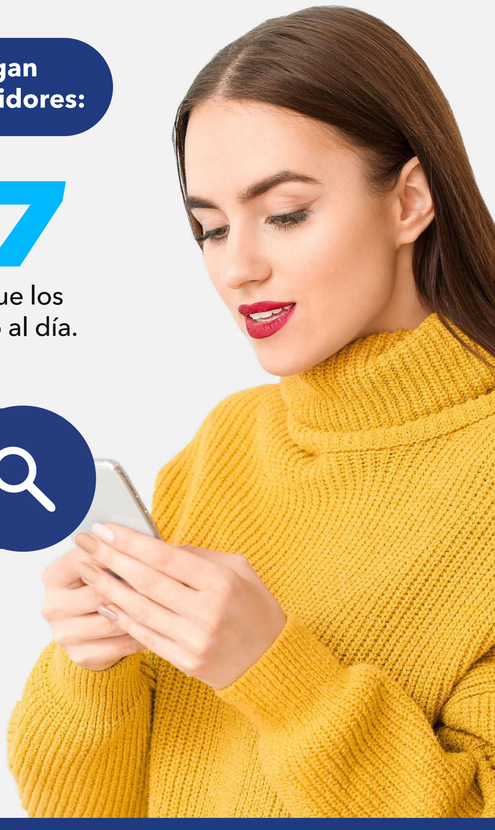
El **11 %** de los profesionales de marketing están preparados para sacar provecho de los micromomentos.

Fuente: Consejo CMO, 2018

El **58 %** de los anunciantes no consiguen actuar según los datos de clientes obtenidos en tiempo real.

Fuente: Kantar Media, 2019

***El móvil* es la clave para que las marcas tengan éxito en los micromomentos de los consumidores:**



2,617

es el número de veces que los usuarios tocan su teléfono al día.

Fuente: Wired, 2019

El **75 %** de los usuarios espera encontrar información inmediata cuando está realizando una búsqueda

Fuente: Google/Ipsos, 2019

El **82 %** exige a las marcas respuestas inmediatas.

Fuente: Small Business Trends, 2018

***Las marcas también deben ajustarse a otras* tendencias que pueden tener un impacto en los momentos de los consumidores.**

El **82 %** de los consumidores que utilizan **asistentes personales alimentados por IA** confían en ellos para obtener información.

Fuente: Capgemini, 2018

El **51 %** pasan por alto la **lealtad de marca** y compran a quien les ofrezca información en el momento que la necesitan.

Fuente: Forbes, 2019

Los micromomentos se traducen directamente en ventas, impulsan la lealtad y mejoran la percepción de la marca a largo plazo. Las marcas que reconocen a los clientes de inmediato a través de los distintos canales y están listas para asistirles del modo que sea, ganarán la batalla de los micromomentos. ***Obtén más información en www.selligent.com/es.***