GUÍA PARA ANUNCIANTES

DIFERENCIAS ENTRE LOS CONSUMIDORES DEL *BLACK FRIDAY* Y EL *CYBER MONDAY*

La fórmula para atraer a los consumidores durante *Black Friday* y *Cyber Monday* a través de la publicidad digital parece fácil: ¡alcanzar a consumidores que están buscando ofertas! Sin embargo, un reciente estudio elaborado por **Digilant**, compañía de soluciones programáticas a nivel global, revela que los anunciantes aún no conocen bien a estos dos targets. En esta infografía, Digilant detalla los hábitos de consumo, intereses y preferencias que motivan a los usuarios a comprar en *Black Friday* o en *Cyber Monday*, con sus diferencias y similitudes. Esta información ayuda a las marcas a identificar a estos clientes, entender su comportamiento y así poder ofrecer unos anuncios efectivos para cada audiencia.

CONSUMIDORES DURANTE *BLACK FRIDAY*

VIAJERO INTERNACIONAL (EN VACACIONES)

GRAN CONSUMIDOR DE ENTRADAS – VIAJES, EVENTOS, CONCIERTOS, ETC.

COMPRA DISPOSITIVOS DE ALTA GAMA

FAN DEL BRICOLAJE Y LA JARDINERÍA

BUSCANDO SEGUROS

SIMILITUDES

INTERESADO EN PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO Y "COTILLEOS"

USUARIO FRECUENTE DE TARJETAS DE CRÉDITO / ATENTO A TARJETAS CON NUEVAS VENTAJAS

ALIMENTOS ALTOS EN CARBOHIDRATOS / SNACKS / COMIDA BASURA

VIAJERO CON ALTO PODER ADQUISITIVO

ESPERA A LA "VUELTA AL COLE" O LAS REBAJAS PARA EQUIPAR A SUS HIJOS

BUSCADOR DE OFERTAS

CONSUMIDORES DURANTE *CYBER MONDAY*

LECTOR DE NOVELAS ROMÁNTICAS Y DE FICCIÓN

DISFRUTA LA COMIDA GOURMET Y BUENOS RESTAURANTES

VIAJERO DE CRUCEROS

PREOCUPADO POR LA SALUD Y EL BIENESTAR

COLECCIONISTA

Acerca del estudio:
Esta infografía se extrae de un estudio que combina Consumer Persona -probada metodología de Digilant para la extracción de insights y la elaboración de modelos predictivos- con datos de terceros sobre consumidores, para estimar la probabilidad de que un usuario tome una determinada decisión. En el caso de este análisis, la acción es la compra durante *Black Friday* y/o *Cyber Monday*. Consumer Persona ha utilizado segmentos de datos de terceros, basados en la afinidad hacia estas dos fechas, para identificar las preferencias, intereses y comportamientos de cada audiencia. Los resultados de este estudio ofrecen información muy valiosa para anunciantes de retail que buscan llegar a consumidores en esta temporada navideña.

Para saber más acerca de los servicios que ofrecen, visita www.digilant.com/contact o 1-844-344-4526.

© 2016 Digilant, Inc. Todos los derechos reservados. Se permite el uso de este contenido, solo si se atribuye correctamente a Digilant y se incluye: "Fuente: Digilant, Inc."

DIGILANT