Con il prevalere del mobile, cosa possiamo imparare dal cross device?

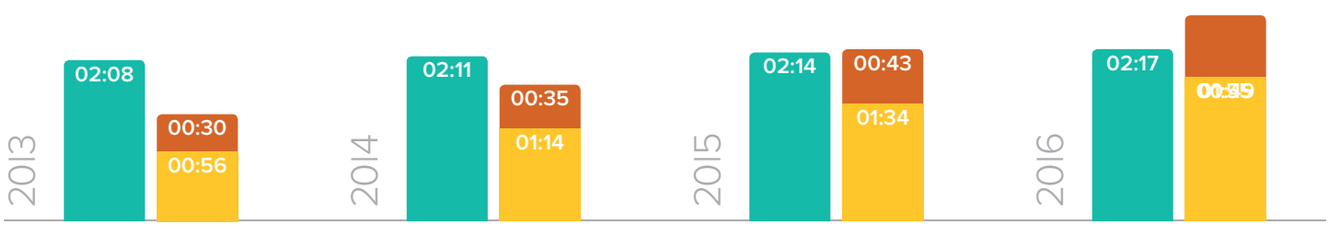
L'utente medio usa più di 3 dispositivi e il tempo che trascorriamo sui dispositivi mobile è superiore a quello che trascorriamo sui dispositivi fissi. Non è più necessario, quindi, chiedersi se il cross marketing su più dispositivi sia importante: sappiamo che lo è sicuramente.

3,3

Il numero medio di dispositivi di cui si serve attualmente una persona.

Il tempo trascorso sui dispositivi mobili è superiore a quello trascorso sui dispositivi fissi.

Tempo medio dedicato da ogni persona ai media on-line, per dispositivo (hh:mm) Computer fisso · Cellulare · Tablet



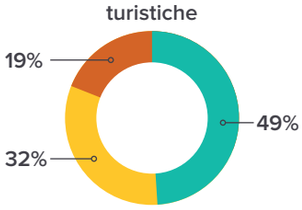
Ma cosa succede quando vogliamo fare engagement su media digitali su più dispositivi?

In Rocket Fuel abbiamo voluto spingerci oltre per vedere in che modo il comportamento delle persone e il tipo di contenuto visualizzato cambiano a seconda del dispositivo usato. Abbiamo analizzato i nostri dati raccolti in tutta Europa e che riguardano vari settori, per verificare come cambia il comportamento delle persone a seconda del dispositivo che utilizzano e del contenuto che stanno visualizzando Possiamo vedere che l'engagement e la conversione possono avvenire su due dispositivi diversi.

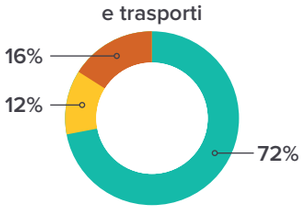
Dati suddivisi per categoria di contenuto pagina Computer fisso · Cellulare · Tablet

Viaggi

Cercare destinazioni turistiche

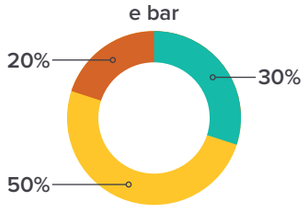


Prenotare hotel e trasporti

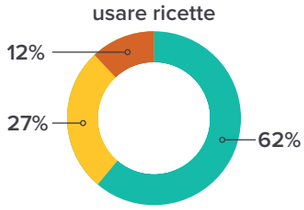


Cibo e bevande

Cercare ristoranti e bar

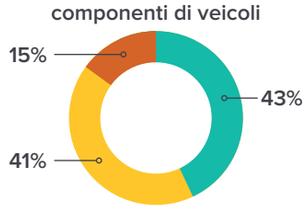


Cucinare e usare ricette

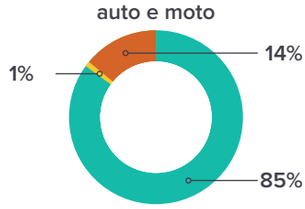


Auto

Cercare e acquistare componenti di veicoli



Usare siti di marche di auto e moto



Ottimizzazione cross device

A prescindere dal fatto che si tratti di computer fisso, iPhone, Android, o tablet, Rocket Fuel ottimizza la vostra campagna su qualsiasi dispositivo, per consentirvi di ottenere risultati commerciali ottimali. Scoprite in che modo vi possiamo aiutare oggi.

Per ulteriori informazioni vi invitiamo a contattare
sales-eu@rocketfuel.com

rocketfuel
MARKETING THAT LEARNS™

Fonti: eMarketer Google e Rocket Fuel Data Warehouse.