

O consumidor do aqui e agora: buscas por "perto de mim" crescem até 12800%, segundo Google

O consumidor brasileiro tem cada vez mais aproveitado a tecnologia para pesquisar e realizar suas compras. A novidade agora é a geolocalização, que permite que buscas com "perto de mim" apresentem ótimos resultados de produtos e lojas na região.

13/03/2018 13:29:55

É começo de noite, você está em casa sozinho e quer pedir algo para comer, mas precisa que a entrega seja rápida. Outra situação: você e seus amigos estão fora de casa e querem um bom restaurante de comida japonesa, mas não sabem onde encontrar. O que fazer em casos como esses? Simples, o que boa parte dos brasileiros vem fazendo ultimamente, pesquisar por "perto de mim".

Segundo dados revelados pelo IBGE, mais de 92% dos brasileiros usam o smartphone como principal meio de acesso à internet. Tendo sempre um a mão quando a necessidade chega, as pessoas já perceberam todo o seu potencial e aqui estamos falando da geolocalização.

As buscas usando termos como "perto de mim" aumentaram 75% em 2017, mostrando que o consumidor brasileiro não está mais disposto a esperar. Com o processo de decisão de compra facilitado pelos smartphones, as pessoas decidem mais rápido o que querem e esperam também consumir mais rápido. Ganha o negócio que estiver mais perto ou que entregue em menos tempo.

Segundo o último levantamento do Google, pesquisas por "bares perto de mim" cresceram 12800%, ao passo que buscas por "restaurantes próximos de mim" cresceram 210%, revelando que o setor alimentício domina a urgência do brasileiro.

Apesar do setor alimentício tomar a dianteira quando o assunto é estar próximo e receber primeiro, todos os setores podem se aproveitar desse fenômeno. Sai na frente quem inovar e oferecer essa metodologia de entrega para setores onde a demora a indisponibilidade já fazem parte do status quo da operação.

"Atualmente, notamos que as campanhas que fazem uso da geolocalização costumam ter um melhor desempenho, tanto nas vendas quanto na satisfação dos consumidores. Nós já esperávamos por isso e nos preparamos com antecedência, já que o boom dos smartphones trouxe possibilidades

infinitas para a jornada do consumidor. Além disso, comprar rápido e com quase nenhuma fricção é o sonho de qualquer um", afirma André Palis, sócio-fundador e diretor de comercial da Raccoon Marketing Digital, eleita pelo Google a melhor da América Latina em 2 categorias do prêmio Google Premier Partner Awards.

Mas afinal, o que isso significa para as empresas de diversos setores e, principalmente, aquelas que já atuam com e-commerces? Sem dúvidas, uma grande oportunidade. Estar no local certo e na hora certa pode ser a chave para conseguir melhorar as vendas. E os smartphones, além de uma ótima ferramenta para os usuários, também se tornaram um grande aliado da publicidade geolocalizada. É uma relação em que todo mundo ganha.

Com a grande quantidade de pessoas acessando redes sociais, sites e blogs a todo momento, agora é a hora de expandir todas as possibilidades que as pesquisas feitas pelos usuários podem revelar. Coletar os dados corretos sobre a localização, interesses e seu comportamento nestes contextos é o segredo para melhorar o desempenho das vendas e, conseqüentemente, a experiência dos compradores.