

Público Objetivo

De acuerdo con el sitio branch.com [1] un estudio realizado en México en Diciembre de 2020 demostró que el 95.9% de los usuarios de internet, entre 16 a 64 años, usa un Teléfono Inteligente para acceder a contenidos en la red. Por lo que el rango público objetivo es potencialmente grande

De acuerdo a estudios realizados por la revista statista.com en el año 2020 el 34.8.2 % de los usuarios tenían entre 18 y 34 años, seguido de un 29.4% de usuarios en el rango de 35 a 54 años. Y es debido a lo anterior que se pueden considerar un buen público objetivo y también porque éstos dos grupos de edad se encuentran dentro de la población económicamente activa y están en las mejores condiciones de contratar servicios legales.

Dentro de este segmento se identifica a la generación «Millennials» (personas nacidas entre 1980 y 1997), grupo para el cual la tecnología y las redes sociales son omnipresentes y por ende tiene facilidad tanto para usar aplicaciones móviles como sitios de escritorio.

Canales de Publicidad

Los Millennials se encuentran también dentro del 54.4 % [1] de usuarios de internet que usan las redes sociales con fines laborales. Las redes sociales favorita en ese periodo fueron YouTube con 96.3% y la segunda fue Facebook con el 95.3%. Por lo que se deben considerar estos dos canales para la distribución de publicidad del sitio web.

El porcentaje de usuarios en Facebook fue de 51.1 % mujeres y el 48.9% fueron hombres. Y la audiencia de anuncios publicitarios por Redes Sociales por rango de edades fue de:

- De 18 a 24 años: 13.1% mujeres y 12.1% hombres.
- De 25 a 34 años: 15.1% mujeres y 16.1 % hombres.
- Y para el rango de 35 a 44 años: 9.0 % mujeres y 8.4% hombres.

Por lo que una mayor parte de la publicidad debe estar enfocada en mujeres de entre 18 a 34 años.

Referencia:

[1] <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-mexico-en-el-2020-2021/> Consultado el 22 de Febrero de 2022