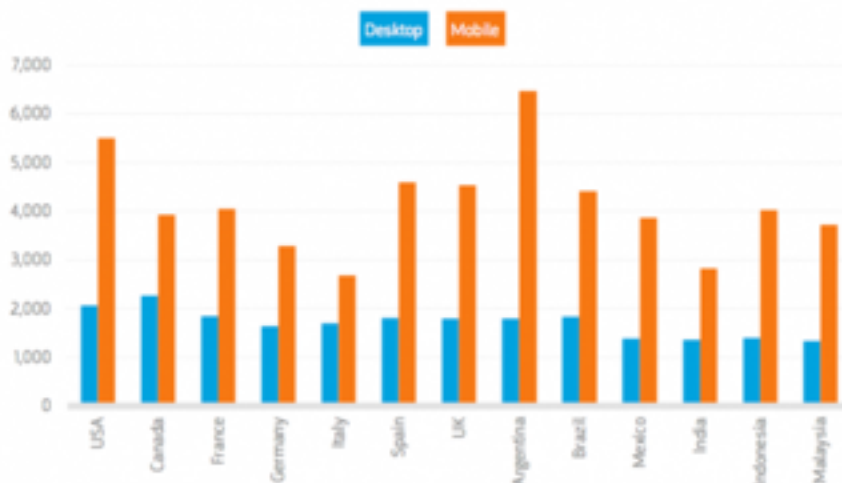


[Terlengkap] Kompilasi mobile marketing statistik 2018



Sadar atau tidak, perangkat mobile telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan manusia sehari-hari. Faktanya, mobile user menghabiskan waktu dua kali lebih lama daripada desktop user:

Mobile users consume more than 2x minutes vs. desktop users Average Minutes per User by Platform



When looking at each region's desktop users and mobile users separately, mobile users universally consume more digital minutes per person – more than double in the majority of countries.

Argentina continues to deliver the largest number of mobile minutes per user, while Canada has the highest level of per-user desktop consumption.

Hal ini bisa jadi peluang untuk memaksimalkan mobile marketing. Ingin tahu lebih banyak fakta dan statistik terkait mobile marketing? Mari kita ungkap satu per satu.

Waktu yang dihabiskan menggunakan media seluler

Penggunaan media seluler bervariasi sepanjang hari. Statistik ini penting untuk masalah pengelolaan iklan dan digital campaign. Penelitian menunjukkan bahwa desktop lebih banyak digunakan pada siang hari di tempat kerja, sedangkan tablet dan smartphone mendominasi pada malam hari.



Implikasinya jelas, jika Anda tidak dapat menjangkau audiens pada waktu yang tepat, dengan media yang tepat, dan pengalaman seluler yang memuaskan, kemungkinan untuk kehilangan mereka sangatlah tinggi.

Persentase konsumen yang menggunakan perangkat seluler

Beberapa waktu lalu, Ofcom benchmark internasional menunjukkan popularitas global menggunakan perangkat digital yang berbeda di beberapa negara, ini statistiknya:

Figure 105 Personal use of devices: 2017

Proportion of all respondents (%)



Source: Ofcom research 2017

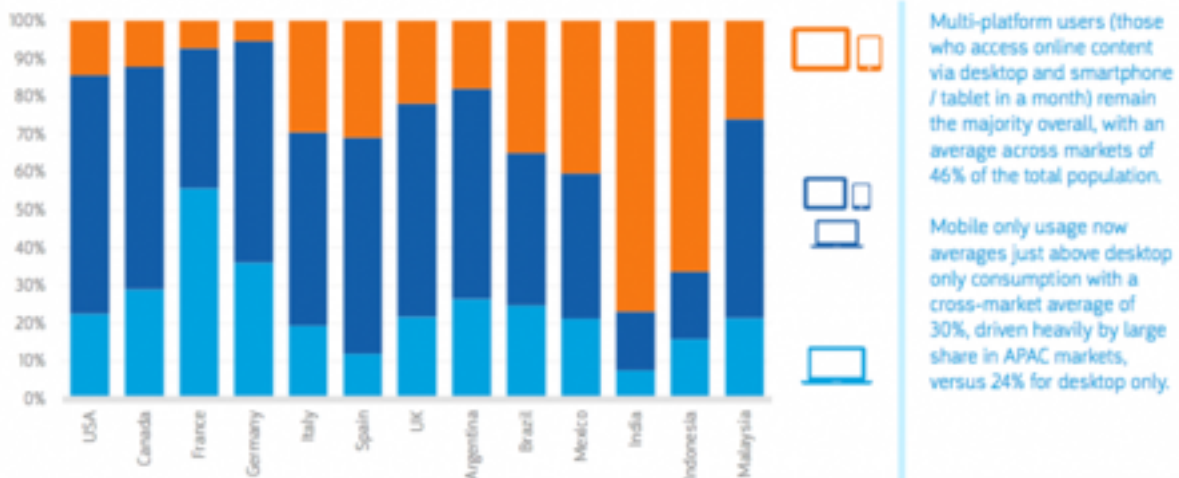
Base: All respondents UK=1006, FRA=1038, GER=1012, ITA=1020, USA=1000, JPN=1019, AUS=1008, ESP=1010, SWE=1000

Q4a. Which of the following devices do you personally use either at home or elsewhere?

Statistik di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen bersifat multiplatform dan akan sering melakukan multi-screening, mengakses situs di perangkat seluler atau desktop, sehingga pengalaman yang konsisten di seluruh perangkat perlu diterapkan. Coba lihat ini:

Multi-platformers remain a majority in most markets

% of Total Digital Audience by Platform (Desktop only, Multi-platform, Mobile only)

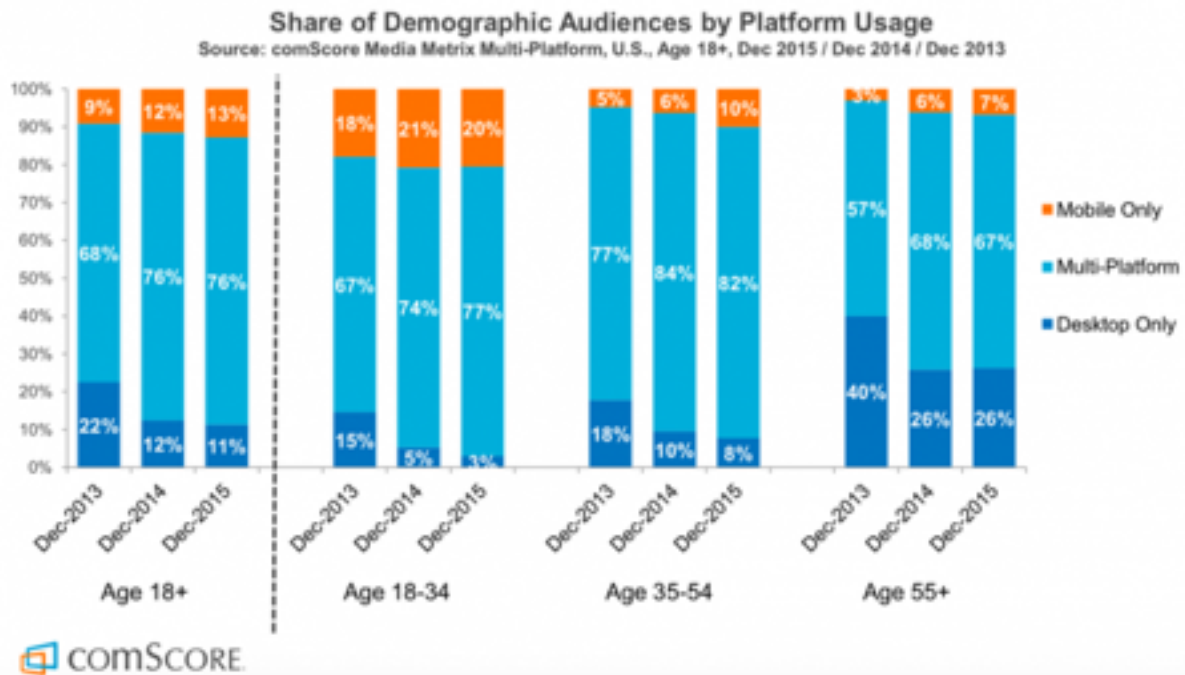


Multi-platform users (those who access online content via desktop and smartphone / tablet in a month) remain the majority overall, with an average across markets of 46% of the total population.

Mobile only usage now averages just above desktop only consumption with a cross-market average of 30%, driven heavily by large share in APAC markets, versus 24% for desktop only.

Berapa banyak kunjungan situs web di perangkat seluler vs. desktop?

Beberapa waktu lalu Google telah menerapkan algoritma Mobile-First dalam sistem search engine mereka. Kenyataannya, meskipun penggunaan smartphone sangat populer untuk beberapa kegiatan seperti media sosial, olah pesan, hingga update berita terbaru, mayoritas konsumen juga memiliki perangkat desktop (dan tablet) yang cenderung mereka gunakan untuk urusan lebih mendetail seperti melihat ulasan dan pembelian.



Jadi, Anda perlu memikirkan strategi untuk melibatkan apa yang disebut comScore sebagai Multichannel Majority, bukan hanya 'mobile first' atau 'adopsi smartphone'. Inilah alasan mengapa rasio konversi seluler jauh lebih rendah dalam ritel dibanding desktop.

Nilai konversi seluler vs. desktop dan pangsa kunjungan untuk situs E-commerce

Meskipun lebih banyak waktu dihabiskan pada perangkat mobile, namun faktanya, tingkat konversi smartphone hanya mencapai sekitar setengah dari tingkat konversi desktop:

Conversion Rate	Q4 2016	Q1 2017	Q2 2017	Q3 2017	Q4 2017
Global	3.23%	2.88%	2.96%	2.89%	3.26%
US	3.01%	2.69%	2.72%	2.65%	3.08%
GB	4.38%	4.00%	4.29%	4.20%	4.24%

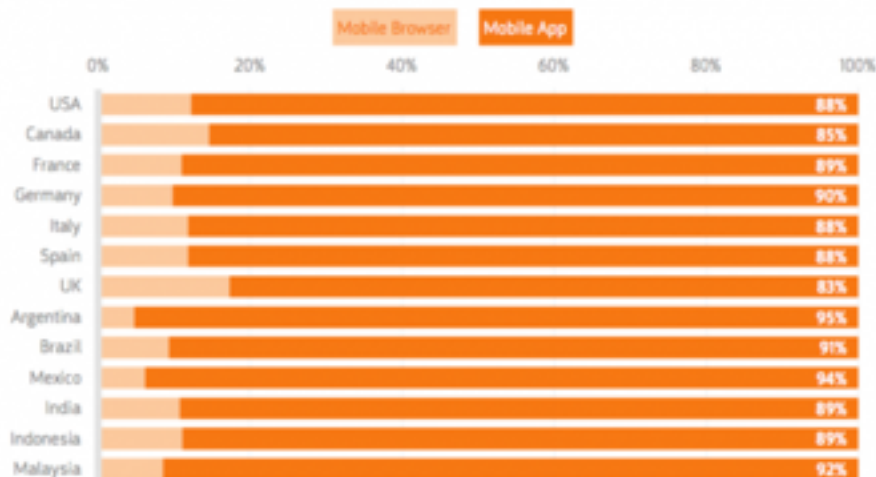
Conversion Rate by Device	Q4 2016	Q1 2017	Q2 2017	Q3 2017	Q4 2017
Traditional	4.62%	4.17%	4.24%	4.30%	4.68%
Smartphone	1.65%	1.54%	1.69%	1.68%	2.03%
Other	0.42%	0.35%	0.35%	0.34%	0.39%
Tablet	3.90%	3.38%	3.76%	3.75%	4.19%

Data di atas jelas menunjukkan bahwa tingkat konversi smartphone jauh lebih rendah daripada untuk desktop. Hal ini berarti bahwa Anda perlu membuat kasus bisnis untuk situs yang responsif terhadap perangkat seluler.

Waktu penggunaan aplikasi seluler vs. situs seluler

Preferensi konsumen untuk aplikasi seluler vs. situs seluler juga harus dipikirkan sebagai bagian dari strategi mobile marketing. Di berbagai negara yang digunakan sebagai objek penelitian, persentase waktu seluler yang dihabiskan pada aplikasi adalah 80-90%:

Apps Account for Over 80% of Mobile Time Share of Total Mobile Minutes by Browser / App



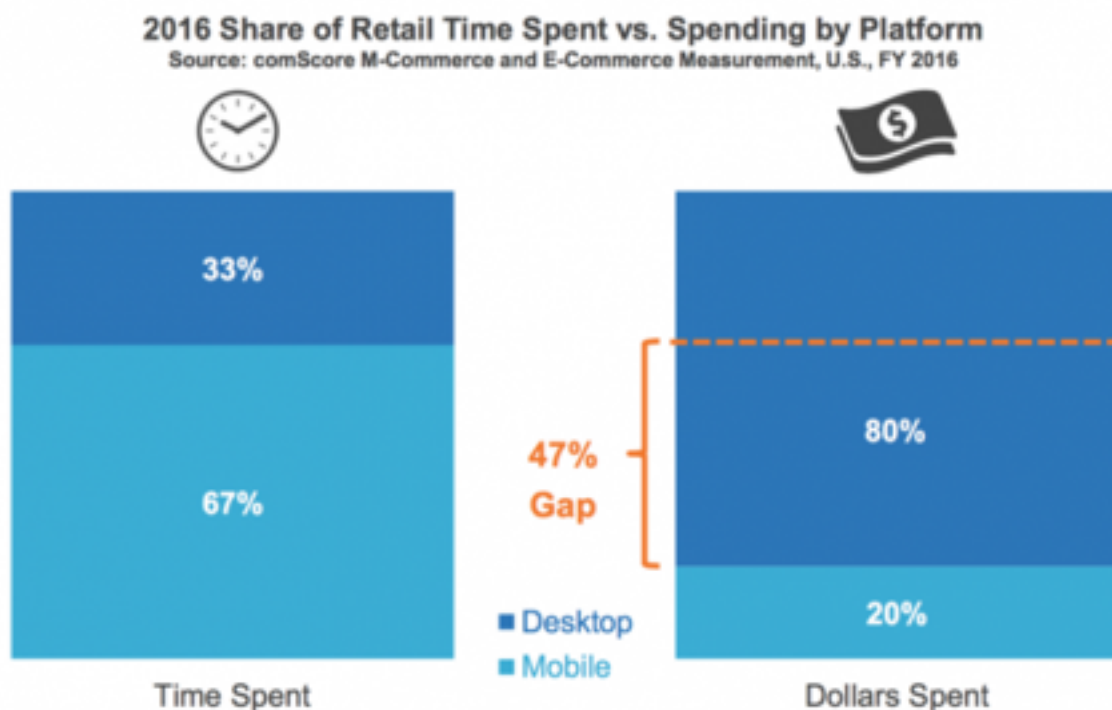
When considering mobile (smartphone and tablet) minutes in isolation, they are overwhelmingly dominated by app consumption – over 80% of all mobile time in the markets considered for this report.

Levels appear marginally higher in Latin America, with Argentina, Brazil and Mexico all falling within the top 5 of the markets shown here.

Lebih dari 80% waktu aktivitas mobile di semua pasar dihabiskan dalam aplikasi. Sisanya baru dihabiskan menggunakan browser. Statistik ini menunjukkan betapa pentingnya sebuah aplikasi mobile.

Seberapa penting iklan seluler?

Faktanya, pembelanjaan iklan mobile masih tertinggal di belakang konsumsi media seluler. Lalu, bagaimana pengiklan menanggapi perubahan dalam waktu media seluler? Grafik berikut adalah laporan setahun penuh comScore yang menunjukkan bahwa meskipun pertumbuhan waktu media meningkat, beberapa pengiklan “anjlok” karena ada peluang besar yang hilang pada iklan seluler:

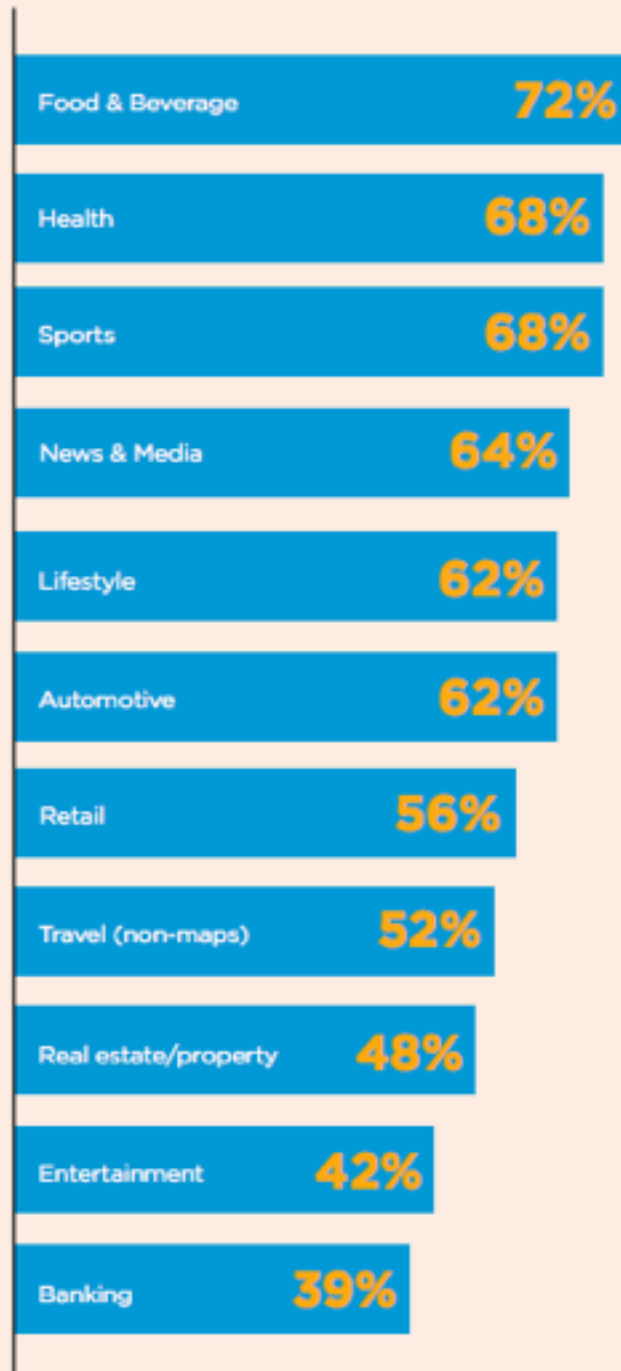


Penelitian oleh eMarketer di tahun 2015 justru menunjukkan bahwa belanja iklan seluler menyumbang 49% dari belanja iklan digital. Hanya sedikit tertinggal oleh tren tentang bagaimana orang menggunakan perangkat mereka.

Cara konsumen meneliti produk menggunakan mobile search and situs review

Sebuah penelitian menunjukkan seberapa banyak penelusuran seluler bergantung pada sektor produk dan kategori perangkat:

Share of online searches initiated on a mobile device, by industry



Based on top search variations resulting in a click to the indicated industry.
April 10 - May 7, 2016. Source: Hitwise, a division of Connexity

Dalam banyak kategori (termasuk ritel dan Otomotif) angka menunjukkan persentase di atas 50%, tetapi beberapa keputusan pembelian seperti perbankan dan real estate justru lebih rendah.

Source:

<https://www.smartinsights.com/mobile-marketing/mobile-marketing-analytics/mobile-marketing-statistics/>

<https://www.pexels.com/>