Love is in the air

Estudio sobre las personas que participan en el Día de San Valentín realizado por la compañía móvil adtech Ogury



¿Quiénes son?



El 64,8% de los usuarios activos en apps de dating son hombres.



El 62% tienen menos de 45 años.

Comprendiendo mejor este perfil



No son solo millennials, también son usuarios que visitan páginas como Solteros 50 o Lumen.



También son asiduos de los viajes low cost (Flixbus x4, Blablacar x3.5,

Son usuarios con mucha afinidad a la búsqueda (o cambio) de casa, por ejemplo SpotaHome indexa x4.4 puntos comparado con la media nacional o Fotocasa, que lo hace x2.2 puntos.



Muestran interés por food & drink Uber Eats indexa x2.7 puntos vs la media nacional, Deliveroo indexa x2.6.

Si cortejar en apps de dating no termina de funcionar...

la media nacional ¿Competidor de las apps de dating?

Estos usuarios son más susceptibles de buscar compañero de piso en Badi que

Les importa la movilidad y el car sharing urbano: e-Cooltra, Acciona Mobility.

ecooltra



rias y criptomonedas (Libertex).

Afinidad con categoría finanzas pero no de los bancos tradicionales. N26, Revolut, Verse, Bnext y también en opciones bina-



¿Estresa la vida en pareja?

Este perfil de usuarios tienen tiempo para preparar la boda, planes de empezar una vida en familia, compras, cuidan lo que comen, hacen ejercicio... y por supuesto tiempo para ellos... juegos picantes de pareja como Sex Game for Couple Hot & Dirty Dares.





¿Quiénes son?



El 56,5% de estos usuarios son mujeres.

Comprendiendo mejor este perfil



El 45% de ese perfil tiene menos de 45 años, siendo mayoritario el rango entre los 35 y los 44.

Comprendiendo mejor este perfil

El 61,7% de estos usuarios

son mujeres.



¿Quiénes son?

Este perfil también visita sites relacionados con planes de boda como bodas.net, celebrents,

Tienen afinidad con la categoría Food

& Drink, pero no tanto con apps de

comida a domicilio, sino más relaciona-

das con cocinar en casa recetas propias

(Cookpad indexa x 2.7 puntos más que

la media nacional), o con reducir los

desperdicios de comida (Too Good

to Go x2.7).



Muchísima afinidad con apps relacionadas con la fertilidad y embarazo. La app Woom - Ovulation & Fertility indexa x7.5 puntos más que la media, o la app Pregnancy Tracker (x6.9).

A su vez, se preocupan por

su salud alimenticia: este perfil

de usuarios está muy relaciona-

do con apps como My Real

Food (indexa x3.9 veces más

que la media) o como Noodle

(x2.8) o Yuka (x2.5).



Casi el 50% con edades entre los 25 y los 44 años.

> Usuarios interesados en Style & Fashion y Shopping: usan Floryday (indexa x3.6 puntos más vs la media nacional), Oysho (x3.0), Women's secret (x3.1), Perfumerías Primor (x3.5).



También es un perfil de usuarios afines al ejercicio y mantenerse en forma. Apps como Sports Tracker Running Cycling indexa x2.0 puntos más que la media, o Sportractive GPS Running Tracker (x2.1).



Este perfil presenta mucha afinidad con la educación de los niños. La app de Educamos Familias indexa x4.2 puntos más con estos usuarios que la media nacional, o la app de Smartick Learn Maths x3.9.



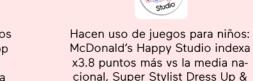
Son usuarios que hacen uso de apps de supermercados: Eroski indexa x3.9 vs la media v Carrefour Pass x2.1.



Consumen en sus dispositivos VOD para niños, como la app de Clan RTVE, que indexa x4.1 puntos más vs la media nacional.



También tienen interés en moda y belleza: Floriday Women Fashion Store indexa x2.8 puntos v Kiabi x2.5.





Style Fashion Guru x3.7 puntos.

Y por el deporte: Eurosport indexa x2.6 puntos comparado con la media nacional, Radio Marca lo hace en x2.3.



Las nuevas tecnologías ayudan a los padres... ¿a tener algo más de tiempo?

Las parejas con niños utilizan mucho las apps como complemento educativo, pero también como vía de escape para que los niños les den... ¿un suspiro? ¿Te identificas?

