

Z as ZMOT (Zero-Moment-of-Truth)

An Alphabet to Explore Time

Zero Moment of Truth (ZMOT)

Whether we're shopping for corn flakes, concert tickets or a honeymoon in Paris, the Internet has changed how we decide what to buy. At Google, we call this online decision-making moment the Zero Moment of Truth, or simply, ZMOT. The ZMOT refers to the moment in the buying process when the consumer researches a product prior to purchase.



Questa espressione, coniata da Google, fa riferimento a una dinamica ormai evidente. I Customer Journey progettati rigidamente e svolti passo dopo passo, appartengono sempre di più al passato. Ormai, **sono i consumatori e le persone a dare il ritmo alle proprie decisioni e in particolare in quella fase «non-indirizzabile» in cui cercano autonomamente**, ancora prima di essere entrati in un Customer Journey strutturato, le informazioni e le emozioni che desiderano.

Uno spunto, questo, con cui concludere l'Alphabet nella consapevolezza che ZMOT significa anche infinite – un Customer Journey infinito in cui si inizia, si sospende, si riprende e – se si è stati bene – si ritorna.

[Google: ZMOT](#)

