

Análise sobre o comportamento dos portugueses nas redes sociais

Foto de Corinne Ricardo



MARKTEST
CONSULTING

Os Portugueses e as Redes Sociais 2019

Grupo Marktest

As redes sociais

As redes sociais são hoje um “ponto de encontro” importante não apenas para os indivíduos como para as marcas, que, de forma rápida, envolvente e dinâmica, podem interagir com os seus consumidores.

A rapidez de contacto permite detectar quase instantaneamente movimentos de insatisfação ou de entusiasmo pela marca, pelo que uma atenção especial a estes sites permite ajustar estratégias de comunicação e divulgação capazes de minimizar eventuais falhas, bem como tirar partido das oportunidades aqui reveladas.

As redes sociais são, por isso, um instrumento imprescindível de marketing e comunicação das marcas.

E foi para conhecer melhor a relação que os portugueses têm com estes sites e com as marcas presentes nestes sites que o Grupo Marktest lançou em 2011 o estudo **Os Portugueses e as Redes Sociais**, que em 2019 conta com novos *insights*.

O estudo procura conhecer os hábitos dos utilizadores de redes sociais, os sites que conhecem e mais utilizam, as funcionalidades que mais valorizam, as personalidades e marcas que seguem, a frequência com que acedem aos sites e com que publicam informação nesses sites, assim como o tempo que lhes dedicam ou os equipamentos que utilizam para lhes aceder.

O estudo aprofunda também a relação que os portugueses estabelecem com as marcas, empresas e figuras públicas presentes nestas plataformas (que motivações têm, interações que mantêm, opinião sobre a presença nas redes sociais, conteúdos mais apreciados ...).

O hábito de ver vídeos nas redes sociais, fazer compras ou recordação de publicidade nesses sites são outras áreas sobre as quais o estudo permite obter respostas, assim como a preferência por conteúdos publicados em stories ou no feed.

Sabia Que entre os utilizadores de redes sociais...

- ✓ WhatsApp quase duplica de penetração em 3 anos e sobe à 2ª posição?
- ✓ Instagram é a rede que mais cresceu para seguir empresas/marcas nas redes sociais, multiplicando por 19 os valores de 2013?
- ✓ O smartphone mantém-se como o equipamento mais utilizado para aceder a sites de redes sociais?
- ✓ 58% também vê Tv quando acede às redes sociais?
- ✓ Youtube ultrapassa Facebook e Instagram quadruplica valores em 3 anos, como redes para ver vídeos?
- ✓ Stories são o segundo tipo de conteúdo preferido em páginas de figuras públicas nas redes sociais?

Rede social onde tem conta



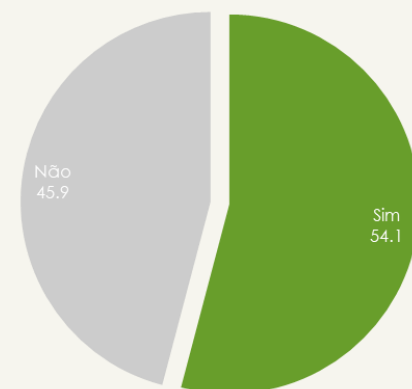
Visitam pelo menos uma vez por semana:

Facebook	95.6%
Youtube	91.3%
Messenger	90.0%

Publicam pelo menos uma vez por semana:

WhatsApp	61.8%
Messenger	57.4%
Facebook	56.0%

É fã de empresas/marcas nas redes sociais



Base: Totalidade do universo

Metodologia

Universo

Indivíduos com idade compreendida entre os 15 e os 64 anos, residentes em Portugal Continental e utilizadores de redes sociais.

Amostra

809 entrevistas. Amostra estratificada por região Markttest, sendo proporcional à população que constitui o universo, de acordo com as variáveis género e idade.

Recolha da informação

10 de Julho e 29 de julho de 2019

Técnica de recolha

Entrevista online (Cawi System), através de questionário estruturado de auto-preenchimento, constituído por perguntas fechadas e abertas.

Disponibilização da informação

A informação é disponibilizada através de um relatório em PDF, onde é feita uma análise descritiva e gráfica dos principais resultados, e através de um ficheiro Excel, onde constam quadros de tabulação e gráficos com os resultados do questionário.

Informação disponível

- Notoriedade de redes sociais
 - ✓ Espontânea
 - ✓ Sugerida
 - ✓ Total
- Redes sociais onde tem perfil
- Abandono de redes sociais
- Funcionalidades de redes sociais utilizadas
- Acesso a redes sociais por horas e equipamentos
- Dia da semana em que dedica mais tempo
- Tempo de consulta
- Avaliação do tempo dedicado às redes sociais e perspetiva para os próximos 12 meses
- Equipamentos utilizados para aceder a redes sociais
- Associação Histórias/Stories vs Mural/Feed: 
- Preferências Histórias/Stories vs Mural/Feed: 
- Figuras Públicas nas Redes Sociais
 - ✓ É fã ou segue figuras públicas nas redes sociais
 - ✓ Nome das figuras públicas de que é hoje em dia fã ou que segue nas redes sociais
 - ✓ Através de que redes sociais segue essas figuras públicas
 - ✓ Que tipos de conteúdos gosta mais de ver nas páginas das figuras públicas
 - ✓ Tipo interações costuma ter nas páginas das figuras públicas
- Atividades realizadas em simultâneo
- Número médio de amigos/conexões
- Conhecimento pessoal dos Amigos/Conexões
- Frequência de visita por site
- Frequência de publicação por site
- Média de posts diários e semanais publicados
- Vídeos nas Redes Sociais:
 - ✓ Costuma ver vídeos nas redes sociais
 - ✓ Em que redes sociais costuma ver vídeos
 - ✓ Que tipos de vídeos mais gosta de ver nas redes sociais
 - ✓ Costuma partilhar links de vídeos nas redes sociais que utiliza
- Opinião sobre sites de redes sociais:
 - ✓ Mais credível; Informa melhor; o que mais gosta; Informação mais útil; o mais atual; o mais interessante; o mais viciante
- Rede social mais utilizada
- Razões de adesão à rede
- Informação pessoal partilhada na rede
- Fãs e seguidores de marcas nas redes sociais:
 - ✓ Marcas de que é fã
 - ✓ Número de páginas de que é fã
 - ✓ Frequência de consulta de informação nessas páginas
 - ✓ Páginas de empresas ou marcas que consulta com mais frequência
 - ✓ Interações que manteve com marcas nas redes sociais
 - ✓ Motivos pelos quais é fã da empresa/marca
 - ✓ Benefícios que obtém ou poderá obter por ser fã
 - ✓ Através de que redes sociais segue a empresa/marca
 - ✓ Tipo de conteúdos que mais gosta
 - ✓ Conteúdos mais interessantes
 - ✓ Nº adequado de publicações pelas empresas/marcas
 - ✓ Tom de tratamento preferido
 - ✓ Grau de importância dada à presença das marcas nas redes sociais
 - ✓ Influência nas opções de compra
 - ✓ Interações com a empresa/marca nas redes sociais
 - ✓ Opinião sobre presença de marcas nas redes sociais
 - ✓ Opinião sobre influência nas opções de compra
- Compras nas redes sociais
 - ✓ Já fez; que produtos comprou
 - ✓ Satisfação com experiência de compra
 - ✓ Produtos adquiridos
 - ✓ Razões para não fazer compras nas redes sociais
- Publicidade nas redes sociais
 - ✓ Marcas recordadas
 - ✓ Agrado com publicidade nas redes sociais
 - ✓ Opinião sobre publicidade nas redes sociais

Condições Comerciais:

O estudo *Os Portugueses e as Redes Sociais 2019*:

1 CD-ROM (ficheiro PDF) 2.000,00€*

(*) Ao valor apresentado acresce o IVA à taxa legal em vigor.

Contacte-nos para mais informações: jmendes@hq.marktest.pt

Markttest ■ Rua Padre Luís Aparício, nº 10, 3º ■ 1150-248 Lisboa ■ Tel. 21 317 34 00