

Análise sobre o comportamento dos portugueses nas redes sociais

Foto de Corinne Ricardo



MARKTEST
CONSULTING

Os Portugueses e as Redes Sociais 2021

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 estas plataformas 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 as redes e com as marcas aí presentes que o Grupo Marktest lançou em 2011 o estudo **Os Portugueses e as Redes Sociais**, que em 2021 conta com novos *insights*.

O estudo procura conhecer os hábitos dos utilizadores de redes sociais, as redes que conhecem e mais utilizam, as funcionalidades que mais valorizam, as personalidades e marcas que seguem, a frequência com que acedem e com que publicam informação, 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 nas redes sociais 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...

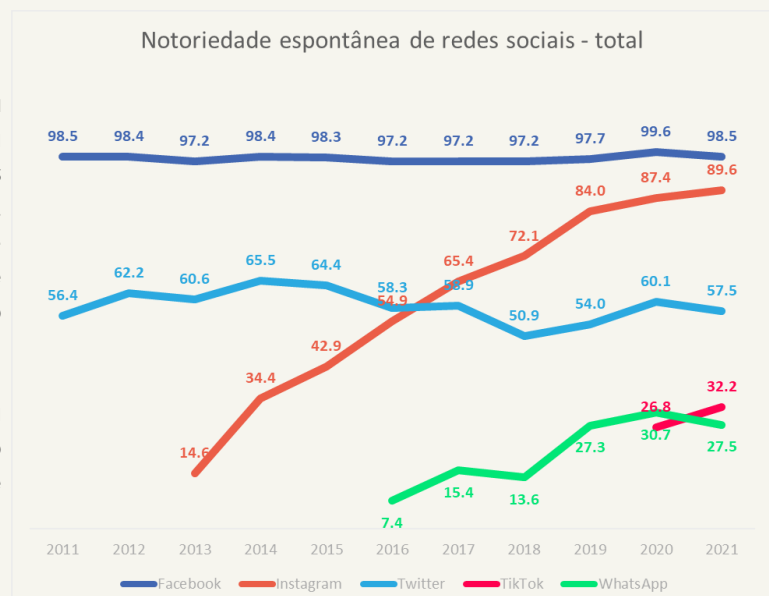
- ✓ Twitch e Telegram foram as redes que mais cresceram em penetração no último ano?
- ✓ Facebook foi a rede com maior taxa de abandono?
- ✓ O número de redes sociais onde os portugueses têm conta mais que duplicou em 10 anos?
- ✓ 70% recordam ter visto publicidade nas redes sociais?
- ✓ Mais de um terço dos utilizadores já fez compras nas redes sociais?
- ✓ Mais de metade dos utilizadores segue figuras públicas nas redes sociais?

Redes Sociais – Tendências 2011-2021

Tendências 2011-2021

Em 2021 a Marktest apresenta a primeira edição da análise **Redes Sociais - Tendências 2011-2021**, para acompanhar a evolução do uso e opiniões dos portugueses face às redes sociais na última década. Uma análise longitudinal de evidente interesse académico mas também para que as agências e anunciantes conheçam o histórico deste fenómeno para melhor preparar as estratégias de futuro.

Trata-se de um relatório em Pdf com a análise gráfica evolutiva dos principais indicadores recolhidos pelo estudo ao longo dos últimos 10 anos, acompanhado de um ficheiro Excel com os valores aí representados.



Metodologia

Universo

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

Amostra

807 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

1 e 14 de julho de 2021

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
- 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
- Frequência de visita por rede
- Frequência de publicação por rede
- 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
 - ✓ Classificação da experiência de utilização dessa rede social
- 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:

- Estudo - *Os Portugueses e as Redes Sociais 2021* (ficheiro PDF e Excel) 2 000,00 € *
- Estudo - *Os Portugueses e as Redes Sociais 2021 + Redes Sociais - Tendências 2011-2021* 2 750,00 € *

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