

Foto de Corinne Ricardo



MARKTEST  
CONSULTING

# Os Portugueses e as Redes Sociais 2022

## 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 2022 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...

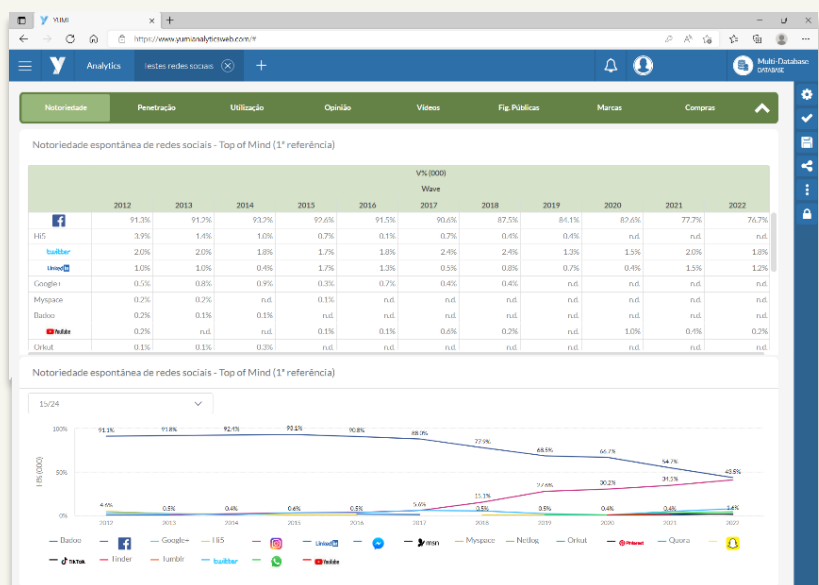
- ✓ TikTok já é a 4ª rede com maior notoriedade espontânea ?
- ✓ TikTok e Telegram foram as redes sociais que registaram maior crescimento relativo face a 2021 ?
- ✓ O número de redes sociais onde os portugueses têm conta mais que duplicou em 10 anos ?
- ✓ O Instagram já é a rede com maior penetração entre os mais jovens ?
- ✓ 80% recordam ter visto publicidade nas redes sociais ?
- ✓ Mais de um terço dos utilizadores costuma clicar em anúncios nas redes sociais ?
- ✓ 77% dos utilizadores mais jovens segue figuras públicas nas redes sociais ?

### Redes Sociais – Tendências 2012-2022

## Tendências 2012-2022 na YumiAnalytics web

Em 2022 a Marktest apresenta a primeira edição da análise **Redes Sociais - Tendências 2012-2022** na plataforma **YumiAnalytics web** desenvolvida pelo Grupo Marktest. Será possível acompanhar a evolução do uso e opiniões dos portugueses face às redes sociais na última década, com as funcionalidades de análise dinâmica da informação que a plataforma permite.

Trata-se de uma análise longitudinal de evidente interesse académico mas também para as agências e anunciantes. O conhecimento das tendências de evolução do meio é essencial para melhor preparar as estratégias de futuro das marcas nas redes sociais.



## Metodologia

### Universo

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

### Amostra

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

### Recolha da informação

Entrevista online (Cawi System), com um questionário estruturado de auto-preenchimento, constituído por perguntas fechadas e abertas, tendo decorrido de 11 a 22 de julho de 2022.

### 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.

Na opção **Tendências 2012-2022**, a informação é disponibilizada na plataforma **YumiAnalytics web**, que permite uma análise dinâmica da informação e exportação de dados para Excel.

## 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
- 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 compras nas redes sociais
  - ✓ 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:

- Os Portugueses e as Redes Sociais 2022 (ficheiro PDF e Excel) ..... 2 100,00 € \*
- Os Portugueses e as Redes Sociais 2022 + Tendências 2012-2022 na YumiAnalytics web ..... 2 950,00 € \*

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