

Análise sobre o comportamento dos portugueses nas redes sociais

Foto de Corinne Ricardo



MARKTEST  
CONSULTING

# Os Portugueses e as Redes Sociais 2012

*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 hoje, 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 2012 conta com novos conteúdos.

O estudo procura conhecer os hábitos dos utilizadores de redes sociais, os sites que conhecem e mais utilizam, as funcionalidades que mais valorizam, 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.

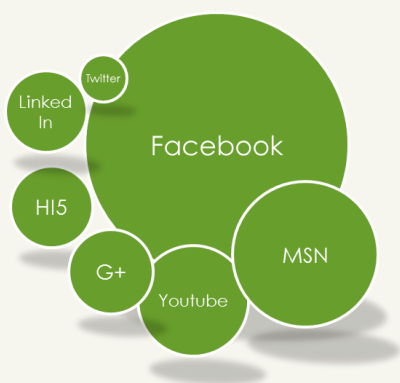
O estudo aprofunda também a relação que os portugueses estabelecem com as marcas e as empresas presentes nestas plataformas (que motivações têm, interacções que mantêm, opinião sobre a presença das marcas nas redes sociais...).

## Sabia Que entre os utilizadores de redes sociais...

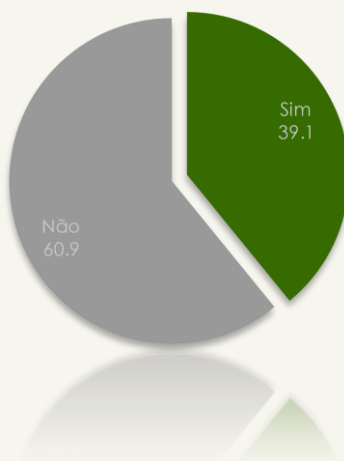
- ✓ 95% tem conta no Facebook e 52% no MSN/Windows Live
- ✓ 39% abandonou uma rede social no último ano
- ✓ 15% visita sites de redes sociais assim que acorda
- ✓ 24% acha que dedica demasiado tempo a sites de redes sociais
- ✓ As fotos são o tipo de conteúdo mais partilhado
- ✓ 62% segue marcas nas redes sociais
- ✓ A presença das empresas e marcas nas redes sociais é entendida como muito importante

## Alguns exemplos de análises gráficas do estudo:

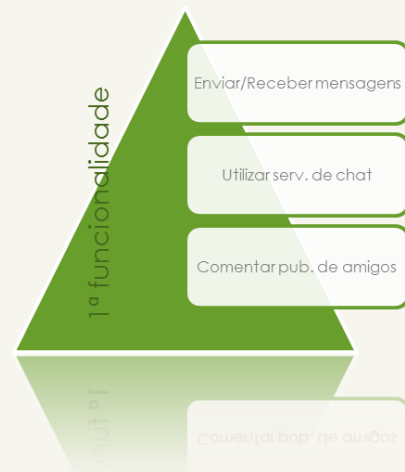
Rede social onde tem conta



Nos últimos 12 meses, deixou de usar alguma rede social (%)



Funcionalidades que utiliza (%)



## Metodologia

### Universo

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

### Amostra

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

### Técnica de recolha

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

### Recolha da informação

Setembro de 2012

## Informação disponível

- Notoriedade de redes sociais
- Redes sociais onde tem perfil
- Abandono de redes sociais – **NOVO**
- Funcionalidades de redes sociais utilizadas
- Altura do dia em que consulta – **NOVO**
- Tempo de consulta – **NOVO**
- Avaliação do tempo dedicado às redes sociais e perspectiva para os próximos 12 meses - **NOVO**
- Equipamentos utilizados para aceder a redes sociais – **NOVO**
- Número médio de amigos/conexões
- Frequência de visita por site
- Frequência de publicação por site
- Média de posts diários e semanais publicados - **NOVO**
- Opinião sobre sites de redes sociais:
  - ✓ Mais credível
  - ✓ Informa melhor
  - ✓ O que mais gosta
  - ✓ Informação mais útil
  - ✓ Mais actual
  - ✓ Mais interessante
  - ✓ Mais viciante
- Rede social mais utilizada
- Razões de adesão à rede
- Informação pessoal partilhada na rede
- Fãs e seguidores de marcas nas redes sociais:
  - ✓ Número aproximado 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 ou segue a empresa/marca nas redes sociais
  - ✓ Benefícios que obtém ou poderá obter pelo facto de ser fã ou seguidor da empresa/marca nas redes sociais
  - ✓ Através de que redes sociais segue a empresa/marca
  - ✓ Tipo de conteúdos que mais gosta - **NOVO**
  - ✓ Conteúdos mais interessantes - **NOVO**
  - ✓ Nº adequado de publicações pelas empresas/marcas - **NOVO**
  - ✓ Tom de tratamento preferido - **NOVO**
  - ✓ Grau de importância dada à presença das empresas/marcas nas redes sociais - **NOVO**
  - ✓ Influência nas opções de compra - **NOVO**
  - ✓ Interações com a empresa/marca nas redes sociais
  - ✓ Opinião sobre presença de marcas e empresas nas redes sociais

## Condições Comerciais:

O estudo *Os Portugueses e as Redes Sociais 2012*:

1 CD-ROM (ficheiro PDF) ..... 2.000,00€\*

E agora com...

Possibilidade de analisar 2011 e 2012

Contacte-nos para mais informação...

**Novo**

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

Contacte-nos para mais informações: [jmendes@hq.marktest.pt](mailto:jmendes@hq.marktest.pt)

Marktest ■ Rua de s. José 183 2º ■ 1169-116 Lisboa ■ Tel. 21 347 08 66 ■ Fax. 21 346 08 94