

Análise sobre o comportamento dos portugueses nas redes sociais

Foto de Corinne Ricardo



MARKTEST
CONSULTING

Os Portugueses e as Redes Sociais 2013

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 2013 conta com novas áreas de informação.

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, interações que mantêm, opinião sobre a presença das marcas nas redes sociais...).

A edição de 2013 apresenta novos conteúdos, em especial a exploração das seguintes áreas de informação

► Compras nas Redes Sociais

- Já realizou compras directamente nas redes sociais; produtos adquiridos; classificação da experiência de compras; razões para não comprar

► Publicidade nas Redes Sociais

- Recordação de publicidade e marcas recordadas; classificação do agrado com publicidade nas redes sociais; envolvimento com publicidade nas redes sociais






Sabia Que entre os utilizadores de redes sociais...

- ✓ 95% dos utilizadores de redes sociais tem conta no Facebook e 39% no Youtube?
- ✓ 27% abandonou uma rede social no último ano?
- ✓ 14% visita sites de redes sociais assim que acorda?
- ✓ 26% acha que dedica demasiado tempo a sites de redes sociais?
- ✓ O smartphone é o 2º equipamento mais utilizado para aceder às redes sociais?
- ✓ 66% segue marcas nas redes sociais?
- ✓ 17% considera que o facto de seguir ou ser fã de uma empresa ou marca nas redes sociais tem muita influência nas opções de compra da marca?

Rede social onde tem conta



Motivos para abandono da rede:

-  Falta de interesse
-  Passou a usar outra rede
-  Amigos passaram para outra rede
-  Falta de tempo
-  Passou de moda/obsoleta

Número médio de entidades seguidas:

-  28 Empresas
-  28 Marcas
-  16 Grupos de interesse
-  12 Figuras Públicas

Metodologia

Universo

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

Amostra

820 entrevistas. Amostra estratificada por região Markttest, 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

26 de Setembro a 7 de Outubro de 2013

Informação disponível

Notoriedade de redes sociais

- ✓ Espontânea
- ✓ Sugerida
- ✓ Total

- Redes sociais onde tem perfil
- Abandono de redes sociais
- Funcionalidades de redes sociais utilizadas
- Altura do dia em que consulta
- Dia da semana em que dedica mais tempo – **NOVO**
- Tempo de consulta
- Avaliação do tempo dedicado às redes sociais e perspectiva para os próximos 12 meses
- Equipamentos utilizados para aceder a redes sociais
- 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
- 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:

- ✓ 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 – **NOVO**

- ✓ Já fez; que produtos comprou
- ✓ Satisfação com experiência de compra
- ✓ Produtos adquiridos
- ✓ Razões para não fazer compras nas redes sociais

Publicidade nas redes sociais – **NOVO**

- ✓ Marcas de recordadas
- ✓ Agrado com publicidade nas redes sociais
- ✓ Opinião sobre publicidade nas redes sociais

Condições Comerciais:

O estudo *Os Portugueses e as Redes Sociais 2013*:

1 CD-ROM (ficheiro PDF) 2.000,00€*

Contacte-nos para mais informação...

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

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

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