

Foto de Corinne Ricardo



MARKTEST
CONSULTING

Os Portugueses e as Redes Sociais 2014

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 2014 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 2014 apresenta novos conteúdos, em especial a análise dos equipamentos usados por períodos horários e as atividades realizadas em simultâneo.

Buzz social

A edição de 2014 conta ainda com um novo capítulo, com a análise dos dados do serviço Social Media Explorer do Grupo Marktest, que permite conhecer as marcas mais mencionadas nas redes sociais assim como as interações nas suas páginas de Facebook.

Sabia Que entre os utilizadores de redes sociais...

- ✓ 96% dos utilizadores de redes sociais tem conta no Facebook e 41% no Google+?
- ✓ 27% abandonou uma rede social no último ano?
- ✓ 26% usa smartphone para aceder às redes sociais entre as 13 e as 15 horas?
- ✓ 20% julga que irá dedicar menos tempo às redes sociais nos próximos 12 meses?
- ✓ 71% segue marcas nas redes sociais?
- ✓ 11% 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?

E sabia Que ...

- ✓ Mais de um milhão de menções a marcas foram feitas no 1º semestre nos social media?
- ✓ A Apple foi responsável por 10% do buzz social do semestre?
- ✓ A Nike é a marca com mais fãs no Facebook?

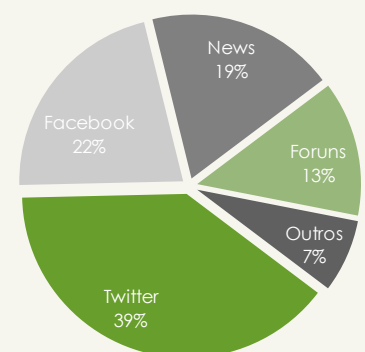
Rede social onde tem conta



Motivos para abandono da rede:

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

Menções nos social media:



Metodologia

Universo

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

Amostra

819 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

3 a 29 de Setembro de 2014.

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.

O estudo encontra-se estruturado em duas partes:

- Parte I – Os Portugueses e as redes sociais
- Parte II – As marcas nos social media.

Informação disponível

Os Portugueses e as Redes Sociais

- 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 – **NOVO**
- 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
- Atividades realizadas em simultâneo – **NOVO**
- 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; o que informa melhor; o que mais gosta; o que tem 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

- ✓ 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

As Marcas nos Social Media - **NOVO**

- Menções por dia, mês, sector e marca
- Likes de páginas da marca no Facebook
- Análise de menções e Likes no Facebook por sector:
 - ✓ Alimentação; Artigos de Desporto; Automóvel; de Banca e Seguros; Bebidas; Comércio; Correios, Telecom e Cabo; Energia e Combustíveis; Gd Distrib. Alimentar; Gd Distrib. Não Alimentar; Higiene Pessoal; Restauração; Tecnologia e Equipamentos; Transportes

Condições Comerciais:

O estudo *Os Portugueses e as Redes Sociais 2014*:

1 CD-ROM (ficheiro PDF) 2.000,00€*

Contacte-nos para mais informação...

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