

Foto de Corinne Ricardo



MARKTEST  
CONSULTING

# Os Portugueses e as Redes Sociais 2015

*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 2015 conta com novos indicadores em análise.

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 2015 apresenta novos indicadores, procurando acompanhar a evolução destes sites.





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

- ✓ 94% dos utilizadores de redes sociais tem conta no Facebook e 41% no Youtube?
- ✓ 23% abandonou uma rede social no último ano?
- ✓ 29% usa smartphone para aceder às redes sociais entre as 18 e as 20 horas?
- ✓ 19% julga que irá dedicar menos tempo às redes sociais nos próximos 12 meses?
- ✓ 69% segue marcas nas redes sociais?
- ✓ 13% considera que o facto de seguir ou ser fã de uma empresa ou marca nas redes sociais tem muita influência nas opções de compra

### 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

## Metodologia

### Universo

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

### Amostra

802 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

25 de Maio a 5 de Junho de 2015

### 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 – **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
- ✓ 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:

O estudo *Os Portugueses e as Redes Sociais 2015*:

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

As empresas que adquirirem esta análise receberão o estudo *As Marcas nos Social Media 2014*

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](mailto:jmendes@hq.marktest.pt)

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