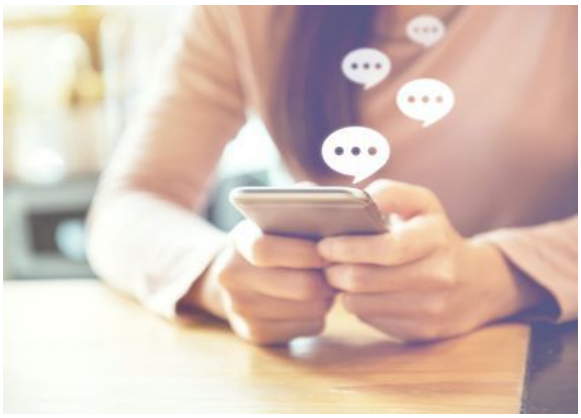
Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Brasil - Junho 2018

Preço do relatório: £2958.60 | $3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



"Apesar de uma grande parcela da população brasileira ainda não ter acesso à internet, dentre aqueles que estão conectados as redes sociais têm um peso muito importante em seu dia a dia. As empresas precisam entender qual a abordagem e rede social ideal para impactar seu público-alvo de maneira relevante."

- Ana Paula Gilsogamo, analista de pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Apesar de ter aumentado, o acesso à internet ainda é relativamente baixo no Brasil**
- **Fake News falta de confiança no uso dos dados dos usuários podem impactar o acesso e a credibilidade de redes sociais**
- **Vício em celular e redes sociais podem estimular a busca por um "detox digital"**
- **Alto custo de consumo de dados móveis e planos/promoções de acesso ilimitado a redes sociais podem "prender" usuários as redes**
- **Alta frequência de uso das redes sociais mostra o grande potencial da mídia e sua importância no dia a dia do brasileiro**
- **Os consumidores têm interesse no conteúdo publicado por marcas e em seguir suas marcas preferidas nas redes sociais**
- **Convidar o consumidor a participar de maneira mais ativa nas ações da marca pode ser oportunidade para gerar divulgação espontânea**
- **Parcerias com celebridades e personalidades da internet podem ser oportunidade para diversas estratégias com foco em diferentes públicos**
- **Existe oportunidade para promover novos produtos/marcas nas redes sociais e também comercializar produtos nas redes**

COMPRE ESTE Relatório agora

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

reports.mintel.com © 2018 Mintel Group Ltd. Todos os direitos reservados. Confidencial a Mintel.

Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Brasil - Junho 2018

Preço do relatório: £2958.60 | $3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Visão Geral

O que você precisa saber

Definição

Resumo Executivo

Desafios

Apesar de ter aumentado, o acesso à internet ainda é relativamente baixo no Brasil

Fake News falta de confiança no uso dos dados dos usuários podem impactar o acesso e a credibilidade de redes sociais

Vício em celular e redes sociais podem estimular a busca por um "detox digital"

Alto custo de consumo de dados móveis e planos/promoções de acesso ilimitado a redes sociais podem "prender" usuários as redes

Oportunidades

Alta frequência de uso das redes sociais mostra o grande potencial da mídia e sua importância no dia a dia do brasileiro

Os consumidores têm interesse no conteúdo publicado por marcas e em seguir suas marcas preferidas nas redes sociais

Convidar o consumidor a participar de maneira mais ativa nas ações da marca pode ser oportunidade para gerar divulgação espontânea

Parcerias com celebridades e personalidades da internet podem ser oportunidade para diversas estratégias com foco em diferentes públicos

Existe oportunidade para promover novos produtos/marcas nas redes sociais e também comercializar produtos nas redes

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

O celular tem sido o protagonista no aumento do acesso à internet no Brasil

Fake News e falta de confiança na proteção de dados dos usuários podem impactar o acesso e a credibilidade de redes socias

Vício em celular e redes sociais pode estimular a busca por um "detox digital"

Fatores que Influenciarão o Mercado

Apesar de ter aumentado, o acesso à internet ainda é relativamente baixo no Brasil

Aumenta o acesso à internet por celulares e smartphones

Redes sociais, como Facebook, têm a segurança e uso dos dados de seus usuários questionados

Fake News podem impactar o uso das redes sociais como principal fonte de informação

Vício em celular e redes sociais pode estimular a busca por um "detox digital"

Preços e valores promocionais de pacotes de dados oferecidos por operadoras brasileiras impulsionam o acesso às mídias sociais

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Facebook e Instagram lançam funções que facilitam a comercialização de produtos

Marcas investem em youtubers e celebridades para amplificar suas campanhas

Presença e engajamento das marcas de beleza e cuidados pessoais e alimentos e bebidas nas redes sociais

Campanhas e Ações de Marketing

Facebook lança a função marketplace no Brasil

No Brasil, Youtube lança YoutubeGo que permite baixar vídeos

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Brasil - Junho 2018

Preço do relatório: £2958.60 | $3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 1: Enjoy more videos with YouTube Go (Aproveite mais vídeos com o YouTube) – Google

Instagram lança recurso que facilita a compra e identificação de produtos em publicações feitas na rede

Figura 2: Vídeo de divulgação do novo recurso

Heinz faz post "comestível" e entrega hambúrguer para quem interage com a publicação

Figura 3: Campanha "Posts Irresistíveis" – Heinz

Marcas investem em youtubers e em grandes canais do Youtube para amplificar suas campanhas

Figura 4: Campanha "Guarda-costas" – Oi

Figura 5: Clipe "Papum" Mc Kevinho e Vivo

Cheetos usa redes sociais e fax para relançar a versão tubo do salgadinho

Figura 6: Campanha #voltatubo – Cheetos Brasil

Carrefour estimula seus clientes a conferir as receitas disponíveis no perfil do supermercado no Pinterest

Figura 7: Chef Carrefour no Pinterest

Samsung realiza parceria com Anitta

Figura 8: Anitta #Paradinha – Making of – Samsung

Tesla lança seu carro Roadster no espaço e bate recorde de visualizações ao vivo

Figura 9: Cobertura ao vivo – Lançamento Tesla Roadstes

Presença e Engajamento nas Redes Sociais

Beleza e cuidados pessoais

Figura 10: Audiência, número de fãs por rede social, por marcas de beleza e cuidados pessoais – 16 de fevereiro a 16 de maio, 2018

Figura 11: Engajamento, por marcas de beleza e cuidado pessoal e por rede social – 16 de fevereiro a 16 de maio, 2018

Figura 12: Taxa de engajamento*, por marcas de beleza e cuidado pessoal – 16 de fevereiro a 16 de maio, 2018

Figura 13: Top 5 posts das marcas de beleza e cuidado pessoal pela taxa de engajamento – 16 de fevereiro a 16 de maio, 2018

Alimentos e bebidas

Figura 14: Audiência, número de fãs por rede social, por marca de alimentos e bebidas – 16 de fevereiro a 16 de maio, 2018

Figura 15: Engajamento, por marcas de alimentos e bebidas e por rede social – 16 de fevereiro a 16 de maio, 2018

Figura 16: Top 10 posts pela taxa de engajamento – 16 de fevereiro a 16 de maio, 2018

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Whatsapp é a mídia social utilizada com maior frequência pelo brasileiro

Conteúdo publicado por amigos e familiares gera mais interesse aos usuários de redes sociais

Transmissão ao vivo de eventos esportivos pode ter apelo junto ao público masculino

Saúde e bem-estar têm apelo junto aos usuários de 35+, público mais difícil de ser impactado pelas redes sociais

Marcas podem promover momentos e ocasiões especiais/exclusivas para estimular a divulgação espontânea nas redes sociais

Realizar parceria com perfis de personalidades da internet/youtubers nas redes sociais pode estimular participação em promoções

Tutoriais e dicas podem ser oportunidades junto à millennials das classes sociais AB, perfil mais propenso a comprar pelas redes sociais

Uso de Redes Sociais

Whatsapp é a mídia social utilizada com maior frequência diária pelo brasileiro

Figura 17: Uso de redes sociais – Brasil, abril de 2018

Figura 18: Aplicativo WhatsApp Business

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Brasil - Junho 2018

Preço do relatório: £2958.60 | $3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Realizar ações no Facebook focadas no público feminino entre 16 a 34 anos com o endosso de celebridades pode ser oportunidade

Figura 19: Uso de redes sociais, uso do facebook pelo sexo e faixa etária – Brasil, abril 2018

Figura 20: Post do O Boticário com Isis Valverde

Figura 21: Post "Novo Alfredo" Campanha de lançamento Neve Dermacare

Figura 22: Vídeo "Novo Alfredo" Campanha de lançamento Neve Dermacare

Realizar ações em parceria com canais de humor no Youtube pode ter apelo junto ao público masculino

Figura 23: Uso de redes sociais, uso do Youtube pelo sexo e faixa etária – Brasil, abril 2018

Figura 24: Campanha da Gillette Prestobarba 3 intitulada "#eleprestasim"

Figura 25: Filme do encontro entre Fred e Cristiano Ronaldo, Clear, fevereiro de 2018

Apelo da Origem dos Conteúdos

Conteúdo publicado por amigos e familiares gera mais interesse dos usuários de redes sociais

Figura 26: Apelo da origem dos conteúdos, pelo total – Brasil, abril 2018

Figura 27: Votação pelo lançamento do "Mayochup" – Heinz

Figura 28: Vídeo "Mayochup" name

Figura 29: Melhores vídeos enviados – Homenagem aos clientes

Utilizar as redes sociais para divulgar novos produtos pode ser uma boa oportunidade tanto para pequenas quanto para grandes empresas

Figura 30: Atitudes em relação às mídias sociais "descobri novo produtos/marcas nas redes sociais", pelo interesse em conteúdos criado por marcas x total – Brasil, abril 2018

Figura 31: Cupom grátis, ação fanta e mc donald's

Interesse por Tipo de Conteúdo

Artigos e notícias são conteúdos de maior interesse dos brasileiros nas redes sociais, utilizadas pela maioria como principal fonte de informação

Figura 32: Interesse por tipo de conteúdo, pelo total – Brasil, abril 2018

Figura 33: "What is Bulletin, from Google?" – Vídeo explicativo Bulletin Google

Figura 34: Perfil TicToc by Bloomberg no Twitter

Transmissão ao vivo de eventos esportivos pode ter apelo junto ao público masculino

Figura 35: Interesse por tipo de conteúdo, Transmissões ao vivo pelo gênero – Brasil, abril 2018

Figura 36: Campanha Brahma "Re-apresenta: Grande Rede Esportiva Brahma Chopp"

Assuntos de Interesse

Cultura e entretenimento são os principais temas de interesse dos usuários de redes sociais em geral

Figura 37: Assuntos de interesse, pelo total – Brasil, abril 2018

Figura 38: Vídeo Divulgação Facebook Watch

Figura 39: Vídeo demonstração da parceria Ticketmaster e Youtube

Saúde e bem-estar têm apelo junto aos usuários de 35+, público mais difícil de ser impactado pelas redes sociais

Figura 40: Assuntos de interesse, pela faixa etária – Brasil, abril 2018

Figura 41: Conteúdos divulgados pelo supermercado AH Groenteboost – Holanda

Hábitos de Publicação

Marcas podem promover momentos e ocasiões especiais/exclusivas para estimular a divulgação espontânea nas redes sociais

Figura 42: Hábitos de publicação nas redes sociais, pelo total – Brasil, abril 2018

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Brasil - Junho 2018

Preço do relatório: £2958.60 | $3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 43: Coca-Cola Fan Feat – Promoção

Realizar parceria com perfis de celebridades pode impactar usuários que são mais ativos nas redes sociais

Figura 44: Hábitos de publicação nas redes sociais, pelo apelo da origem dos conteúdos, total x interessados em conteúdo criado por celebridades – Brasil, abril 2018
Figura 45: Campanha Namorados #brumar – C&A

Razões para Compartilhar Conteúdo

Estimular "haters" da maneira correta pode gerar compartilhamento e buzz nas redes sociais

Figura 46: Razões para compartilhar conteúdo, pelo total – Brasil, abril 2018

Figura 47: Post 200% mais uva passa – Bauducco

Figura 48: Colomba Pascal 200% mais uva passa – Edição exclusiva

Figura 49: Vídeo Lançamento Columba Pascal Bauducco + Snickers

Realizar parceria com perfis de personalidades da internet/youtubers nas redes sociais pode estimular participação em promoções

Figura 50: Razões para compartilhar, pelo apelo da origem dos conteúdos de personalidade da internet/Youtubers e pelo total – Brasil, abril 2018.
Figura 51: Vídeo Cauê Moura convidando consumidores a participarem da promoção – KFC + Coca-Cola

Atitudes em Relação às Mídias Sociais

O "detox digital" pode estar mais relacionado à tentativa de diminuir a frequência de uso do que deixar por completo as redes sociais

Figura 52: Atitudes em relação às mídias sociais pelo total – Brasil, abril 2018

Tutoriais e dicas podem ser oportunidades junto a millennials das classes sociais AB, perfil mais propenso a comprar pelas redes sociais

Figura 53: Atitudes em relação às mídias sociais – CHAID – Modelo de árvore de decisão, abril 2018

Figura 54: Aplicativo NYX – Estados Unidos

Figura 55: Post tutorial com link para produto – Quem disse berenice?

Apêndice – Abreviações

Abreviações

COMPRE ESTE relatório agora

VISITE: store.mintel.com
LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094
Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300
APAC +61 (0) 2 8284 8100 |
EMAIL: reports@mintel.com