

Data Stories

Mobile First: O super-humano multitarefa Março/2021

Data Stories

KANTAR IBOPE MEDIA

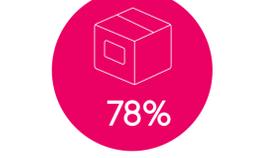
Super-humanos e o poder da conexão



O aparelho celular se tornou uma extensão do corpo humano. Fazendo uma reflexão, nos transformamos em super-humanos, nos conferindo poderes que nos tornam multitarefas permitindo a realização de diferentes atividades do dia a dia.

São inúmeras facilidades e "superpoderes" que nossos aparelhos "mobile" nos conferem: possibilitam a comunicação e relacionamento, compras, acesso a informação e entretenimento, atendendo em diferentes níveis quase todas as necessidades definidas por [Maslow](#).

Pare por um momento e se pergunte: Você conseguiria viver sem o seu smartphone?



"Eu não poderia viver sem acesso à internet em meu smartphone/telefone celular"

Para o infinito... e além!

O contato com a tecnologia está sempre em ascensão e aumenta a cada ano. Hoje, mais de 8 em cada 10 pessoas acessam a Internet por meio de dispositivos móveis.

Esse acesso é bastante representativo, com um aumento de 220% nos últimos 10 anos. Destaque, ainda, para os usuários exclusivos de aparelhos mobile para conexão: 24% da população.



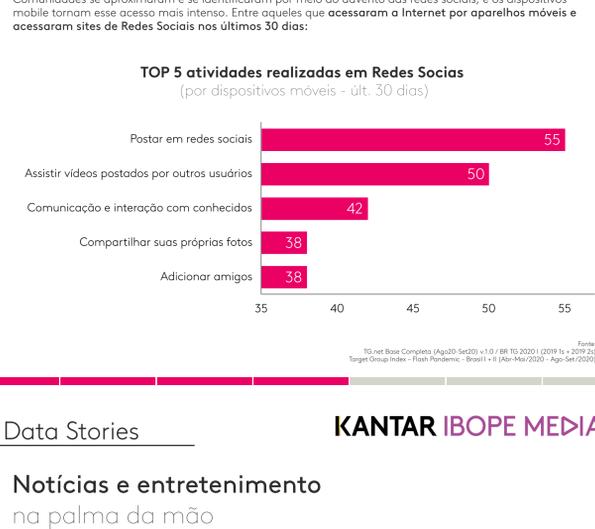
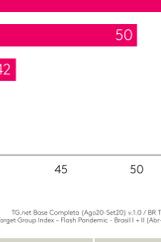
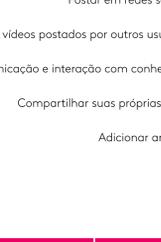
Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Target Group Index - Flash Pandemic - Brasil v1.1 (Abr-Mai/2020 - Ago-Ser/2020)

Data Stories

KANTAR IBOPE MEDIA

Como seria passar pela pandemia sem o seu smartphone?

Com um simples toque ou comando de voz, nossa vida é facilitada em diferentes formas. Conveniência é a palavra chave. Você já imaginou como seria passar pela pandemia sem o seu device? Entre aqueles que **acessaram a Internet por dispositivos Mobile**:



Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Target Group Index - Flash Pandemic - Brasil v1.1 (Abr-Mai/2020 - Ago-Ser/2020)

Data Stories

KANTAR IBOPE MEDIA

O acesso mobile constrói pontes e diminui distâncias. Há um grande debate: será a qualidade da nossa comunicação, por meio deles, aperfeiçoada? Porém, uma coisa é impossível negar: a casa ao lado ou uma casa em algum outro continente tornaram-se agora equidistantes. Entre aqueles que **acessaram a Internet por dispositivos mobile**:



45% aumentaram o uso de **serviços de mensagem instantânea** durante a **pandemia**

Virtual Self: As redes sociais

Comunidades se aproximaram e se identificaram por meio do advento das redes sociais, e os dispositivos mobile tornam esse acesso mais intenso. Entre aqueles que **acessaram a Internet por aparelhos móveis e acessaram sites de Redes Sociais nos últimos 30 dias**:

TOP 5 atividades realizadas em Redes Sociais (por dispositivos móveis - últ. 30 dias)



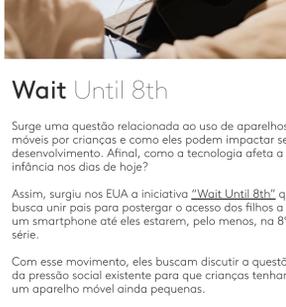
Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Target Group Index - Flash Pandemic - Brasil v1.1 (Abr-Mai/2020 - Ago-Ser/2020)

Data Stories

KANTAR IBOPE MEDIA

Notícias e entretenimento na palma da mão

O momento de incertezas também potencializa o poder do mobile na busca por acesso à informação e também pelo seu compartilhamento.



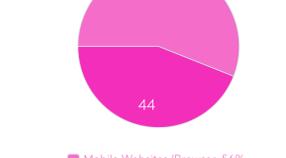
Entre quem acessou a Internet por dispositivos móveis:



Consideram importante que os sites que visitam **inspirem confiança** **86%**

Durante a pandemia, verificam se os sites / fontes são **confiáveis e só então compartilham** **62%**

Aparelhos mobile oferecem também diferentes opções de entretenimento e, um dos principais destaques nesse sentido são os aplicativos e jogos para celular e tablet. Desse dinâmicas mais simples até mais complexas vimos que entre usuários que **acessaram a Internet por dispositivos móveis**:



Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Target Group Index - Flash Pandemic - Brasil v1.1 (Abr-Mai/2020 - Ago-Ser/2020)

Data Stories

KANTAR IBOPE MEDIA

Você já assistiu algum vídeo online? Provavelmente a resposta é sim. Este formato ganha em força e alcance uma vez que pode ser acessado de diversas maneiras: sites, aplicativos, comunicadores, redes sociais...

Hoje, surgiu nos EUA a iniciativa "Wait Until 8th" que busca unir pais para postergar o acesso dos filhos a um smartphone até eles estarem, pelo menos, na 8ª série.

Com esse movimento, eles buscam discutir a questão da pressão social existente para que crianças tenham um aparelho móvel ainda pequenas.



Em todo tipo de conteúdo

Com o acesso ampliado e a possibilidade de assistir vídeos em diferentes locais, diversos tipos de conteúdo ganham destaque na preferência das pessoas. Os cinco tipos de vídeo mais assistidos por dispositivos móveis foram:

TOP 5 tipos de vídeo	Assistiu por aparelhos móveis
Notícias	36%
Séries Internacionais	34%
Comédia	31%
Comida e bebida/culinária	25%
Animações	22%

Data Stories

KANTAR IBOPE MEDIA

Oportunidades para as marcas Passou no seu feed: Publicidade em Paid Social

Com o celular sendo o extensão do ser humano, diversas são as oportunidades para que marcas se conectem com o seu consumidor.

As redes sociais ocupam uma importante parte da experiência mobile, e isso se reflete na publicidade. 44% das impressões de publicidade em janeiro foram entregues em social media.

Share de Formatos no Mobile (Impressões - %)



As oportunidades que as Redes Sociais oferecem para que marcas possam se conectar com seus consumidores são diversas, com esse tipo de formato tendo sido utilizado por importantes anunciantes ao longo de 2020:

TOP 5 MARCAS 2020 - IMPRESSÕES EM MOBILE SOCIAL



Entre em contato e conheça mais em digital@kantaribope.com

Data Stories

KANTAR IBOPE MEDIA

Publicidade em Mobile Video

Se uma das atividades mais realizadas em dispositivos mobile é assistir a vídeos, cresce a relevância desse tipo de formato para que marcas se comuniquem com seus consumidores:

TOP 5 Setores em Mobile Video (Investimento - Share %)



Esta é a oitava edição do conteúdo temático produzido mensalmente pela Kantar IBOPE Media com o objetivo de trazer o cenário e novas perspectivas sobre temas e tendências importantes relacionados a audiência, publicidade, planejamento de mídia e comportamento do consumidor.

Para saber mais sobre este e outros conteúdos entre em contato com: digital@kantaribope.com

Esta é a oitava edição do conteúdo temático produzido mensalmente pela Kantar IBOPE Media com o objetivo de trazer o cenário e novas perspectivas sobre temas e tendências importantes relacionados a audiência, publicidade, planejamento de mídia e comportamento do consumidor.

Para saber mais sobre este e outros conteúdos entre em contato com: digital@kantaribope.com

<http://kantaribope.com/>

Para além da fronteira da tela

Essa é a tecnologia mobile, ano após ano, evolui e nos surpreende com novas opções para integrar e trazer dinamismo às nossas vidas, quais serão as próximas barreiras que ela cruzará?

Um bom indicativo é a crescente utilização de dispositivos inteligentes, os chamados Smart Devices ativadas por voz, que já começam a se popularizar aqui no Brasil:

Muita ainda será discutido sobre os prós, contras e consequências da adoção em massa desses dispositivos por nós, seres humanos. Não encontraremos a resposta para esta questão em um aplicativo de busca, ao alcance de nossas mãos.

Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Kantar IBOPE Media - Advertising Intelligence - Advertising Insights - Mobile Web Video - Investimento por setor - Janeiro 2021

Advertising Insights - Mobile Video

No primeiro trimestre de 2021 a Kantar IBOPE Media incluiu em sua cobertura de investimento os anúncios em vídeo mobile web, ampliando a visibilidade e compreensão sobre a publicidade digital, bem como do formato vídeo através de múltiplos meios e canais. Os dados estão disponíveis no Advertising Insights com histórico a partir de Janeiro/2021.

Entre em contato e conheça mais em digital@kantaribope.com

Esta é a tecnologia mobile, ano após ano, evolui e nos surpreende com novas opções para integrar e trazer dinamismo às nossas vidas, quais serão as próximas barreiras que ela cruzará?

Um bom indicativo é a crescente utilização de dispositivos inteligentes, os chamados Smart Devices ativadas por voz, que já começam a se popularizar aqui no Brasil:

Muita ainda será discutido sobre os prós, contras e consequências da adoção em massa desses dispositivos por nós, seres humanos. Não encontraremos a resposta para esta questão em um aplicativo de busca, ao alcance de nossas mãos.

Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Kantar IBOPE Media - Advertising Intelligence - Advertising Insights - Mobile Web Video - Investimento por setor - Janeiro 2021

Advertising Insights - Paid Social

Uma notícia para curti, salvar e compartilhar: Monitoramento de investimento publicitário em Social Media chega ao Brasil. Agora você pode analisar o investimento de suas marcas e concorrentes nas redes sociais, acompanhando a atividade publicitária em diferentes setores e categorias, diariamente, de forma rápida e intuitiva no Advertising Insights. As métricas, obtidas por meio de uma metodologia própria de coleta e classificação de dados, são resultado de uma parceria com a Pathmatics, plataforma de tecnologia especializada em aferição de propaganda digital.

Entre em contato e conheça mais em digital@kantaribope.com

Esta é a tecnologia mobile, ano após ano, evolui e nos surpreende com novas opções para integrar e trazer dinamismo às nossas vidas, quais serão as próximas barreiras que ela cruzará?

Um bom indicativo é a crescente utilização de dispositivos inteligentes, os chamados Smart Devices ativadas por voz, que já começam a se popularizar aqui no Brasil:

Muita ainda será discutido sobre os prós, contras e consequências da adoção em massa desses dispositivos por nós, seres humanos. Não encontraremos a resposta para esta questão em um aplicativo de busca, ao alcance de nossas mãos.

Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Kantar IBOPE Media - Advertising Intelligence - Advertising Insights - Mobile Web Video - Investimento por setor - Janeiro 2021

Advertising Insights - Paid Social

Uma notícia para curti, salvar e compartilhar: Monitoramento de investimento publicitário em Social Media chega ao Brasil. Agora você pode analisar o investimento de suas marcas e concorrentes nas redes sociais, acompanhando a atividade publicitária em diferentes setores e categorias, diariamente, de forma rápida e intuitiva no Advertising Insights. As métricas, obtidas por meio de uma metodologia própria de coleta e classificação de dados, são resultado de uma parceria com a Pathmatics, plataforma de tecnologia especializada em aferição de propaganda digital.

Entre em contato e conheça mais em digital@kantaribope.com

Esta é a tecnologia mobile, ano após ano, evolui e nos surpreende com novas opções para integrar e trazer dinamismo às nossas vidas, quais serão as próximas barreiras que ela cruzará?

Um bom indicativo é a crescente utilização de dispositivos inteligentes, os chamados Smart Devices ativadas por voz, que já começam a se popularizar aqui no Brasil:

Muita ainda será discutido sobre os prós, contras e consequências da adoção em massa desses dispositivos por nós, seres humanos. Não encontraremos a resposta para esta questão em um aplicativo de busca, ao alcance de nossas mãos.

Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Kantar IBOPE Media - Advertising Intelligence - Advertising Insights - Mobile Web Video - Investimento por setor - Janeiro 2021

Advertising Insights - Mobile Video

No primeiro trimestre de 2021 a Kantar IBOPE Media incluiu em sua cobertura de investimento os anúncios em vídeo mobile web, ampliando a visibilidade e compreensão sobre a publicidade digital, bem como do formato vídeo através de múltiplos meios e canais. Os dados estão disponíveis no Advertising Insights com histórico a partir de Janeiro/2021.

Entre em contato e conheça mais em digital@kantaribope.com

Esta é a tecnologia mobile, ano após ano, evolui e nos surpreende com novas opções para integrar e trazer dinamismo às nossas vidas, quais serão as próximas barreiras que ela cruzará?

Um bom indicativo é a crescente utilização de dispositivos inteligentes, os chamados Smart Devices ativadas por voz, que já começam a se popularizar aqui no Brasil:

Muita ainda será discutido sobre os prós, contras e consequências da adoção em massa desses dispositivos por nós, seres humanos. Não encontraremos a resposta para esta questão em um aplicativo de busca, ao alcance de nossas mãos.

Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Kantar IBOPE Media - Advertising Intelligence - Advertising Insights - Mobile Web Video - Investimento por setor - Janeiro 2021

Advertising Insights - Paid Social

Uma notícia para curti, salvar e compartilhar: Monitoramento de investimento publicitário em Social Media chega ao Brasil. Agora você pode analisar o investimento de suas marcas e concorrentes nas redes sociais, acompanhando a atividade publicitária em diferentes setores e categorias, diariamente, de forma rápida e intuitiva no Advertising Insights. As métricas, obtidas por meio de uma metodologia própria de coleta e classificação de dados, são resultado de uma parceria com a Pathmatics, plataforma de tecnologia especializada em aferição de propaganda digital.

Entre em contato e conheça mais em digital@kantaribope.com

Esta é a tecnologia mobile, ano após ano, evolui e nos surpreende com novas opções para integrar e trazer dinamismo às nossas vidas, quais serão as próximas barreiras que ela cruzará?

Um bom indicativo é a crescente utilização de dispositivos inteligentes, os chamados Smart Devices ativadas por voz, que já começam a se popularizar aqui no Brasil:

Muita ainda será discutido sobre os prós, contras e consequências da adoção em massa desses dispositivos por nós, seres humanos. Não encontraremos a resposta para esta questão em um aplicativo de busca, ao alcance de nossas mãos.

Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Kantar IBOPE Media - Advertising Intelligence - Advertising Insights - Mobile Web Video - Investimento por setor - Janeiro 2021

Advertising Insights - Mobile Video

No primeiro trimestre de 2021 a Kantar IBOPE Media incluiu em sua cobertura de investimento os anúncios em vídeo mobile web, ampliando a visibilidade e compreensão sobre a publicidade digital, bem como do formato vídeo através de múltiplos meios e canais. Os dados estão disponíveis no Advertising Insights com histórico a partir de Janeiro/2021.

Entre em contato e conheça mais em digital@kantaribope.com

Esta é a tecnologia mobile, ano após ano, evolui e nos surpreende com novas opções para integrar e trazer dinamismo às nossas vidas, quais serão as próximas barreiras que ela cruzará?

Um bom indicativo é a crescente utilização de dispositivos inteligentes, os chamados Smart Devices ativadas por voz, que já começam a se popularizar aqui no Brasil:

Muita ainda será discutido sobre os prós, contras e consequências da adoção em massa desses dispositivos por nós, seres humanos. Não encontraremos a resposta para esta questão em um aplicativo de busca, ao alcance de nossas mãos.

Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Kantar IBOPE Media - Advertising Intelligence - Advertising Insights - Mobile Web Video - Investimento por setor - Janeiro 2021

Advertising Insights - Paid Social

Uma notícia para curti, salvar e compartilhar: Monitoramento de investimento publicitário em Social Media chega ao Brasil. Agora você pode analisar o investimento de suas marcas e concorrentes nas redes sociais, acompanhando a atividade publicitária em diferentes setores e categorias, diariamente, de forma rápida e intuitiva no Advertising Insights. As métricas, obtidas por meio de uma metodologia própria de coleta e classificação de dados, são resultado de uma parceria com a Pathmatics, plataforma de tecnologia especializada em aferição de propaganda digital.

Entre em contato e conheça mais em digital@kantaribope.com

Esta é a tecnologia mobile, ano após ano, evolui e nos surpreende com novas opções para integrar e trazer dinamismo às nossas vidas, quais serão as próximas barreiras que ela cruzará?

Um bom indicativo é a crescente utilização de dispositivos inteligentes, os chamados Smart Devices ativadas por voz, que já começam a se popularizar aqui no Brasil:

Muita ainda será discutido sobre os prós, contras e consequências da adoção em massa desses dispositivos por nós, seres humanos. Não encontraremos a resposta para esta questão em um aplicativo de busca, ao alcance de nossas mãos.

Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Kantar IBOPE Media - Advertising Intelligence - Advertising Insights - Mobile Web Video - Investimento por setor - Janeiro 2021

Advertising Insights - Mobile Video

No primeiro trimestre de 2021 a Kantar IBOPE Media incluiu em sua cobertura de investimento os anúncios em vídeo mobile web, ampliando a visibilidade e compreensão sobre a publicidade digital, bem como do formato vídeo através de múltiplos meios e canais. Os dados estão disponíveis no Advertising Insights com histórico a partir de Janeiro/2021.

Entre em contato e conheça mais em digital@kantaribope.com

Esta é a tecnologia mobile, ano após ano, evolui e nos surpreende com novas opções para integrar e trazer dinamismo às nossas vidas, quais serão as próximas barreiras que ela cruzará?

Um bom indicativo é a crescente utilização de dispositivos inteligentes, os chamados Smart Devices ativadas por voz, que já começam a se popularizar aqui no Brasil:

Muita ainda será discutido sobre os prós, contras e consequências da adoção em massa desses dispositivos por nós, seres humanos. Não encontraremos a resposta para esta questão em um aplicativo de busca, ao alcance de nossas mãos.

Fonte: T3.net Base Completa (Ago20-Ser20) v1.0 / BR T3 2020 (2019.1 + 2019.2) Kantar IBOPE Media - Advertising Intelligence - Advertising Insights - Mobile Web Video - Investimento por setor - Janeiro 2021