



Tendências de consumo no mercado global

A Nielsen é uma consultora de estudos de mercado Norte Americana que realiza inquéritos com o intuito de tomar o “pulso” ao mercado de consumo global. Com base em alguns desses estudos relativos aos primeiros 4 meses deste ano, a Multiguide elaborou 3 gráficos onde se pretende identificar tendências de mercado ao nível dos meios de comunicação mais utilizados actualmente para difundir conteúdos promocionais ou publicitários; De que forma o mercado está inclinado e quais os principais meios de comunicação em massa.

As três análises a seguir são apresentadas numa perspectiva de indicadores de maior relevo para o desenvolvimento de competências internas às empresas como do ponto de vista do melhor canal de distribuição de conteúdos, em função da dimensão do número de utilizadores finais do mesmo.

Os resultados apesar de não surpreendentes, deixam algumas curiosidades como o facto de todos os meios de comunicação social, terem registado aumentos de ganhos via publicidade à excepção das revistas.

De todos os aumentos de gastos em publicidade, em todo o mundo, a Internet foi o meio que mais aumentou as receitas vindas da publicidade, com 12% de aumento relativamente aos primeiros 4 meses do ano passado.

A utilização do telemóvel para visualizar vídeos na Internet ou para comunicar através da mesma é mais significativa em países do Médio Oriente e Ásia-Pacífico, apesar de que no geral o telemóvel apresenta níveis de utilização próxima dos outros meios de visualizar conteúdos na Internet como sejam os Computadores Pessoais.

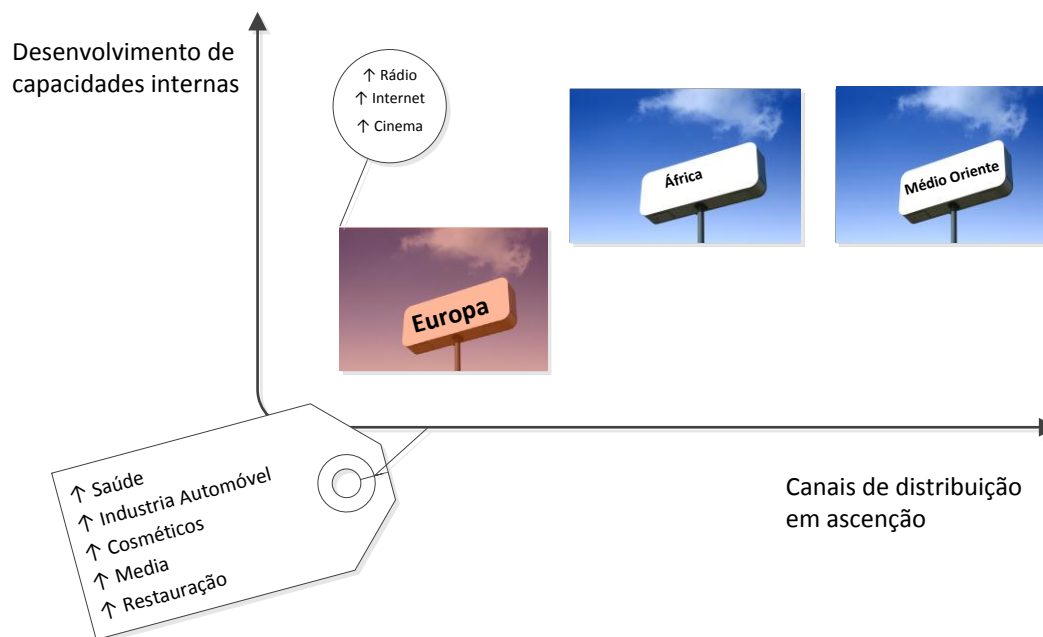


Ilustração 1 - Os Mercados Onde Se Investiu Mais E Menos Em Publicidade

A Europa foi o único continente com um decréscimo de investimento em publicidade; apesar disso a Rádio, a Internet e o Cinema registaram aumentos de investimentos em publicidade neste continente.

A nível global, a Saúde, a Industria Automóvel, os Cosméticos, a Media e a Restauração foram os sectores que mais investiram em publicidade.

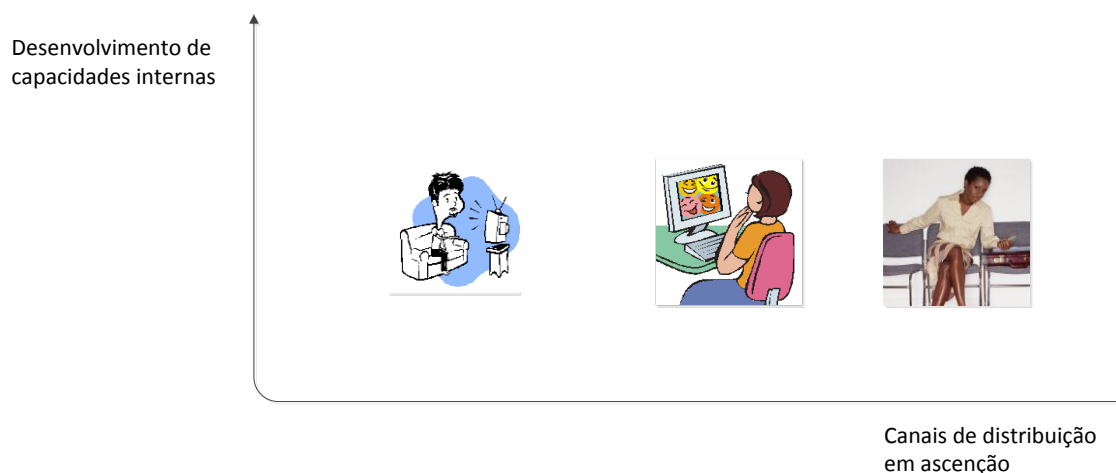


Ilustração 2 - Os Meios Mais Utilizados Para Visualizar Conteúdos

A utilização da televisão tradicional continua a desempenhar um papel importante na vida das pessoas com 60% a admitir ter televisão, ou comprar uma num futuro próximo.

No mercado do Médio Oriente/África e Ásia-Pacífico 72% 3 74% respectivamente das pessoas que utilizam a Internet vêem vídeos *online* usando o telemóvel pelo menos 1 vez por mês e quase 40% admite fazê-lo diariamente.

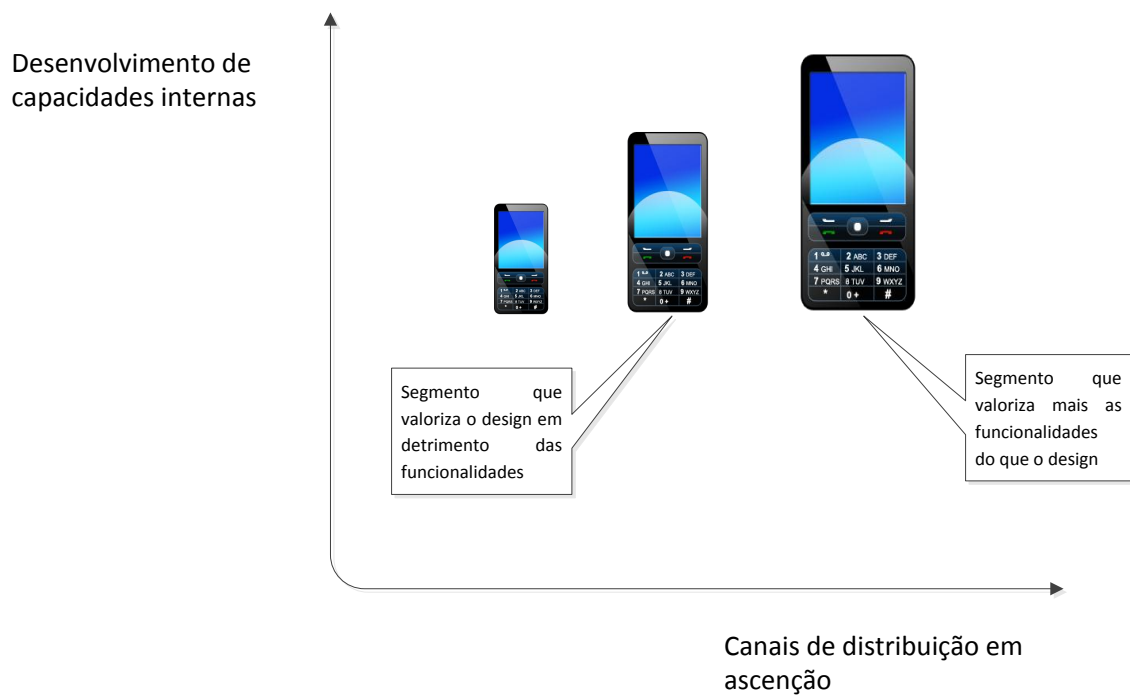


Ilustração 3 - Uma Análise de Tendências de Compra de Telemóveis

O Estudo dividiu os utilizadores de telemóveis em dois grupos;

1. Um grupo que valoriza mais os aspectos de *design* do aparelho;
2. E um segundo grupo que valoriza mais as funcionalidades.

Para qualquer um dos grupos quanto maior o tamanho do ecrã do telemóvel maior a intenção de o adquirir, sendo que existe a percepção por parte das pessoas que quanto maior o tamanho maior a facilidade de utilização apesar de os telemóveis mais desejados serem os de menores dimensões.

©Multiguide 2012 – Todos os direitos reservados 