



A internet está cada vez mais presente na vida dos pais da geração Y

Escrito por:

Allison Mooney,
Jenny Fernandez

Publicado

Setembro 2015

Tópicos:

Publicidade –
Dispositivos Móveis

Mães e anunciantes têm uma boa notícia para comemorar. Os pais geração Y, também conhecida como millennials, estão desempenhando um papel mais relevante nas tarefas da casa. Em busca de ser o pai perfeito, eles influenciam decisões de compra e recorrem à internet e aos seus dispositivos móveis quando precisam de ajuda. A oportunidade para as marcas é simples: estar presente nesses micro-momentos.

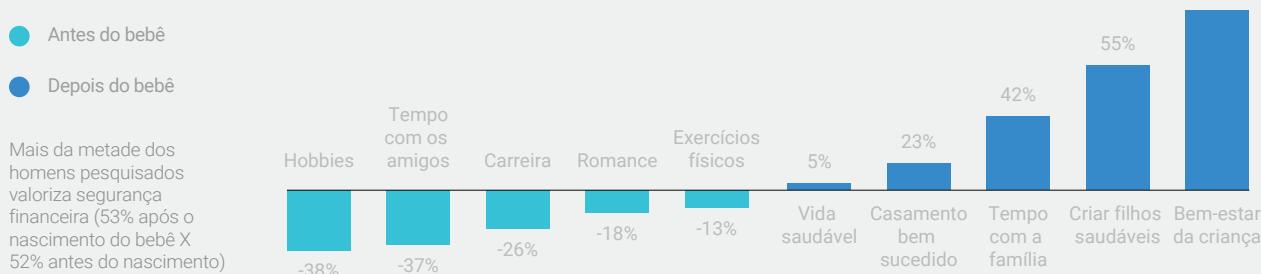
think with **Google**

Se tem uma coisa que deixa Tom Brantman louco são comentários do tipo “é tão legal ver um pai posando de babá para os filhos”, que ele costuma ouvir quando entra em uma loja ou está andando na rua. “Entendo que eles estão tentando ser simpáticos, mas o comentário irrita um pouco,” comenta o pai de 35 anos da cidade norte-americana de Kansas City. “Não é trabalho porque eu sou o pai.”

Homens como Tom estão se envolvendo cada vez mais na criação de seus filhos. Um estudo do Centro de Pesquisa Pew mostra que os pais norte-americanos praticamente triplicaram o tempo que passam com suas crianças, desde 1965. O mesmo centro de pesquisa mostra, baseado em dados do censo dos Estados Unidos (EUA), que praticamente duplicou o número de pais que ficam em casa nas últimas duas décadas.

“Pais millennials estão mais engajados no cuidado diário com as crianças do que qualquer geração anterior a eles,” diz Julie Michaelson, diretora de vendas globais do BabyCenter, um site para grávidas, pais e mães de primeira viagem. Analisamos um estudo conduzido pelo Baby Center que pesquisou pais entre 18 e 34 anos que estão aguardando um bebê ou com um filho menor de seis anos de idade, e nossos próprios dados de busca. Um dos achados desse estudo foi a mudança de valores quando o assunto é paternidade.

Os cinco objetivos e aspirações mais importantes antes e depois de se tornar pai



Fonte: BabyCenter Millennial Dads Study nos Estados Unidos, Junho de 2015.

Resolvemos, então, ouvir alguns pais nos Estados Unidos e no Brasil para entender como eles estão usando a internet e os dispositivos móveis nos seus papéis ampliados dentro de casa.

Maiores expectativas levam os pais para o online

À medida que o papel dos pais cresce, as expectativas crescem na mesma proporção, assim como a discrepância entre o que eles sabem e o que eles acham que precisam saber. "Tem tanta coisa para fazer, tanta coisa para comprar," diz Duncan Snowden, um pai de 35 anos de Nova York, que aguarda o primeiro filho. "O sentimento é que o processo será insuperável."

Essas expectativas em alta causam bastante ansiedade para os novos pais. O estudo do BabyCenter revelou que 88% de pais millennials sentem que é minimamente importante ser o 'pai perfeito', uma porcentagem maior do que as mães da mesma geração que se sentem dessa forma sobre o seu próprio papel.¹

Para ajudá-los a chegar lá, os pais mais jovens estão fazendo o que sempre fazem quando precisam de informação: correndo para a internet. Sete em cada dez pais millennials buscam informações sobre a criação dos filhos online. Eles estão encontrando essas informações em momentos de escape durante o dia (e a noite) e usando qualquer tela disponível, geralmente a de um smartphone. O estudo ainda revela que o momento em que 59% dos pais millennials mais usam os seus smartphones é quando estão buscando informações sobre a criação dos seus filhos na internet – mais do que desktop, tablet ou notebook.

88% dos pais millennials sentem que é minimamente importante ser o ‘pai perfeito’, uma porcentagem maior do que as mães da mesma geração.

Nossos dados do Google mostram que buscas por termos relacionados a bebês em dispositivos móveis cresceram 52% nos Estados Unidos, entre os meses de abril de 2014 e 2015. O que esses pais estão buscando nesses momentos mobile? Como? Eles estão encontrando o que procuram? Essas são algumas questões que tentamos responder percorrendo esses momentos para entender um pouco mais o comportamento dos pais Y.

Momentos eu-quero-saber

A chegada de Théo, de apenas um ano, mudou a vida do escritor Bruno Luperi, de 27 anos, que mora em São Paulo. "Não sei dizer se estou usando a internet com mais intensidade desde que meu filho nasceu, mas sei que assisti a muitos tutoriais de massagens, banhos, experiências de outras mães e pais."

Para Bruno, a internet, principalmente o smartphone, é um grande aliado. Não importa qual estágio de paternidade eles se encontram, os homens têm perguntas, e eles não estão necessariamente confiando nas fontes tradicionais para encontrar as respostas. "Pedir ajuda para o meu pai? Nem pensar, seria uma conversa constrangedora demais", conta Duncan dando risada. 45% de pais millennials dependem mais da busca para encontrar informações sobre cuidados com os filhos, mais do que qualquer outro recurso digital.

As buscas ansiosas de Duncan começaram assim que ele soube que a sua esposa estava grávida. Ele leu sobre todos os assuntos, desde planos de nascimento a planos financeiros. Enquanto isso, quando o primeiro filho de Tom nasceu, ele “questionou tudo” e se esforçou para aprender o máximo que podia.

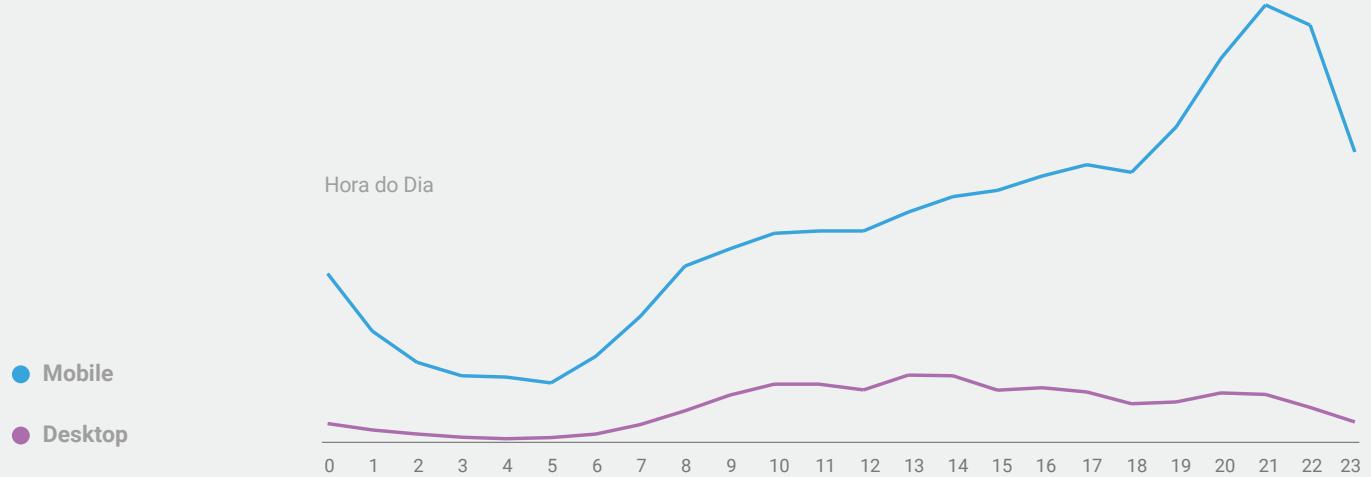
“O hospital foi ótimo em proporcionar todas as coisas básicas, como trocar uma fralda, como enfaixar o bebê, formas diferentes de fazer o bebê arrotar,” ele conta. “Mas eu fazia perguntas que não tinham respostas fáceis. Como fazer o meu bebê sorrir? Meus filhos saberão que é o papai que está segurando eles?”

Quando o bebê chega em casa, os momentos de eu-quero-saber normalmente surgem no meio da madrugada. Dain Van Schoyck, um pai de primeira viagem também de Nova York, descreve as buscas “fora de hora” – de manhã cedo ou na madrugada – sobre a saúde e o desenvolvimento do seu bebê. Ele digitava perguntas como: “Por que ele está chorando no meio da madrugada?” e “Ele está comendo o suficiente?”

Dain não está sozinho. Notamos que a utilização de dispositivos móveis chega ao ápice no período da noite para o tópico de alimentação de bebês e perguntas sobre a hora de dormir. Afinal, se o bebê não dorme, o papai também não.

Mas chega o momento em que os pais têm ainda mais perguntas – quando os seus filhos aprendem as palavras “Por quê?”. Mais da metade de pais millennials disseram que já usaram os seus celulares para encontrar a resposta para uma pergunta feita pelos seus filhos.

Buscas de como-fazer relacionadas à alimentação e à hora de dormir do bebê



Fonte: Dados Google, abril de 2015, EUA.

Momentos de eu-quero-ir

"Imagino que com o tempo passarei a usar ainda mais a internet para ter ideias de atividades ou programas para fazer fora de casa com o meu filho", diz Bruno.

Um motivo pelo qual eles estão utilizando o dispositivo móvel com tanta frequência é porque os papais de primeira viagem estão em constante movimento e procurando por atividades em seus arredores e produtos de bebê. Zack Yorke, de 33 anos, usa o seu celular para responder perguntas imediatas quando está sem tempo, o que acontece na maioria das vezes.

Em um dia normal com seu bebê de 2 anos de idade, ele corre de uma atividade para outra em Nova York e depende do celular para planejar o seu próximo passo. “Estou verificando os horários comerciais, até que horas a piscina do centro comunitário fica aberta, quais são os restaurantes familiares por perto, se existem atividades na biblioteca ou no museu do Brooklyn, coisas assim,” diz ele.

Os momentos eu-quero-ir ocorrem até mesmo antes da chegada do bebê. Adam G. de Boston, nos EUA, utilizou o seu smartphone recentemente para encontrar o pretzel com recheio de creme de amendoim e cobertura de chocolate que a sua esposa grávida tanto desejava. “Fiz uma busca rápida no celular para ver onde conseguiria encontrá-lo em algum lugar por perto”, disse ele. “No final, descobri que a loja Trader Joe’s vende esses pretzels. Eles tinham boas resenhas, então saí para comprá-los.”

Isso não é apenas uma coisa de pai. As pessoas estão usando mais o recurso de busca local para encontrar coisas nos seus arredores. O nível de interesse de busca no Google por “perto de mim” aumentou 34 vezes desde 2011 e praticamente duplicou desde o ano passado. A maioria vem de dispositivos móveis – 80% no quarto trimestre de 2014.⁵

Momentos eu-quero-fazer

“A internet tem me ajudado e muito. Antes de minhas filhas nascerem, pesquisei sobre parto de gêmeos e como recebê-las em casa; se as colocava no mesmo quarto ou separadas, no mesmo berço ou em dois”, conta o empresário Freddy Hermann, de São Paulo, pai das gêmeas Manu e Sofie de 1,3 ano.

No momento que um homem descobre que vai ser pai, ele tem de fazer diversas coisas que nunca fez ou pensou antes. De repente, ele precisa saber como manter a casa segura para o bebê, como fazer o bebê arrotar, como esquentar a mamadeira e por aí vai. Aprender a fazer todas essas coisas costumava levar muito tempo, mas hoje os pais podem descobrir tudo isso em um estalo.

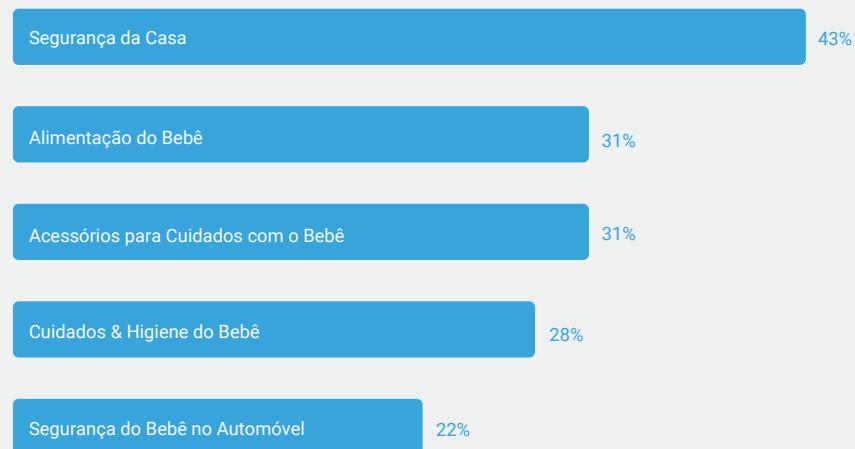
99% dos usuários de smartphones recorrem aos seus dispositivos para buscar ideias enquanto completam uma tarefa. E no universo móvel, buscas de como-fazer relacionadas ao bebê estão crescendo 49% ao ano.

Esses momentos de eu-quero-fazer mudam ao longo do tempo da paternidade. Quando Tom descobriu que a sua mulher estava grávida, começou a fazer buscas relacionadas ao “quarto do bebê” (buscas de “pintura de parede”, “novas janelas para um quarto silencioso” e “quadros para decorar”). Agora que os seus filhos estão mais velhos, ele normalmente busca por questões de saúde no seu dispositivo móvel, como “como tirar areia de um corte”. E para vários outros pais, o dispositivo móvel tornou-se o novo manual de instrução. Um em cada três pais já usou o smartphone para ajudar a instalar ou montar um produto que ele comprou para o seu filho.

Os vídeos online são particularmente úteis para pais com falta de tempo e em busca de respostas rápidas. Notamos que buscas relacionadas a bebês no YouTube estão crescendo (veja a tabela) e o tempo de visualização de vídeos de criação duplicou no último ano. “Eu geralmente prefiro assistir a um vídeo rápido de cinco minutos do que ler alguma coisa,” diz Duncan. O pai de primeira viagem, Dain, usa o YouTube para encontrar instruções passo a passo para aprender como colocar o portador de bebê ou como melhor enrolar a manta no bebê.

Diversos pais millennials buscam vídeos sobre dicas de criação (62%), saúde do bebê (59%), resenhas de produtos (55%) e gravidez/desenvolvimento do bebê (46%).

Crescimento de buscas no YouTube na categoria de bebês (a.a.)



Fonte: Dados YouTube, abril de 2015, EUA.

Momentos eu-quero-comprar

"Eu estou sempre comprando pela internet, de fraldas a roupas e brinquedos para minhas filhas", diz Freddy, que utiliza o smartphone para 80% dessas tarefas.

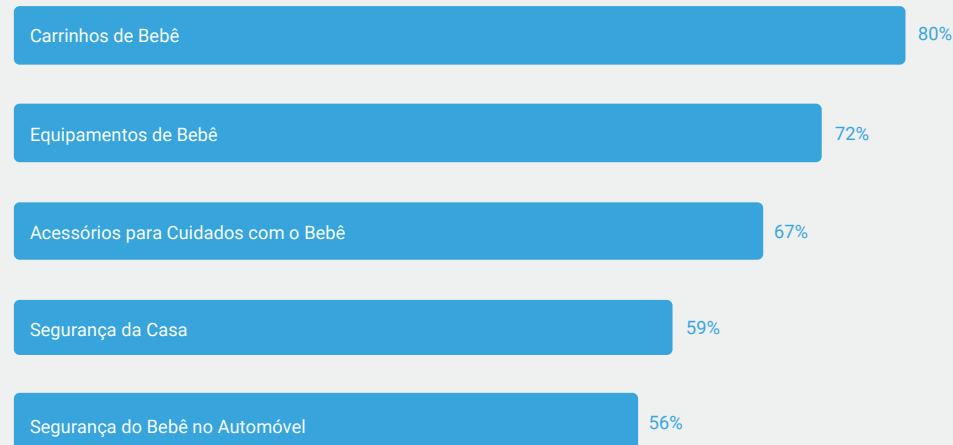
À medida que os pais dividem as responsabilidades, a lista de compras também é compartilhada. Sete em cada dez pais millennials dizem que ajudam com essas tarefas.

Nos seus smartphones, os pais podem eliminar decisões de compra em pequenos momentos todos os dias. Por exemplo, enquanto espera na fila por um sanduíche no horário de almoço, um dos pais que espera o seu bebê, Duncan, geralmente faz uma busca por algo que precisa comprar. "No momento, é um carrinho de bebê," diz. Mas ele não está sozinho: buscas por "carrinhos de bebê" em dispositivos móveis cresceram 80% no último ano, enquanto a busca por "equipamento de bebê" aumentou 72%.

Ao decidirem o que comprar, os pais millennials estão mais preocupados com segurança, marcas que oferecem ótimo valor e boas resenhas de produto online.

Novos pais também fazem compras online após a chegada do bebê – de tudo, desde comida até serviços financeiros. O dispositivo móvel oferece acesso constante a esse tipo de informação e pode ter uma grande influência no que eles acabam comprando – até mesmo se eles já tiverem comprado. Faltava apenas um mês para Adam e a sua esposa terem o primeiro filho quando eles estavam comprando o assento de automóvel para bebês. "Compramos um e logo depois encontrei o mesmo em promoção olhando no meu celular. Então, decidimos recomprá-lo," ele relata. "Fiquei bem feliz. Economizei cerca de 30 dólares."

Crescimento de buscas em dispositivos móveis na categoria de bebês (a.a.)



Fonte: Dados Google, abril de 2015 versus abril de 2014, EUA.

Não há conteúdo suficiente com foco nos pais na internet

Independentemente de quanto eles dependem da web, os pais da geração Y não estão encontrando a quantidade de conteúdo relevante que gostariam. Pouco mais da metade (58%) diz que não há o suficiente ou há apenas pouco mais do que o suficiente de conteúdo com foco nos pais na internet, e 69% dizem que gostariam que houvesse mais conteúdo de criação disponível para pais na internet.

Quando eles encontram conteúdo, os pais com quem conversamos estavam geralmente decepcionados com a experiência de usuário no dispositivo móvel.

Alguns disseram trocar para o desktop simplesmente por esse motivo. “Alguns sites não são otimizados para o dispositivo móvel e são muitos detalhes, então fica difícil de ler,” conta Duncan. “Existe muita informação minúscula naqueles blogs comparativos e sites de fabricantes.”

Não há dúvida de que a experiência no dispositivo móvel é importante para qualquer um que deseja atingir esses jovens pais. O recurso de criação online, Fatherly, relata que 75% do seu tráfego é oriundo de dispositivos móveis.

“O consumo de mídia dirigida aos pais ou seu comércio não é uma experiência que acontece em momentos tranquilos. Normalmente, ela ocorre ao mesmo tempo em que se está correndo atrás de uma criança com o celular em uma mão enquanto tenta fazer o bebê no outro quarto parar de chorar”, diz Mike Rothman, co fundador da Fatherly. “Precisamos nos adequar a essa janela de oportunidades, caso contrário, estamos prestando um desserviço ao nosso consumidor.”

O momento em que 59% de pais millennials mais usam os seus smartphones é quando estão buscando informações sobre a criação dos seus filhos – mais do que desktop, tablet ou notebook.

O momento perfeito para ganhar a fidelidade do consumidor

Marcas que entendem essas janelas de oportunidade, esses micro-momentos, ganharão os corações e as mentes de um público altamente valioso. Os pais millennials não só fazem parte das compras de casa, eles têm a maior influência sobre as grandes compras, como aparelhos eletrônicos e serviços financeiros. E a partir do dia que

começam uma família, vários deles relataram alterar as suas escolhas de marca de uma gama de produtos, particularmente nos setores de alimentos/bebidas/supermercados e produtos de limpeza.¹

"Anunciantes nesses setores deveriam pensar em alcançar tanto as mães quanto os pais se eles quiserem tirar proveito dessa importante fase de vida, quando novos produtos estão sendo comprados e novas fidelidades de marca estão sendo firmadas," diz Michaelson do site BabyCenter.

Ocorre também uma mudança cultural ainda maior que as marcas não podem ignorar. "Eu acho que você pode olhar para o Super Bowl deste último ano e entender o número de anúncios direcionados aos pais como prova de que os anunciantes estão reconhecendo que a dinâmica da família americana está mudando," diz Rothman da empresa Fatherly.

E agora, as marcas ainda têm a oportunidade de se destacar e parecerem atrativas para os pais. Rothman continua: "Enquanto as mães são submersas de mensagens de marketing e socializam muitas das suas decisões de compra com antecedência com outras mães, seja online ou em pessoa, os homens estão tomando mais decisões ou influenciando essas decisões com bem menos informações na ponta dos dedos. Como resultado, os homens tendem a ser mais receptivos às mensagens de marketing, uma vez que essas mensagens naturalmente geram maior conscientização".

Tom, o personagem que abriu o nosso artigo, percebeu que existem "10 milhões de maneiras de criar um ótimo filho," e ele precisa encontrar o próprio caminho. Enquanto isso, ele busca inspiração em todos os lugares – sites, programas de TV, livros, marcas – acessando a internet constantemente para buscar mais a fundo, aprender mais e se tornar "o melhor pai do mundo".



Allison Mooney

Redatora Chefe, Think with Google e Diretora de Tendências & Insights, Google



Jennifer Fernandez

Insights Analíticos de Marketing, Google

Fontes

1 BabyCenter, Estudo sobre Pais Millennials, junho de 2015, com base na população dos Estados Unidos, homens de 18 a 54 anos, esperando um filho ou com pelo menos um filho de 0 a 5 anos de idade, n=1.250; pais millennials definidos como 18 a 34 anos, n=583.

2 Dados Google, abril de 2014 e abril de 2015, EUA.

3 Google Pesquisa do Consumidor, maio de 2015, com base na população dos Estados Unidos, n=1.233.

4 Tendências Google, março de 2015 vs. março de 2014, EUA.

5 Dados Google, quarto trimestre de 2014, EUA.

6 "Consumidores no Micro-Momento," Google/Ipsos, março de 2015, EUA. Com base em usuários da internet, n=5.398.

7 Dados Google, abril de 2015, EUA. A classificação de uma busca "como fazer" considera buscas que incluem os termos "como fazer" e "tutorial" e podem não incluir todas as buscas de "como fazer" no Google.

8 Google Pesquisa do Consumidor, abril de 2015, com base na população dos Estados Unidos, n=739.

9 Dados YouTube, janeiro-maio 2014 e janeiro-maio 2015, EUA.

10 Dados Google, abril 2014 e abril 2015, EUA.