



O NOVO UNIVERSO MULTITELAS



entendendo o comportamento **do consumidor multiplataforma**

junho.2013

1990s

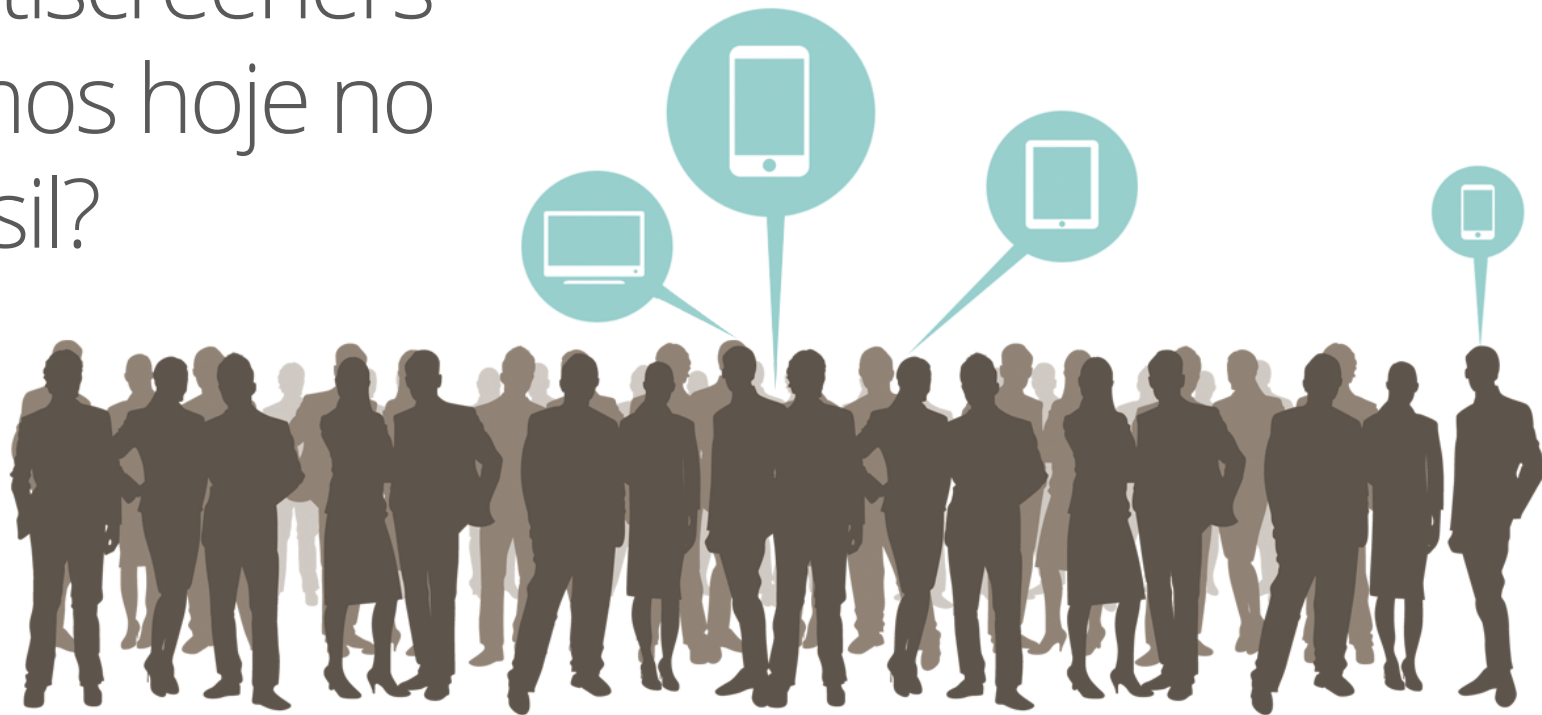


2010s



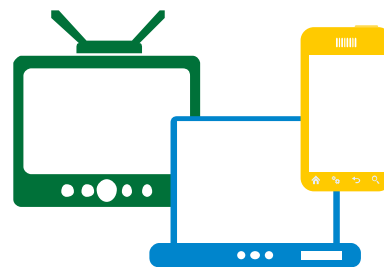
Quanto
Multiscreeners
somos hoje no
Brasil?

Google



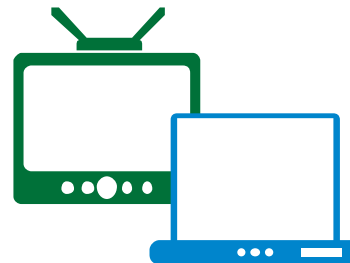
Na população online, já somos:

Google



30%

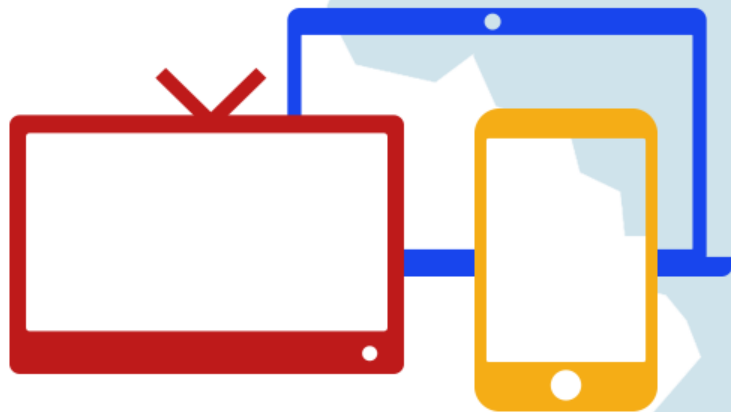
3 Screeners
ou **31**
milhões de
pessoas



63%

2 Screeners

31 milhões
de brasileiros
já possuem
3 telas



TV • computador • Smartphone

Google





2X mais

Indivíduos multiscreeners que nestes países:

UK • Espanha • Itália • França





**E em número
absoluto**
Ou todos esses países



População Geral*

Número absoluto e % de
Multiscreeneers,
respectivamente



190.733

30.517

16%



53.010

16.963

32%



16.690

4.339

26%



47.270

16.072

34%



60.740

15.792

26%



65.430

19.629

30%

81.800

22.904

28%



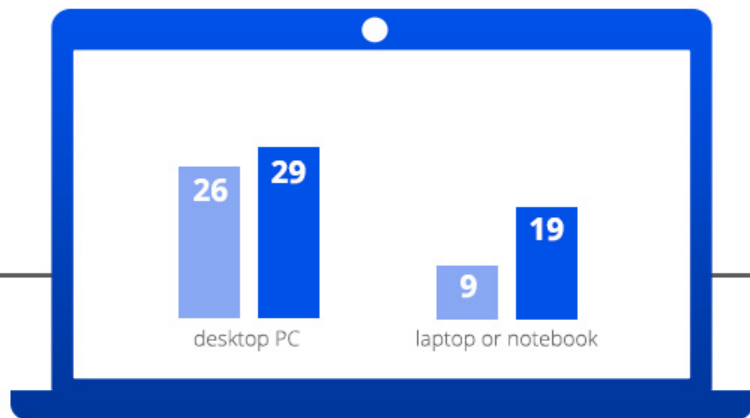
Rápido crescimento e adoção das **múltiplas telas**...

Google

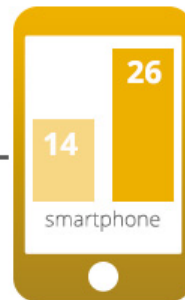
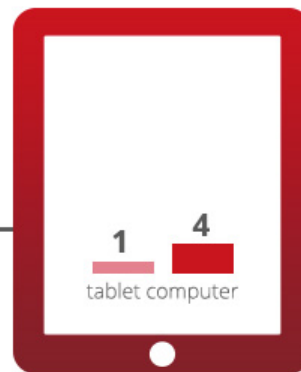


Desktop – Crescimento 12%

Laptop – Crescimento 111%



Crescimento
86%



Crescimento
de **300%**

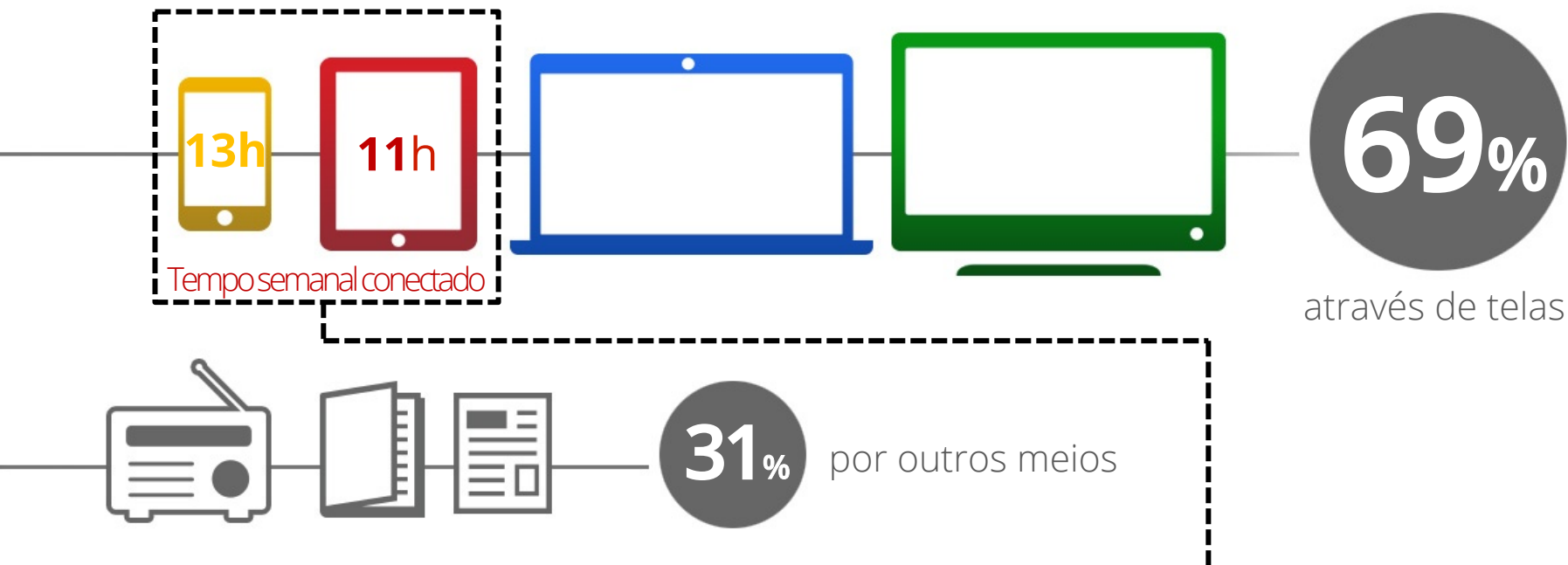
E rápido desenvolvimento da **mobilidade**



Por que, Como,
Quando, Onde

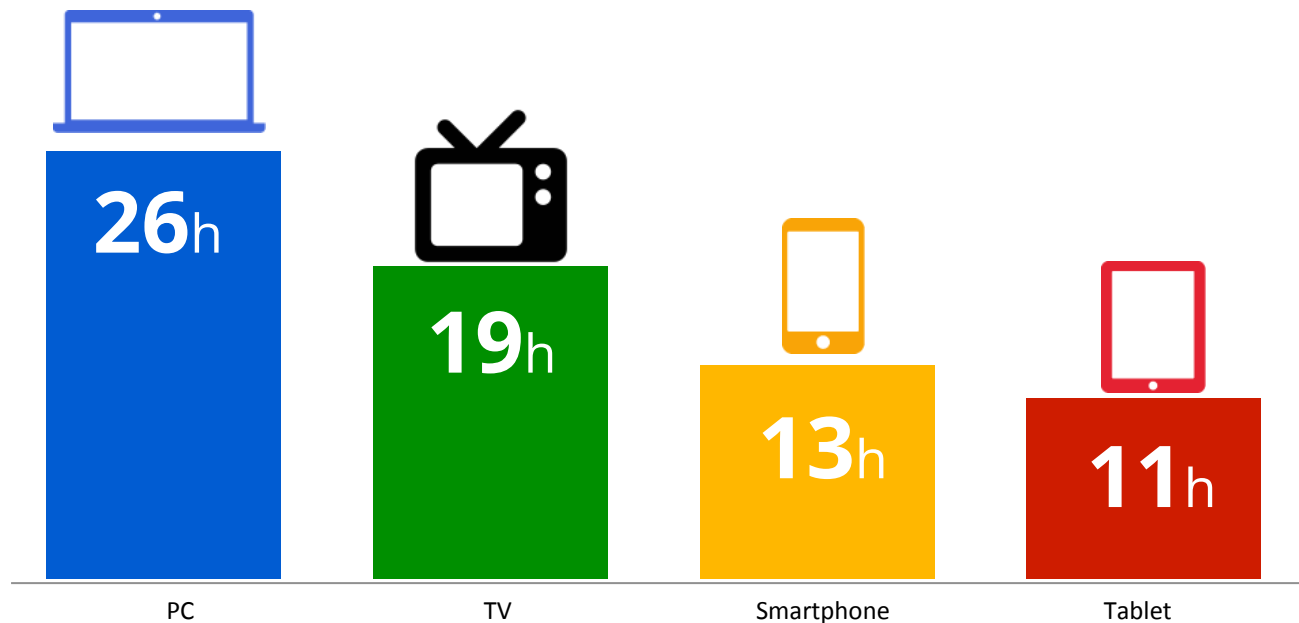


A maior parte da nossa exposição às mídias é através de telas



E dispositivos móveis já se tornaram parte indispensável de nossas vidas

Média de Horas semanais por tela



8 horas /dia
dormindo



quase **metade** do dia
junto às telas



Como combinamos as telas?



Há 2 tipos de uso **multi-screening**



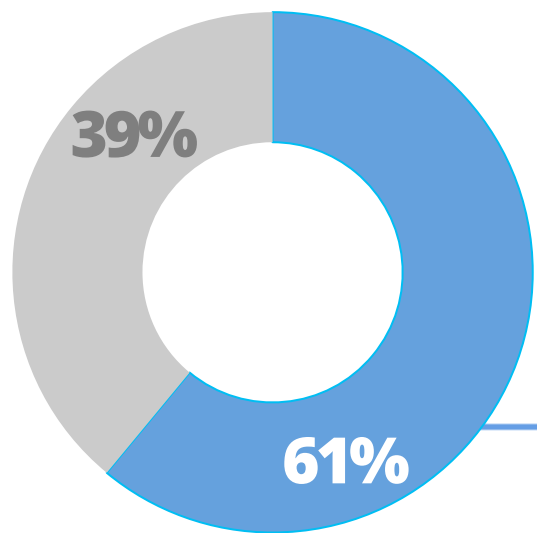
Uso Sequencial

Ir de um aparelho para outros de diferentes maneiras para realizar uma atividade



Uso Simultâneo

Uso de mais de um aparelho ao mesmo tempo para atividades relacionadas ou não



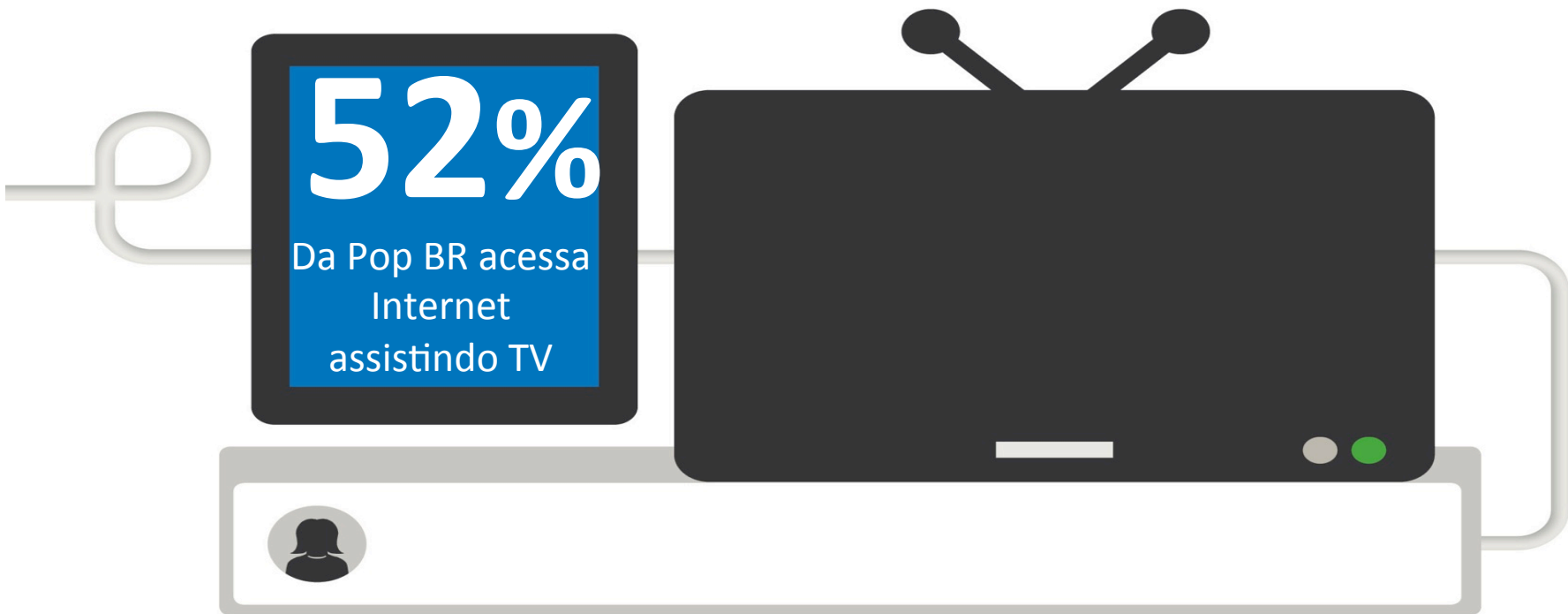
Brasileiro tem um comportamento multi telas **mais simultâneo**



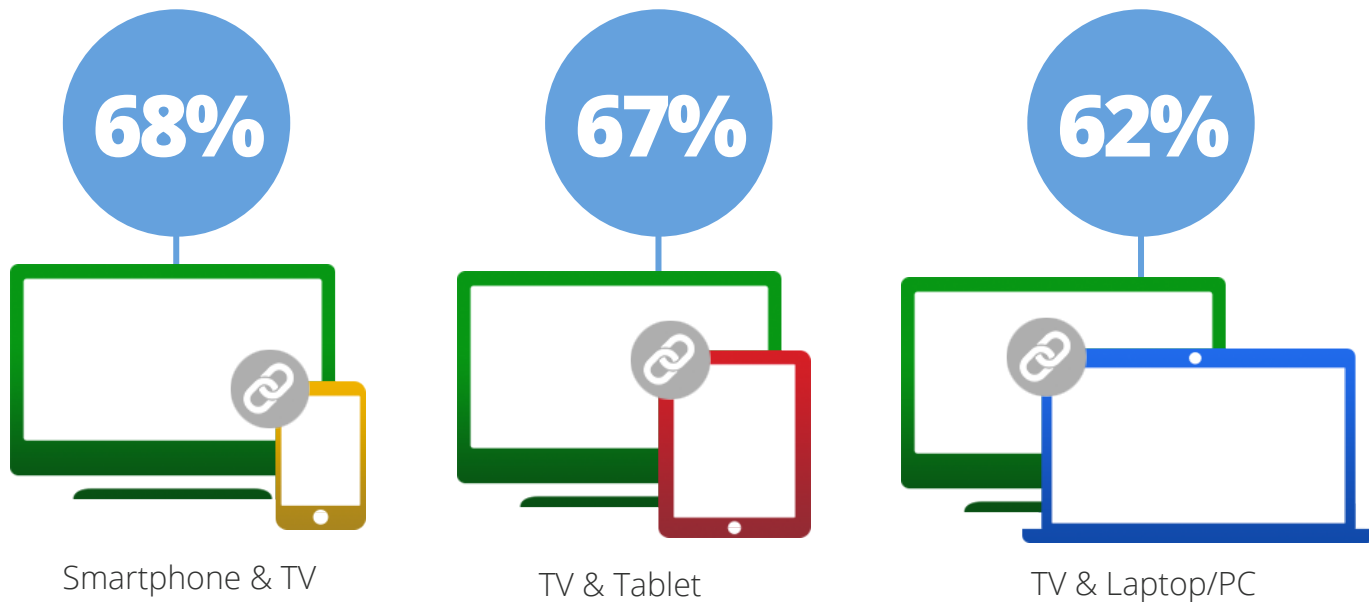
■ sequencial ■ simultâneo

Assistir **TV** deixou de ser uma atividade que comanda
nossa atenção completa

Google



TV é a tela **mais consumida** de forma **simultânea**,
com outros devices

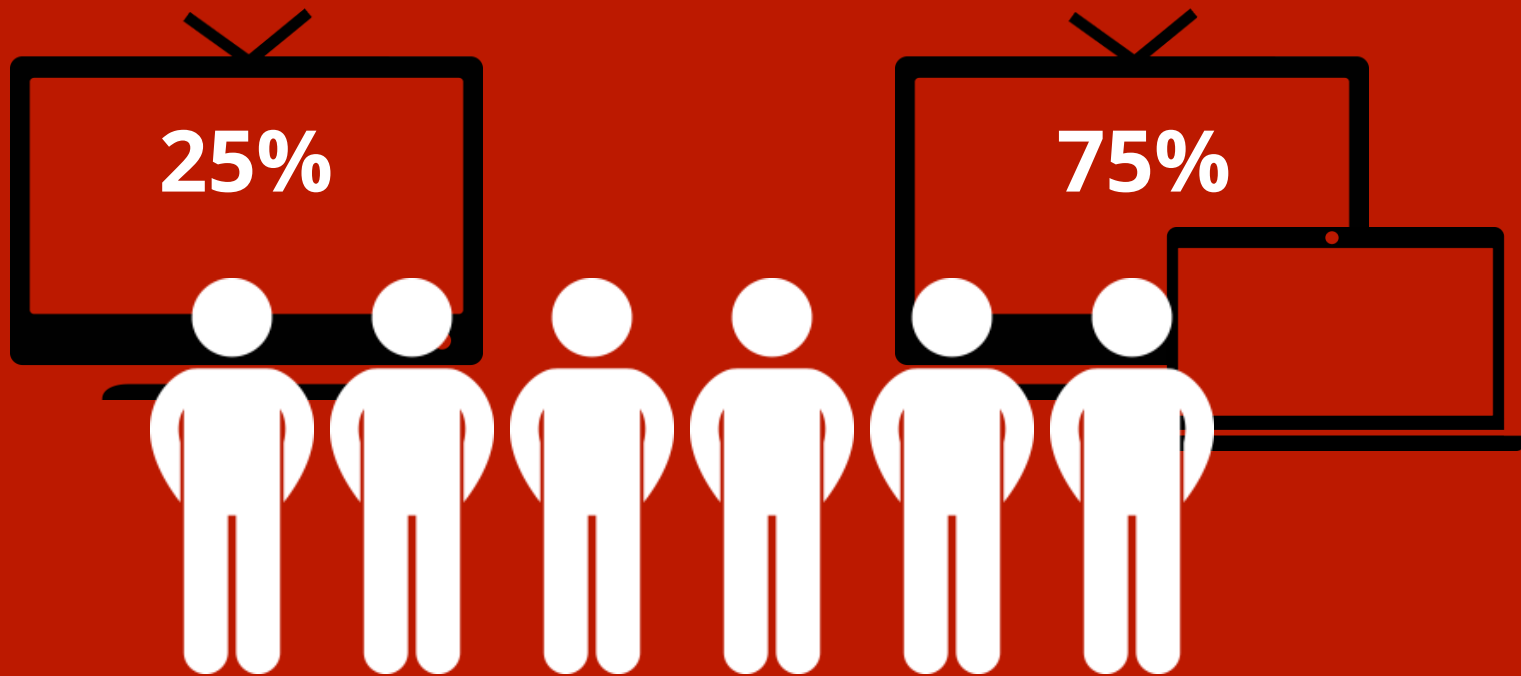


Smartphone & TV

TV & Tablet

TV & Laptop/PC

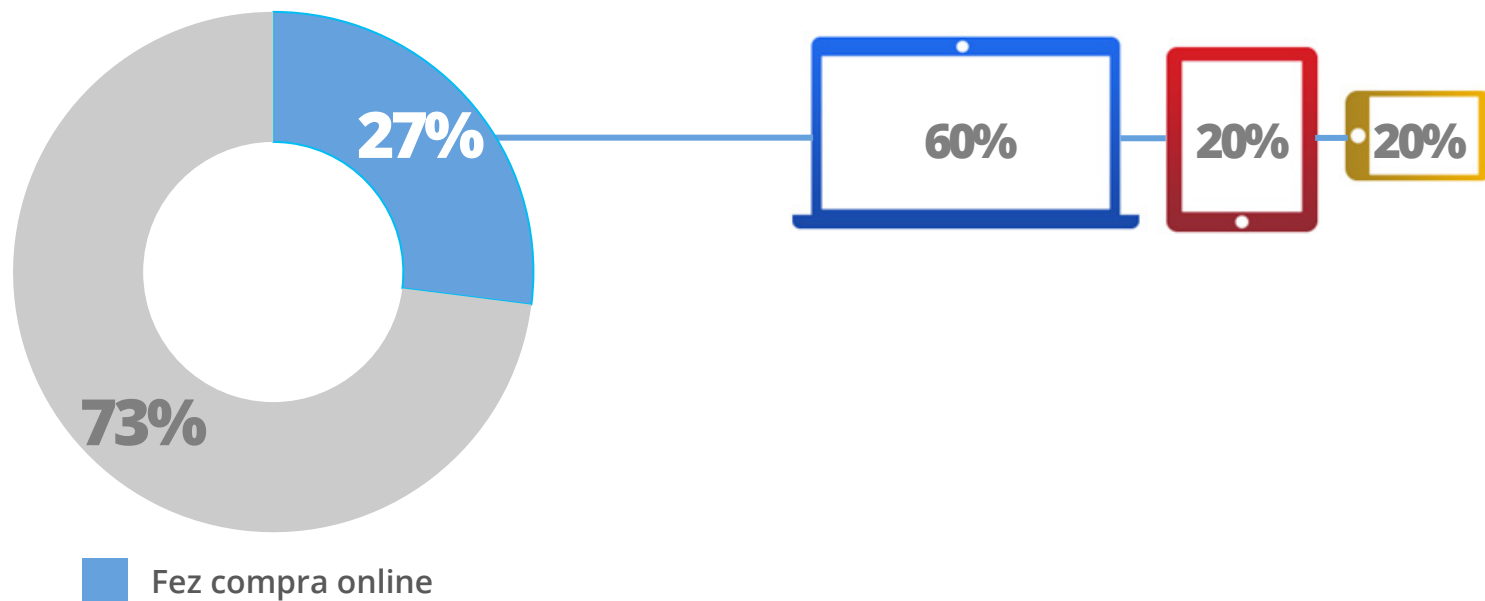
Durante os comerciais na TV, os multiscreeners...



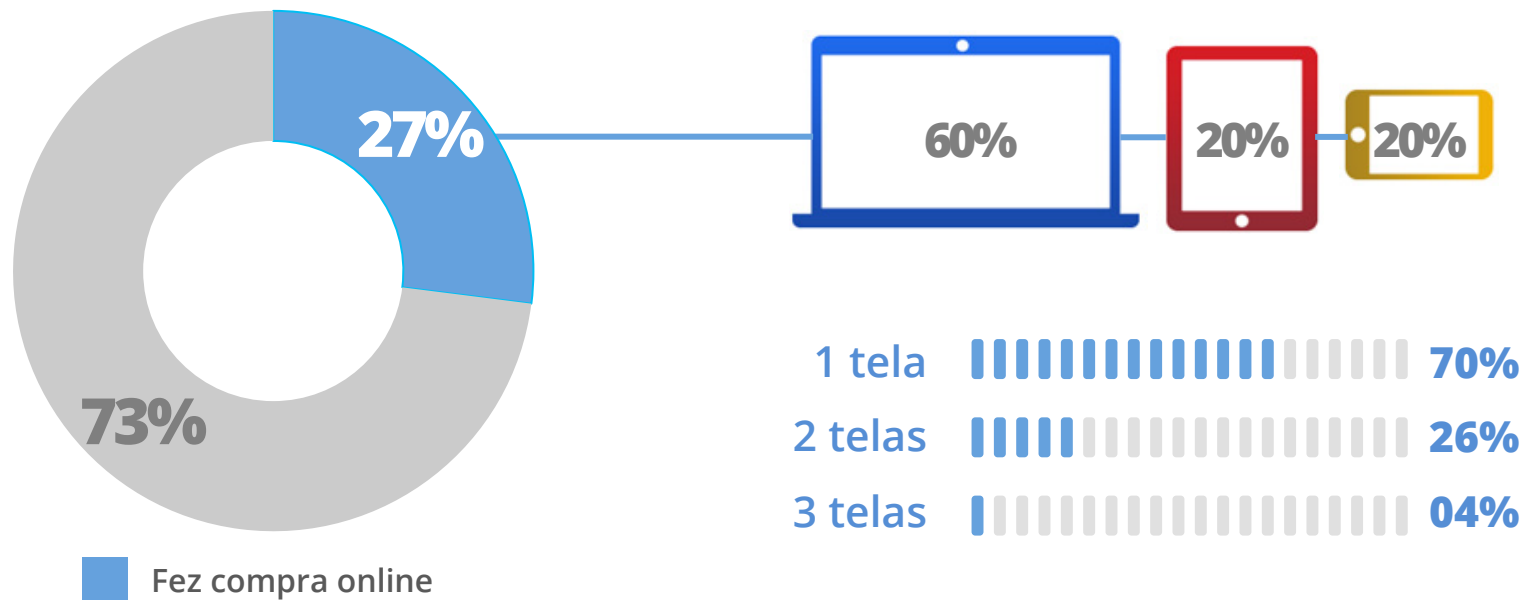
assistem TV de
maneira exclusiva

estão conectados
à internet

27% dos multiscreeners fazem compras online



30% dos consumidores usam **mais de um device** para finalizar compras





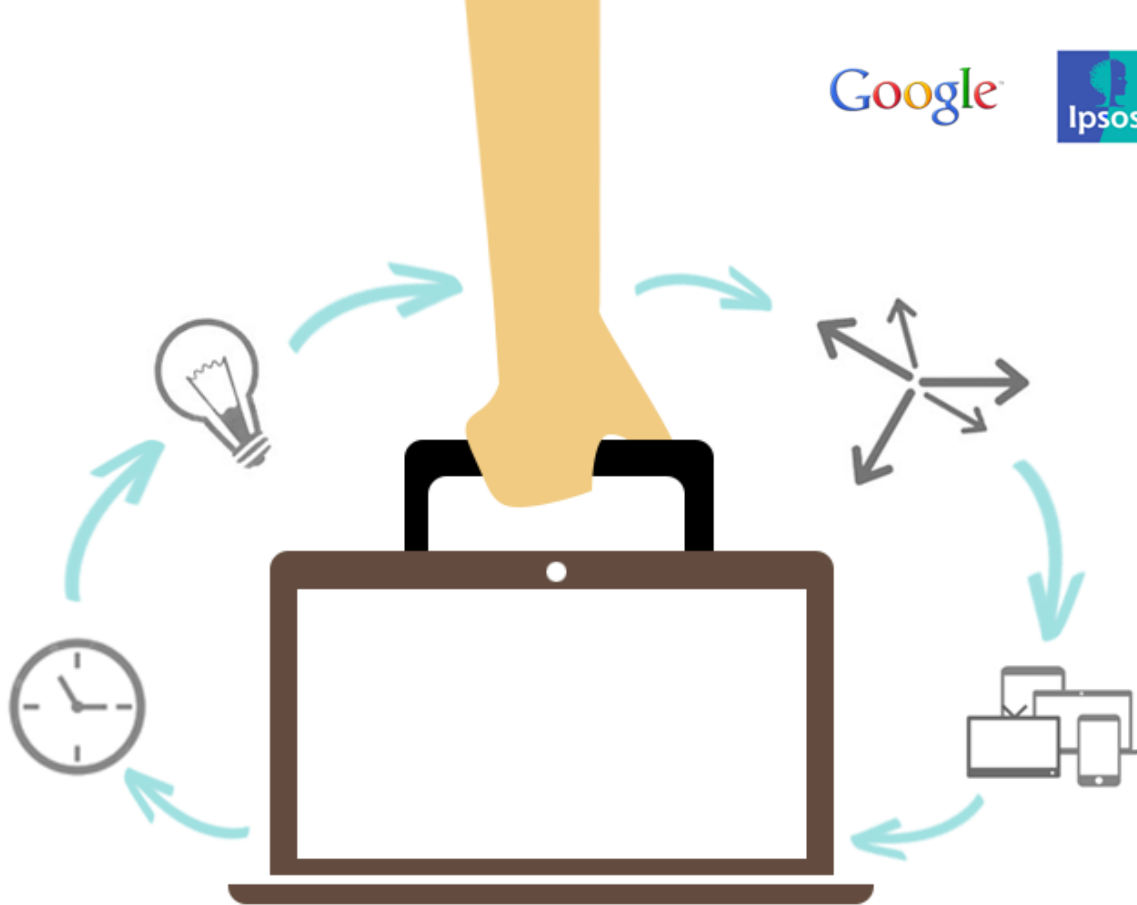
Entre os que usam mais de uma tela,
aproximadamente

1/3 recorrem ao Google como
principal ponte na troca de telas

Principais Insights

E afinal... Quais são
**implicações desse
novo
comportamento,**

Para nós e nossos
clientes ?



1

Momento de **SHIFTING** no
Comportamento do Consumidor:
de sessões online...

Para **Constant Connectivity**



2

Apontamento Claro de Rápido Crescimento desse Novo Comportamento Multiscreening, alavancado pelo crescimento da Mobilidade do Consumidor



3

Mudança na relação do consumidor com TV:

- O consumidor, hoje, assiste TV e navega na Internet ao mesmo tempo
- Divisão da Atenção com pelo menos mais uma tela
- Grande Dispersão durante os Comerciais → momento de maior interatividade com outras telas
- TV Regular como “Evento Programado” e Crescimento da busca pela experiência personalizada
- Grande Oportunidade de Sinergia dos conteúdos - entre TV e outras Telas



4

Além de Busca, **YouTube** e **Redes Sociais** são os grandes elos de sinergia com os conteúdos de TV: **qualificação** e **amplificação** da mensagem



5

Jornada de Compra também começa a ser uma experiência Multi Telas

Busca online é uma ferramenta **Importante, que conecta** essas etapas



