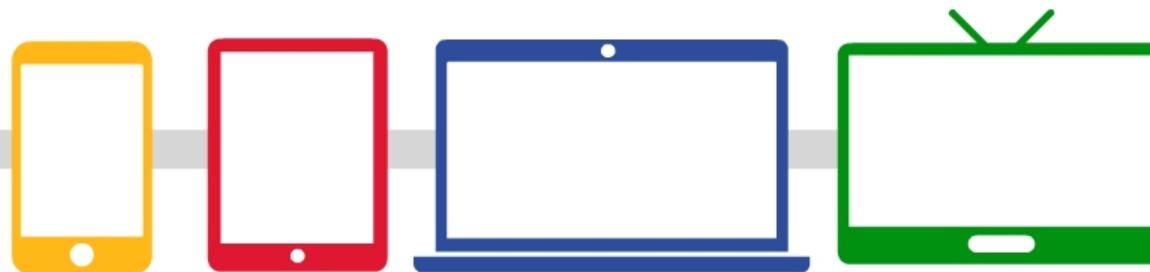
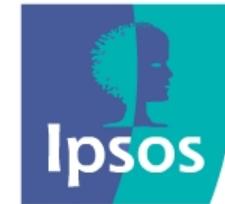




# O NOVO UNIVERSO MULTITELAS



entendendo o comportamento **do** consumidor **multiplataforma**

junho.2013

# 1990s



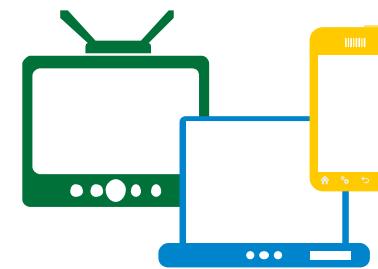
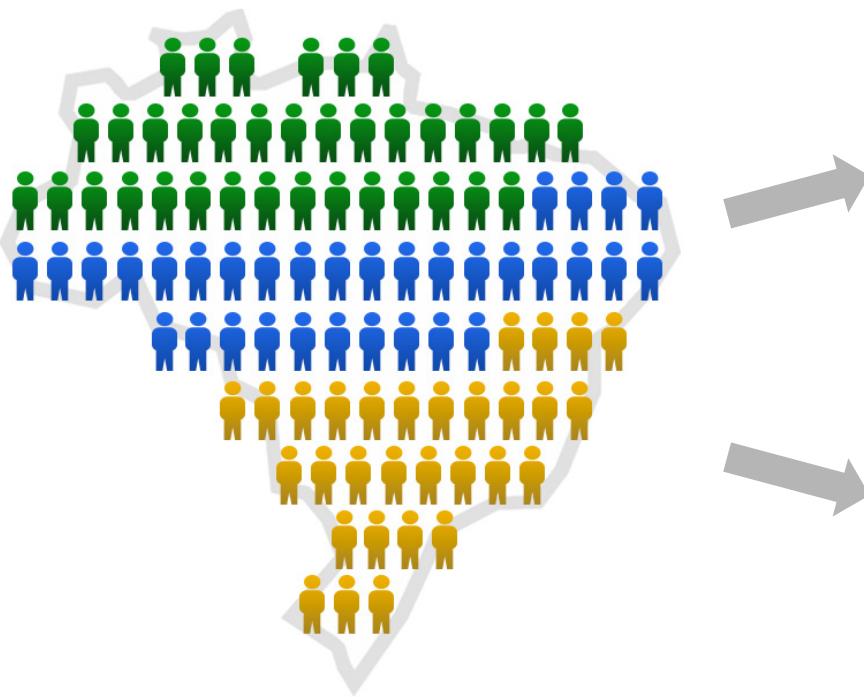
2010s



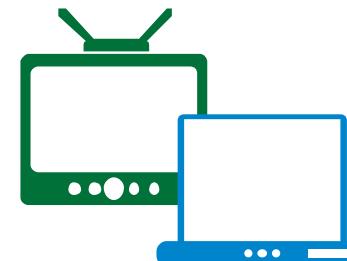
# Quantos Multiscreeners somos hoje no Brasil?



Na população online, já somos:



**30%**  
3 Screeners  
ou **31**  
**milhões de**  
**pessoas**



**63%**  
2 Screeners

**31 milhões**  
de brasileiros  
já possuem

**3 telas**



TV • computador • Smartphone





2X mais

The word "2X" is in a large yellow font, followed by the word "mais" in a smaller yellow font. To the right of the text is a light gray silhouette of the map of Europe. Specific countries are highlighted in orange: the United Kingdom, Spain, Italy, and France. The rest of the European map is in white.

Indivíduos multiscreeners que nestes países:

UK • Espanha • Itália • França





## E em número absoluto

Ou todos esses países

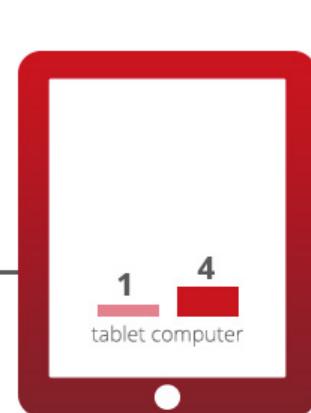
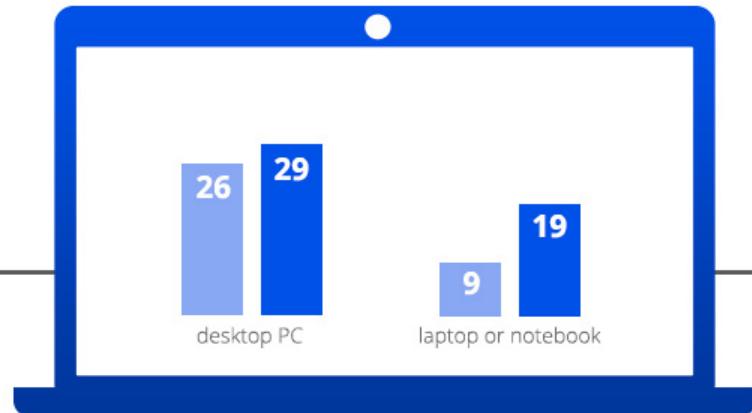
População Geral\*

	População Geral*	Número absoluto e % de Multiscreneers, respectivamente
	<b>190.733</b>	<b>30.517</b> 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**...



**Desktop** – Crescimento 12%  
**Laptop** – Crescimento 111%



Crescimento  
**86%**



Crescimento  
de **300%**

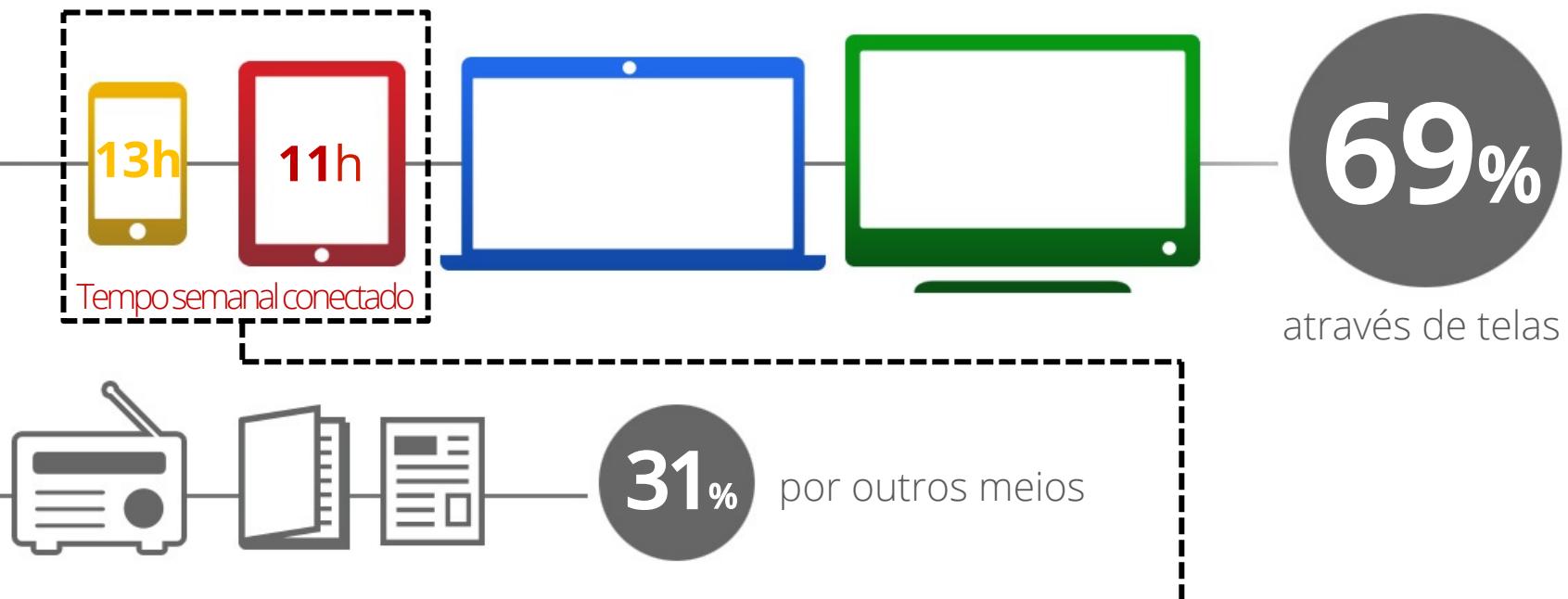
E rápido desenvolvimento da **mobilidade**



Por que, Como,  
Quando, Onde

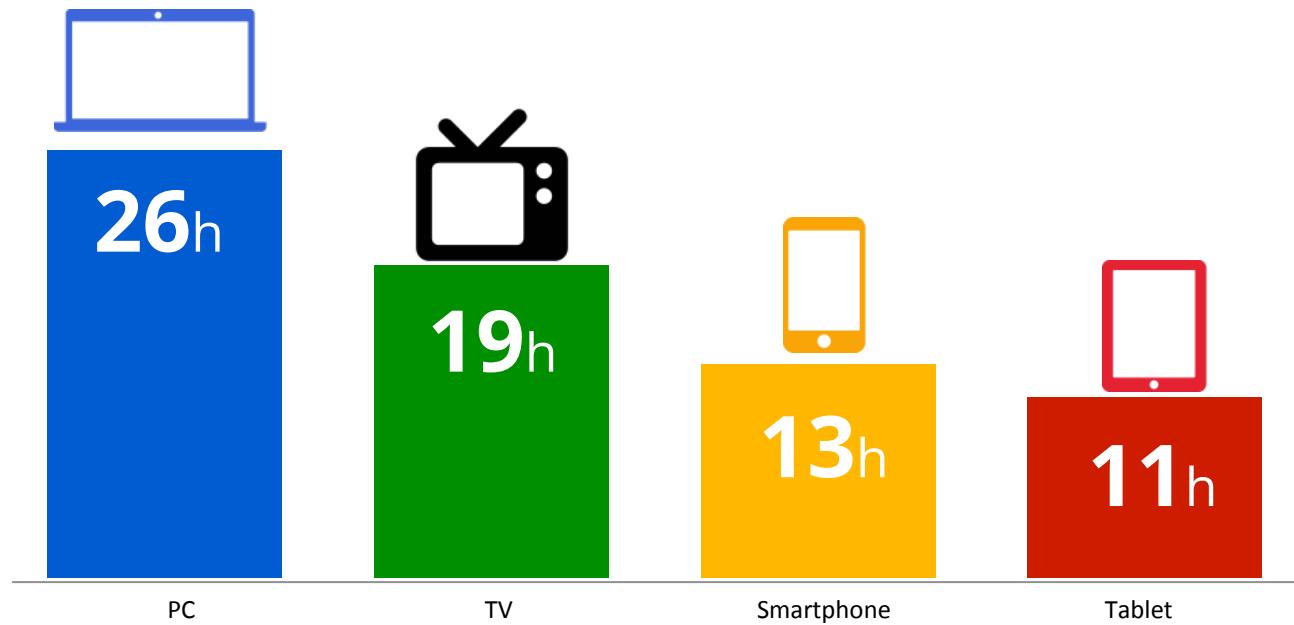


A maior parte da nossa exposição às mídias é através de telas

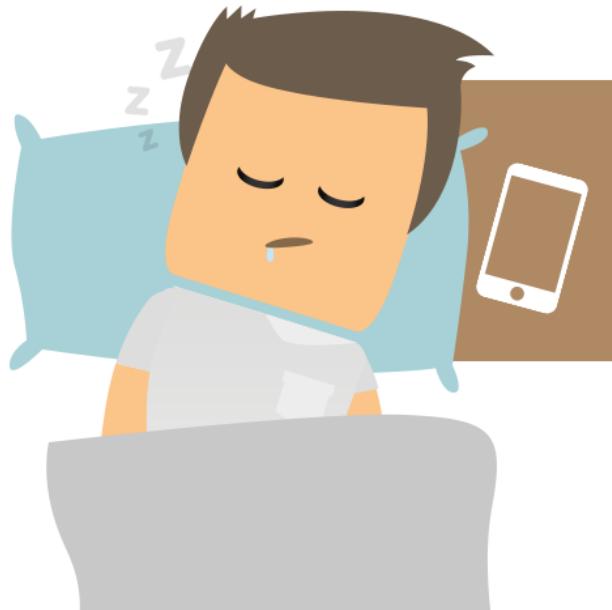


E dispositivos móveis já se tornaram parte indispensável de nossas vidas

# Média de Horas semanais por tela



8 horas /dia  
dormindo



quase metade do dia  
junto às telas



# Como combinamos as telas?

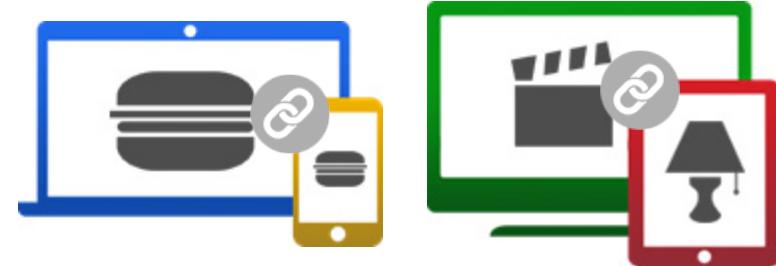


Há 2 tipos de uso **multi-screening**



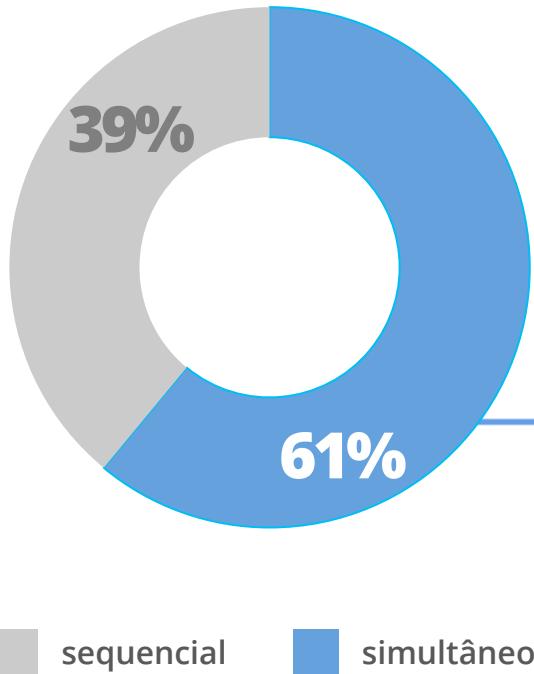
### **Uso Sequencial**

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

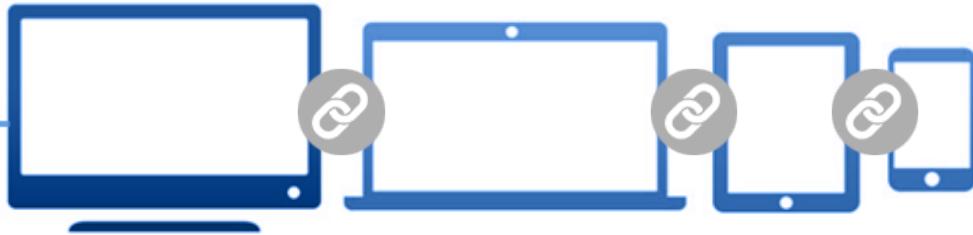


### **Uso Simultâneo**

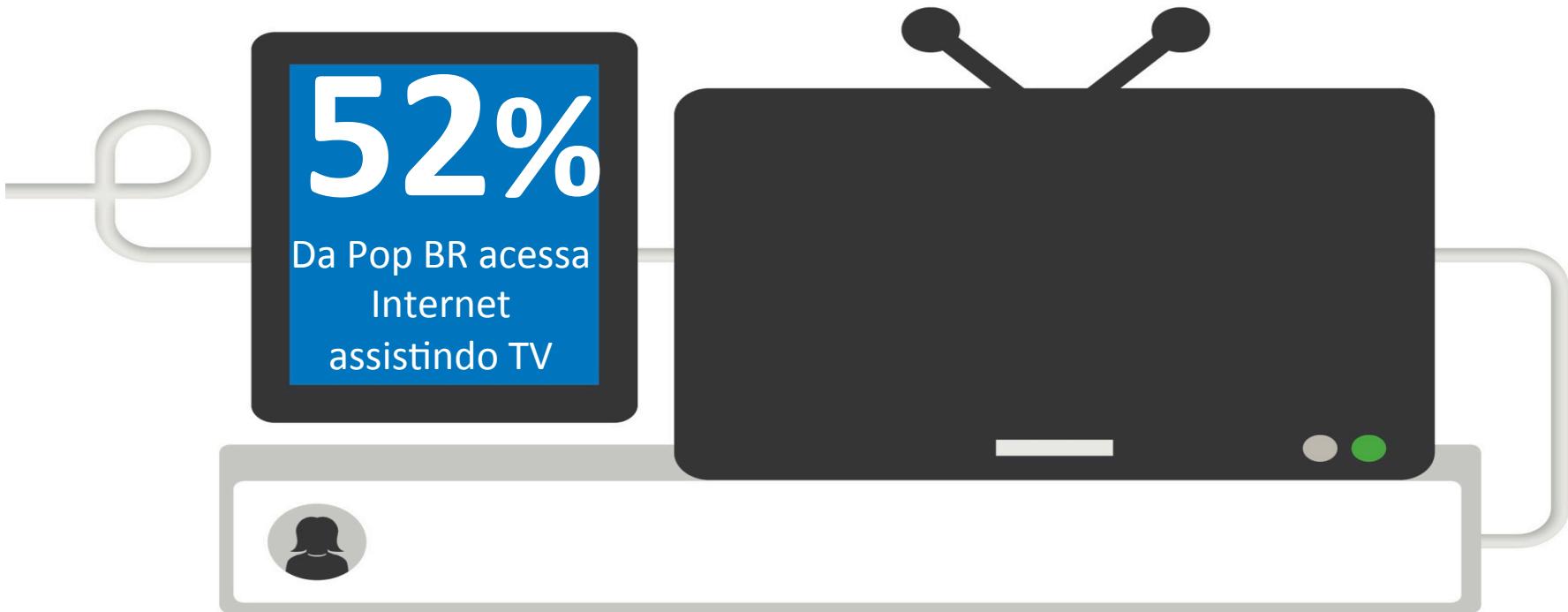
Uso de mais de um aparelho ao mesmo tempo para atividades relacionadas ou não



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

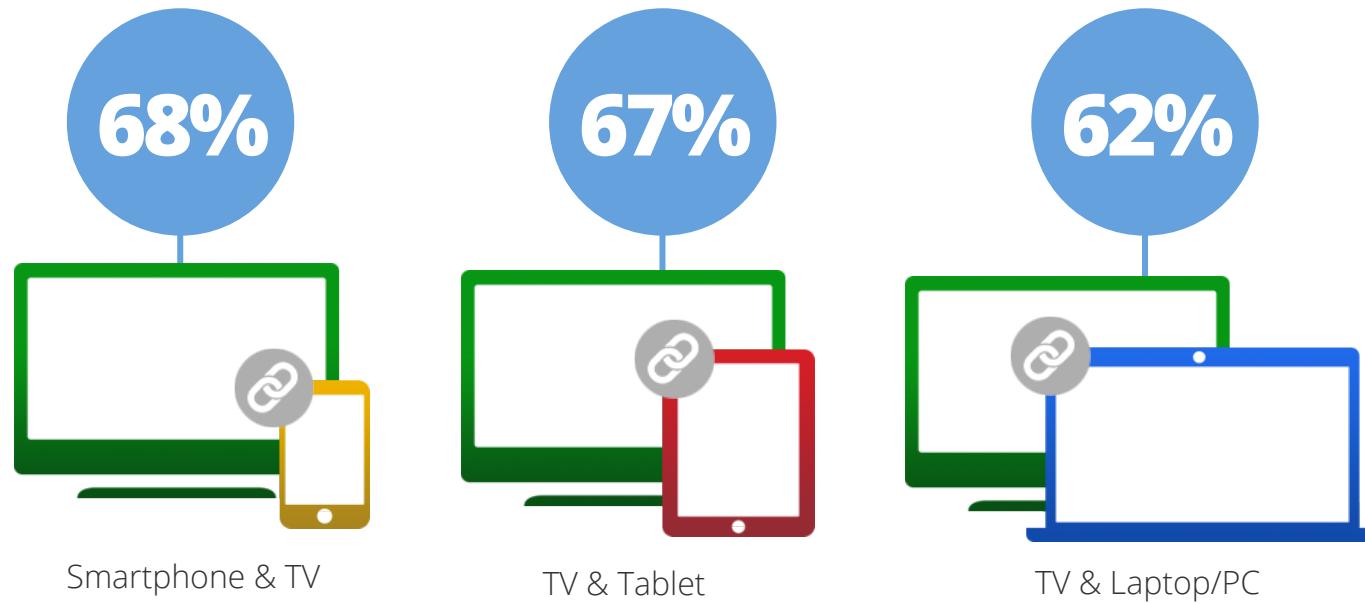


Assistir **TV** deixou de ser uma atividade que comanda  
nossa atenção completa

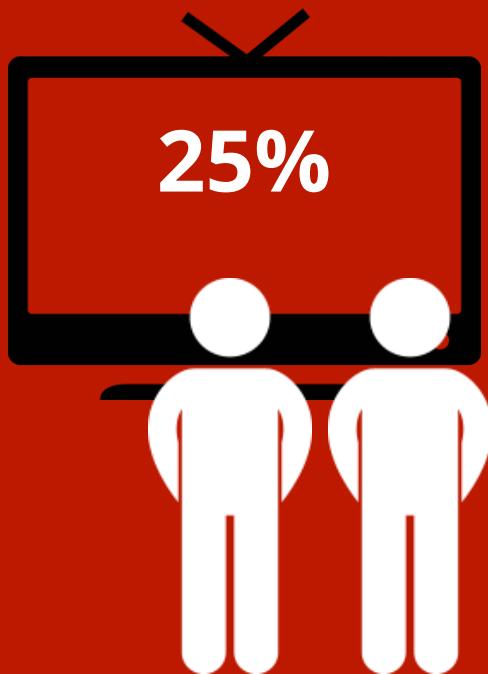


Fonte: Enumeration Study 2013 (TNS)

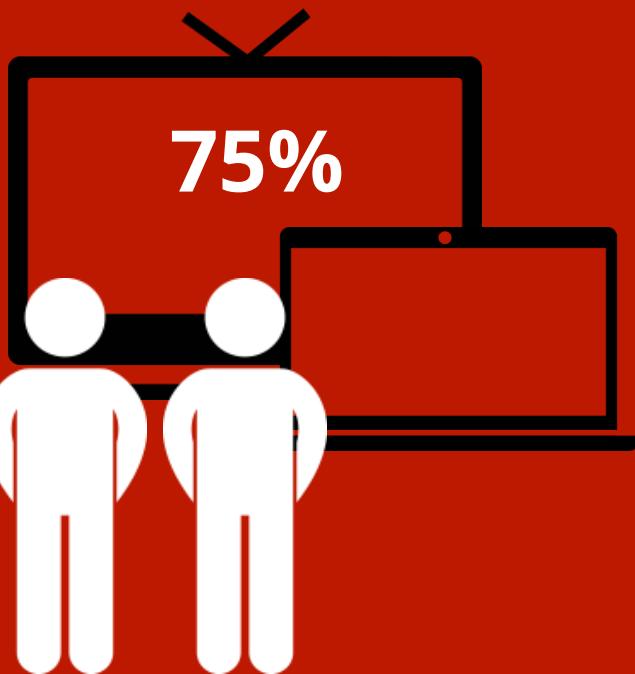
TV é a tela **mais consumida** de forma **simultânea**,  
com outros devices



Durante os comerciais na TV, os multiscreeners...

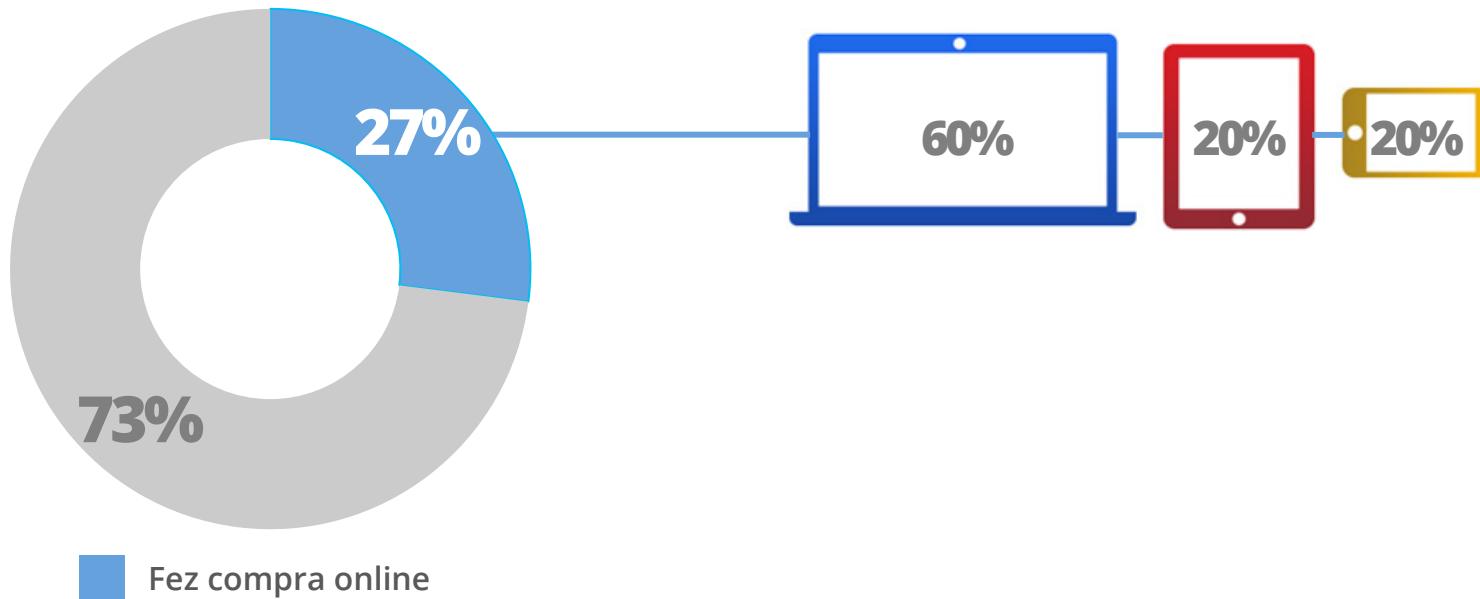


assistem TV de  
maneira exclusiva

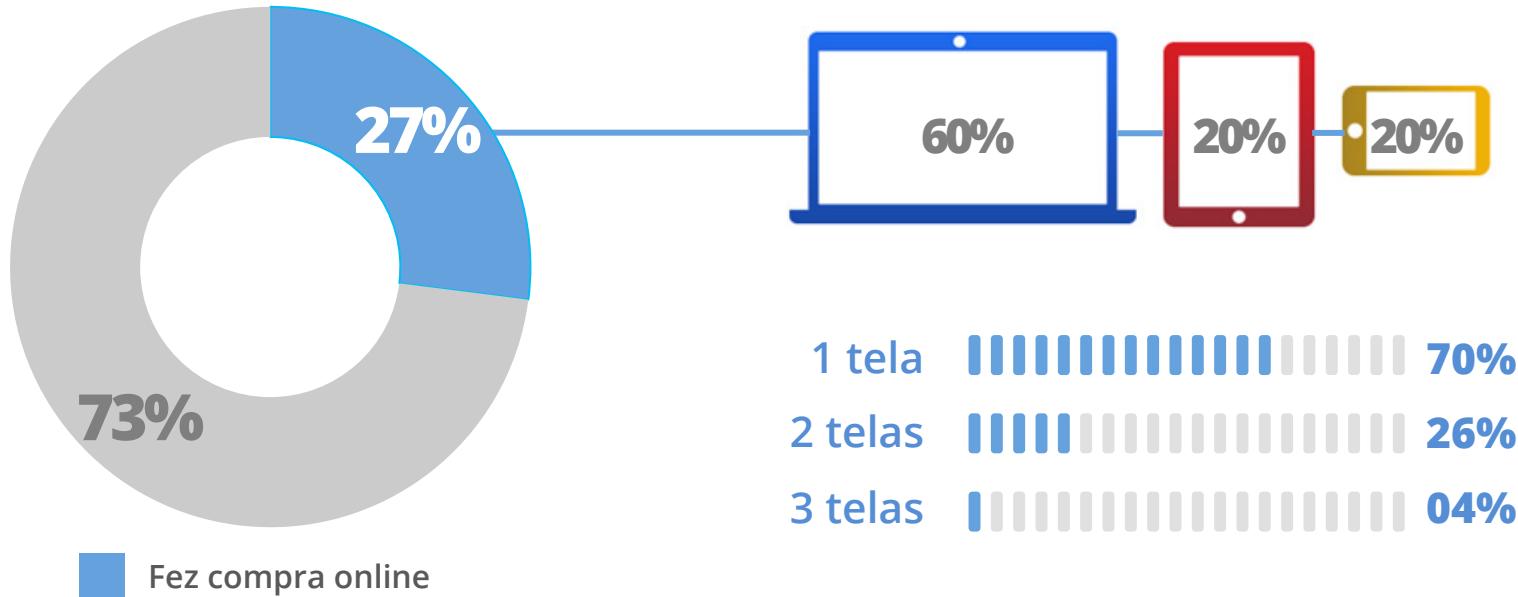


estão conectados  
à internet

**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**

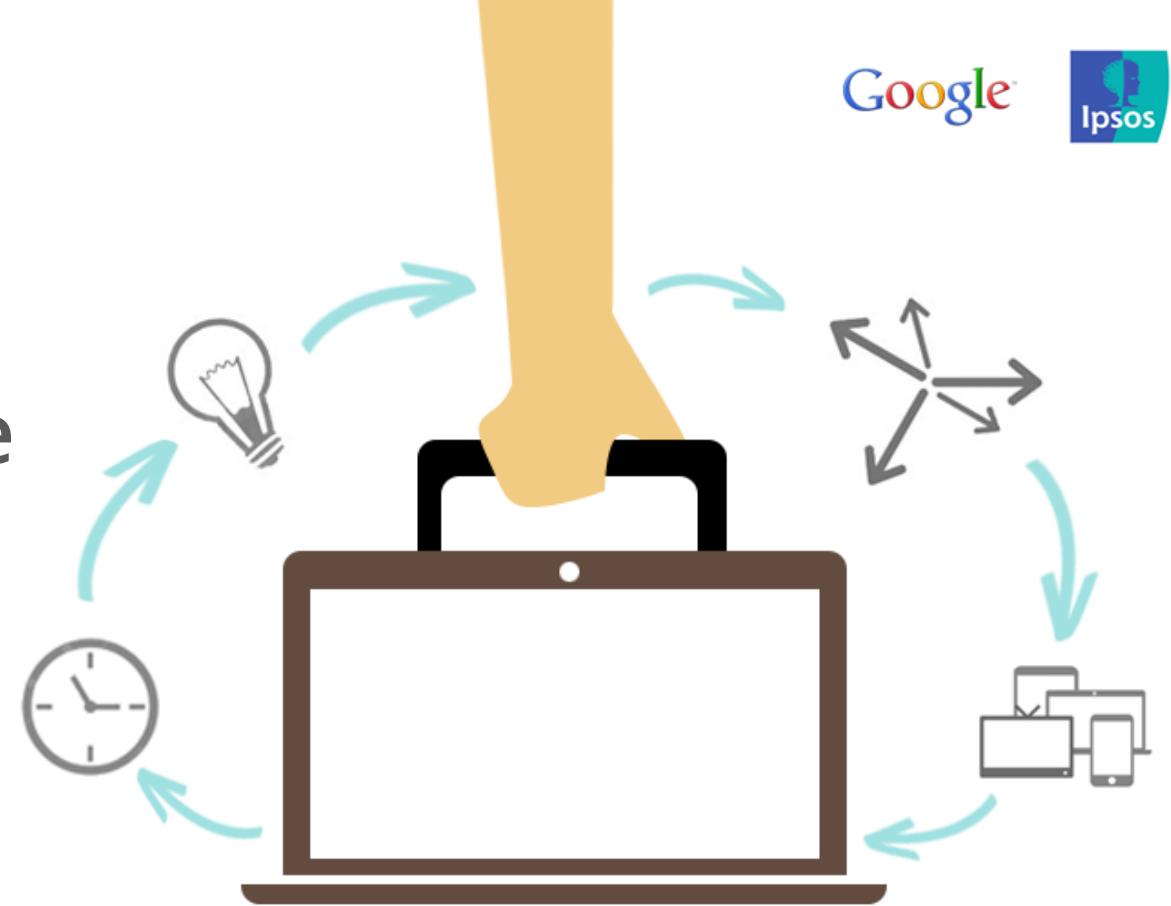
**1/3** recorrem ao Google como  
principal ponte na troca de telas



# 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



