

A photograph of two women lying on a bed, both wearing large hair curlers and holding up fake mustaches on sticks. The image is overlaid with a solid red color and white text. There are white corner brackets in the top-left, top-right, and bottom-right corners.

LE MAMME YOUTUBE (Regno Unito)

LUGLIO 2016

YouTube



Google e Ipsos Connect Germany hanno condotto uno studio per comprendere meglio come le mamme utilizzano e interagiscono con YouTube.

Abbiamo posto domande specifiche relative al verticale agli intervistati che hanno effettuato acquisti nei verticali Bellezza, Bevande e alimenti confezionati, Elettronica o Moda nel corso degli ultimi 3 mesi e che sono stati gli unici o tra i responsabili della decisione di acquisto.

- Un totale di n=5000 intervistati di età compresa tra 18 e 54 anni residenti nel Regno Unito
- A fini comparativi, il campione è composto da 2 gruppi: n=2500 donne utenti di YouTube e n=2500 utenti online generici
- Un sondaggio pensato per i dispositivi mobili della durata di 15 minuti e non associato ad alcun dispositivo specifico
- Indagine sul campo dal 13 al 30 giugno 2016
- Quote/ponderazione applicate in relazione a età, sesso, area geografica, grado di istruzione, dimensioni del nucleo familiare, utilizzo di Internet e utilizzo di YouTube e basate sul Google Connected Consumer Survey 2016.



- 01**
— L'utilizzo di YouTube tra le mamme è in continua crescita e offre un facile accesso a contenuti pertinenti sui dispositivi mobili.
- 02**
— Le mamme guardano video su YouTube sia a casa che in giro e interagiscono con diversi tipi di contenuti.
Oltre a offrire intrattenimento, YouTube
- 03**
— è un'affidabile fonte di consigli e idee sull'educazione dei figli, nonché un luogo virtuale in cui le mamme trascorrono il proprio tempo con i figli.
- 04**
— YouTube influenza tutte le fasi del percorso di acquisto delle mamme, dall'awareness fino al post-vendita.

01 IN CHE MODO LE MAMME UTILIZZANO YOUTUBE?

.....
L'utilizzo di YouTube tra le mamme è in
continua crescita e offre un facile accesso
a contenuti pertinenti sui dispositivi mobili.

84%

DI TUTTE LE MAMME PRESENTI
ONLINE UTILIZZA YOUTUBE.



51% DELLE MAMME YOUTUBE*
GUARDA PIÙ VIDEO SU YOUTUBE
RISPETTO A DUE ANNI FA.

44% DI LORO
GUARDA MENO TV.



* "Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

Avere figli influisce sulla scelta del
dispositivo utilizzato per guardare
video su YouTube

59%



57%

Le DONNE

UTILIZZANO
PRINCIPALMENTE
SMARTPHONE

E COMPUTER

61%



50%





Le MAMME (CON
PROFILI DEMOGRAFICI
SIMILI) UTILIZZANO
SMARTPHONE

E TABLET

Le mamme dei bambini più piccoli fanno ancora più affidamento sugli smartphone



MAMME YOUTUBE* CON FIGLI

Utilizzo di YouTube	Neonati	In età prescolare	In età scolare	Adolescenti
 Una volta al giorno Almeno una volta a settimana	43% 76%	42% 80%	40% 73%	33% 68%
Per dispositivo   	75%	68%	61%	52%
	50%	52%	52%	47%
	41%	43%	51%	56%

Regno Unito; base non ponderata: n=211 mamme YouTube con figli neonati; n=598 mamme YouTube con figli in età prescolare; n=725 mamme YouTube con figli in età scolare; n=537 mamme YouTube con figli adolescenti; D13: Frequenza di utilizzo delle piattaforme video (YouTube); D15: Dispositivi utilizzati per YouTube

Nota. Età dei figli: neonati, 0-12 mesi; in età prescolare, 13 mesi-5 anni; in età scolare, 6-12 anni; adolescenti, 13-17 anni

*"Mamma YouTube": una mamma che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

20%

DELLE MAMME YOUTUBE* GUARDA
VIDEO SU YOUTUBE SU **SMART TV**
(1,4 VOLTE IN PIÙ RISPETTO
ALL'UTENTE MEDIO DI YOUTUBE).



*"Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

02 CHE TIPI DI VIDEO GUARDANO LE MAMME E DOVE?

Le mamme guardano video su YouTube sia a casa che in giro e interagiscono con diversi tipi di contenuti.

Le mamme YouTube* guardano video su YouTube...



A casa

94%



In giro

17%



Mentre guardano la TV

62%



Con altri (in rete)

64%



Con i propri figli

49%



Con il proprio partner

19%



Con la propria famiglia

20%

Regno Unito; base non ponderata: n=1507 mamme YouTube; D26: Dove guardi solitamente video su YouTube?
D27: Con chi guardi solitamente video su YouTube? D28: Guardi video su YouTube mentre sei davanti la TV?

*"Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

72%

DELLE MAMME YOUTUBE RITIENE
CHE I VIDEO DI YOUTUBE
SIANO DI **QUALITÀ ELEVATA.**

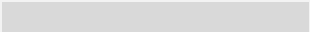


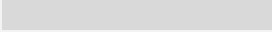
*"Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

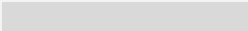
Le mamme YouTube* visualizzano una gran varietà di contenuti video che non si limitano semplicemente all'educazione dei figli

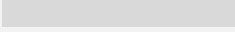


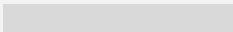
CONTENUTI VIDEO VISUALIZZATI DALLE MAMME YOUTUBE*

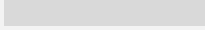
Musica  90%

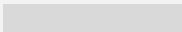
Umore  78%


Cucina  72%

Bellezza  68%

Video per bambini  67%

Sport e fitness  59%

Educazione dei figli  52%

Giochi  45%

Regno Unito; base non ponderata: n=1507 mamme YouTube;
D17b: Con quale frequenza guardi i seguenti contenuti video su YouTube? (Mai=meno di una volta al mese)

*"Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

LE MAMME YOUTUBE* HANNO UN
30%

DI PROBABILITÀ IN PIÙ DI GUARDARE
VIDEO DI NEGOZI O BRAND ALMENO
UNA VOLTA A SETTIMANA, RISPETTO
ALL'UTENTE MEDIO DI YOUTUBE.



*"Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube



03 PERCHÉ LE MAMME FANNO RICORSO A YOUTUBE?

Oltre a offrire intrattenimento, YouTube è un'affidabile fonte di consigli e idee sull'educazione dei figli, nonché un luogo virtuale in cui le mamme trascorrono il proprio tempo.

58% DI TUTTE LE MAMME
UTILIZZA YOUTUBE
PER IL PROPRIO
INTRATTENIMENTO E IL

41% LO USA
PER INTRATTENERE I
PROPRI FIGLI.





56%

DELLE MAMME YOUTUBE*

GUARDA VIDEO SU YOUTUBE
PER TRASCORRERE DEL
TEMPO CON I PROPRI FIGLI.

* "Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube





1 su 4

MAMME YOUTUBE*, SCEGLIE
YOUTUBE COME PRINCIPALE
FONTE DI VIDEO PER BAMBINI.

*"Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube



YOUTUBE È LA

TERZA

**FONTE ONLINE DI CONSIGLI E
SUGGERIMENTI SULL'EDUCAZIONE
DEI FIGLI** (dopo Google e i blog).

Regno Unito; base non ponderata: n=1507 mamme YouTube; Una "Mamma YouTube" è una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube
D22: A quali fonti ricorri per prime se cerchi consigli e suggerimenti sull'educazione dei figli? Selezionane massimo 3 tra quelle per te più pertinenti.

72%

DELLE MAMME YOUTUBE SOSTIENE CHE
I VIDEO DI YOUTUBE CONTENGONO
INFORMAZIONI PROVENIENTI
DA PERSONE COME LORO.



*"Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube



70%

DELLE MAMME YOUTUBE*
SENTIREBBE LA MANCANZA
DI YOUTUBE SE NON FOSSE
PIÙ DISPONIBILE.



*"Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

04 UN AIUTO PER LE MAMME DURANTE LE DECISIONI DI ACQUISTO

YouTube influenza tutte le fasi del percorso di acquisto delle mamme, dall'awareness fino al post-vendita.

45%



DELLE MAMME YOUTUBE*

CONCORDA CHE I VIDEO DI
YOUTUBE HANNO UN'ENORME
INFLUENZA SULLE PROPRIE
DECISIONI DI ACQUISTO.

.....

* "Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

I video di YouTube soddisfano diverse esigenze durante il percorso di acquisto



SECONDO LE MAMME YOUTUBE*, I VIDEO DI YOUTUBE...

77%

"...consentono di **informarsi** e di effettuare ricerche sui prodotti"



79%

"...consentono di vedere i prodotti in azione"



68%

"...forniscono risposte immediate"



54%

"...forniscono informazioni attendibili"



Regno Unito; base non ponderata: n=1507 mamme YouTube; D32: In che misura sei d'accordo o in disaccordo con ciascuna affermazione relativa alla visualizzazione di video di YouTube? (Prime 2 risposte); *=differisce notevolmente, con un livello di confidenza pari al 95%, rispetto al gruppo di confronto corrispondente

* "Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

YouTube influisce su tutte le fasi della canalizzazione di acquisto, dallo stimolo iniziale fino all'utilizzo del prodotto.



44%

Mi ha aiutato a decidere quale **tipo di prodotto** acquistare

37%

Mi ha fatto scoprire una **marca o azienda** che non conoscevo

48%

Mi ha aiutato a **restringere** le opzioni disponibili

38%

Mi ha aiutato a **decidere** quale **marca** acquistare

46%

Mi ha aiutato a **capire** come **utilizzare** il prodotto o servizio acquistato

Awareness



Considerazione



Decisione di acquisto



Post-vendita



Regno Unito; base non ponderata: n=180 mamme YouTube*; n=239 utenti medi di YouTube

D35: In che modo ritieni che YouTube abbia influenzato i tuoi acquisti di [VERTICAL]? (I verticali considerati sono Bellezza, Bevande e alimenti confezionati, Elettronica e Moda)

Base: mamme YouTube* che ritengono che YouTube abbia influenzato i loro acquisti di [VERTICAL].

*"Mamma YouTube": una mamma tra i 18 e i 54 anni che ha guardato almeno una volta un video su YouTube

TRA LE MAMME CHE RITENGONO
CHE YOUTUBE LE ABBI
AIUTATE DURANTE IL
PERCORSO DI ACQUISTO, IL

66%

HA EFFETTUATO
UN ACQUISTO DOPO
AVER GUARDATO UN
VIDEO

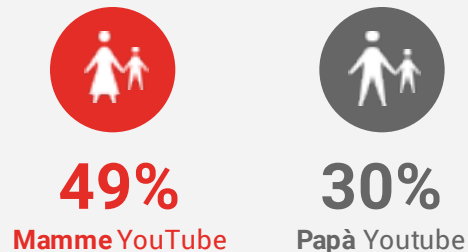


APPENDICE

Le mamme YouTube hanno più probabilità di utilizzare YouTube per cercare suggerimenti o intrattenere i figli, mentre i **papà YouTube** hanno più probabilità di utilizzarlo per passare del tempo con i propri figli.



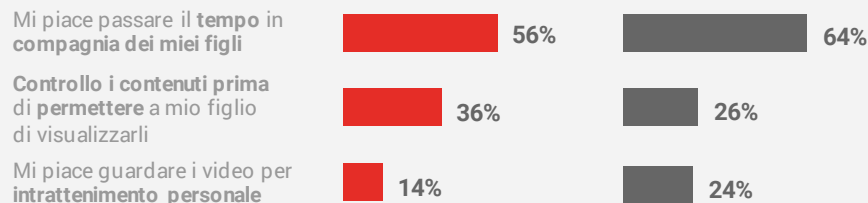
UTILIZZA YOUTUBE CON I FIGLI



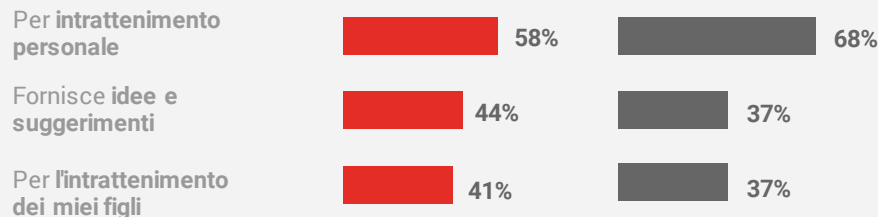
FREQUENZA SETTIMANALE DI UTILIZZO DEI VIDEO



MOTIVI DELLA DECISIONE DI VISUALIZZARE CONTENUTI VIDEO PER BAMBINI



RAGIONI PER L'UTILIZZO DI YOUTUBE



Regno Unito; base non ponderata: n=1507 mamme YouTube; n=354 papà YouTube; D21: Ragioni per l'utilizzo di YouTube; D17b: Frequenza di visualizzazione dei contenuti su YouTube; D27: Riferimenti di utilizzo; D18: Visualizzazione di contenuti per bambini

* "Mamma YouTube": una mamma che ha guardato almeno una volta un video su YouTube