

Transformação Digital

Como as marcas lidam com as mudanças para manter relevância?

 PREDICTA



Mundo é

DIGITAL

Mais da *metade da população mundial* tem acesso à internet



+ de **7 bilhões** de
pessoas no mundo



+ de **4 bilhões** de
pessoas online



+ de **5 bilhões** de
pessoas usam celular

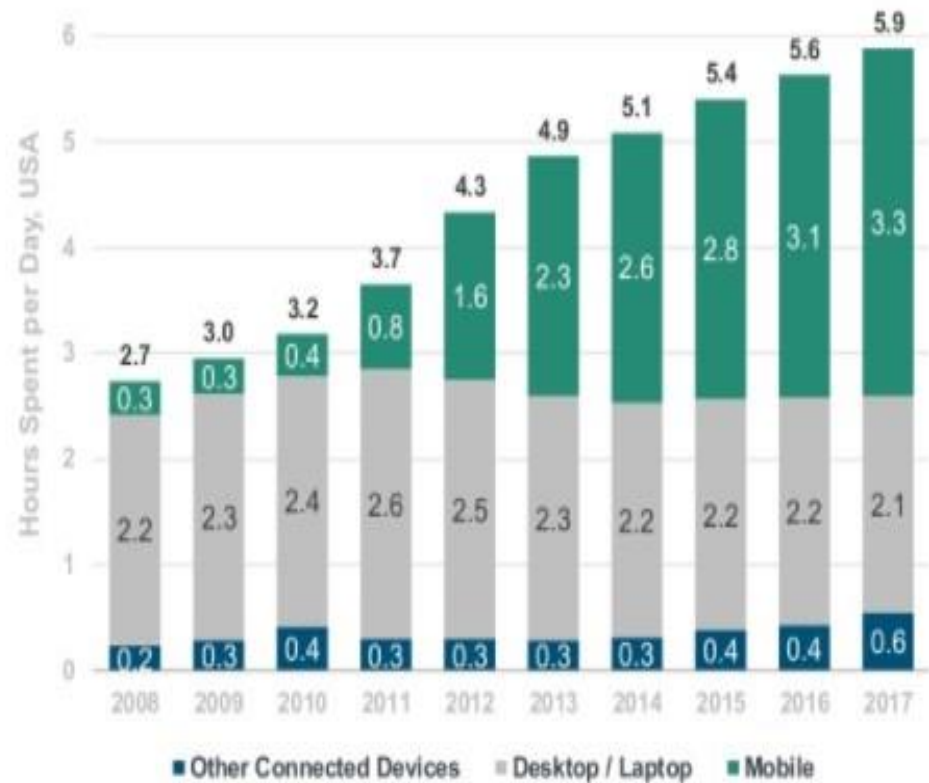


Mundo é

MOBILE FIRST

- Nos EUA, o tempo gasto com mídia digital é de **5.9 horas** por dia por adulto
- Deste total, **3.3 horas** de acesso à internet são pelo celular

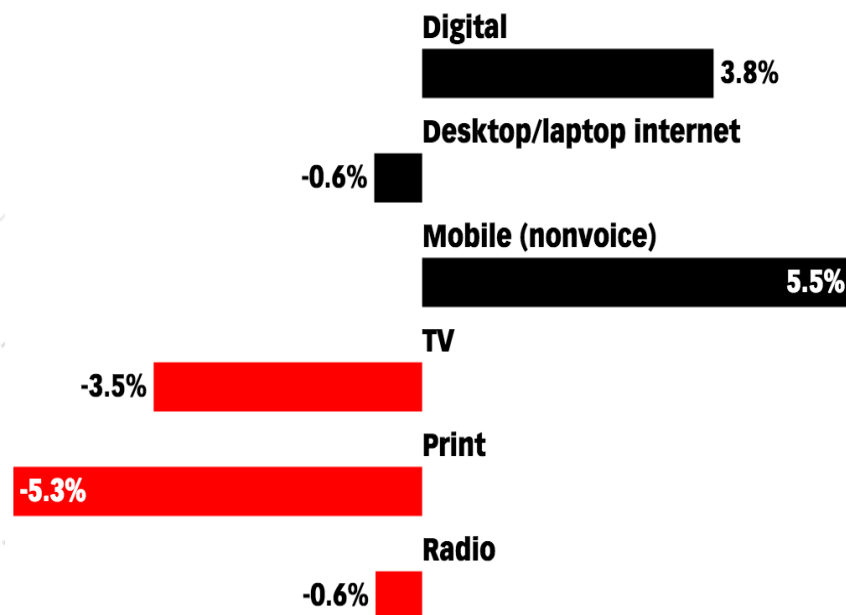
Daily Hours Spent with Digital Media per Adult User



Passamos cada vez mais

TEMPO NO MOBILE

Growth in Average Time Spent per Day with Media
US, 2018, % change



Source: eMarketer, April 2018

www.eMarketer.com

- Consumidor passa cada vez **mais tempo em dispositivos móveis** para consumo de conteúdo
- As pessoas olham os celulares mais de **150 vezes por dia**, de acordo com pesquisa Mary Meeker
- Até 2020, haverá **mais tráfego de dados por smartphone** através das operadoras do que em banda larga



Dados do BRASIL

Consumo da Internet

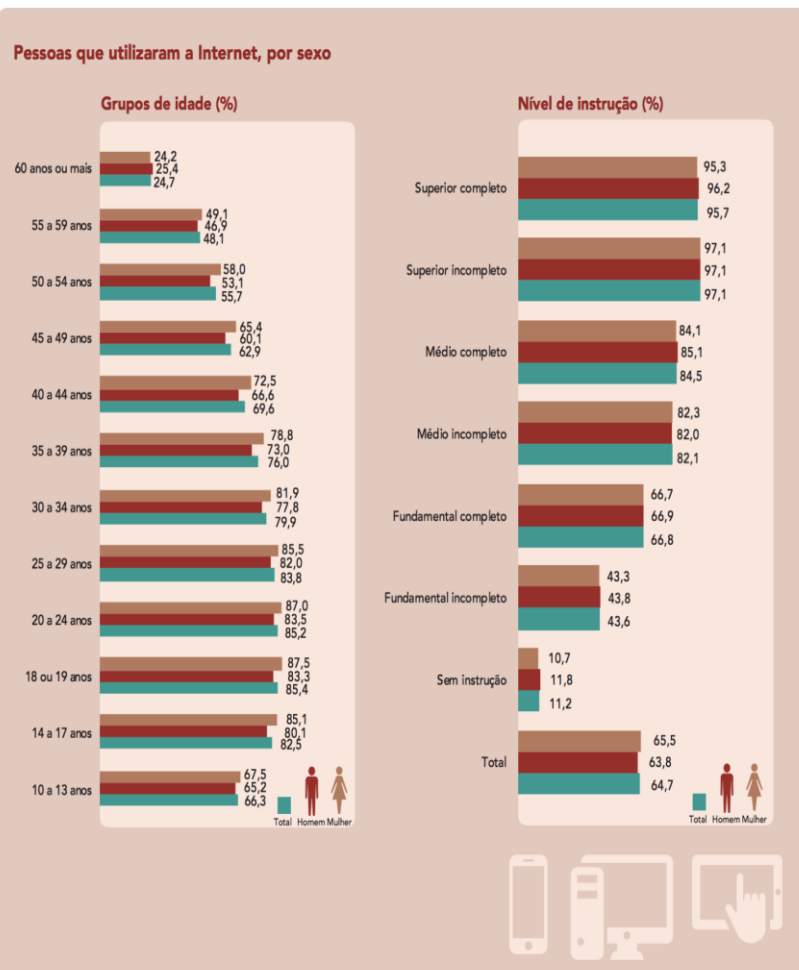
- **64,7% das pessoas com mais de 10 anos têm acesso à internet**
- 75% das pessoas com mais de 10 anos não acessam a internet por não saber usá-la ou não ter interesse

Por qual aparelho as pessoas acessam a internet?

- **94,6% Celular**
- 63,7% Computador
- 16,4% Tablet

Tendência de crescimento

- Até 2022, **82% dos brasileiros** terão acesso à internet móvel



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016.



Tecnologia mudando nosso

COMPORTAMENTO

Com surgimento de **novos dispositivos inteligentes**, os consumidores mudam a maneira como interagem com a tecnologia

- **50%** das pessoas usam **três ou mais dispositivos conectados**
- **20%** das buscas no Google App são feitas **por voz**
- **91%** dos usuários compraram (ou planejaram comprar) um produto logo após verem um **anúncio relevante pelo celular**
- **70%** dos usuários de smartphones que realizaram compras em lojas, **usaram celular para procurar mais informações sobre o produto**
- **78%** dos consumidores gastaram mais tempo **pesquisando por produtos online** do que em lojas físicas



Como a tecnologia muda nosso **COMPORTAMENTO**

- Dados + personalização = melhor experiência para os consumidores

2.2B
Facebooks

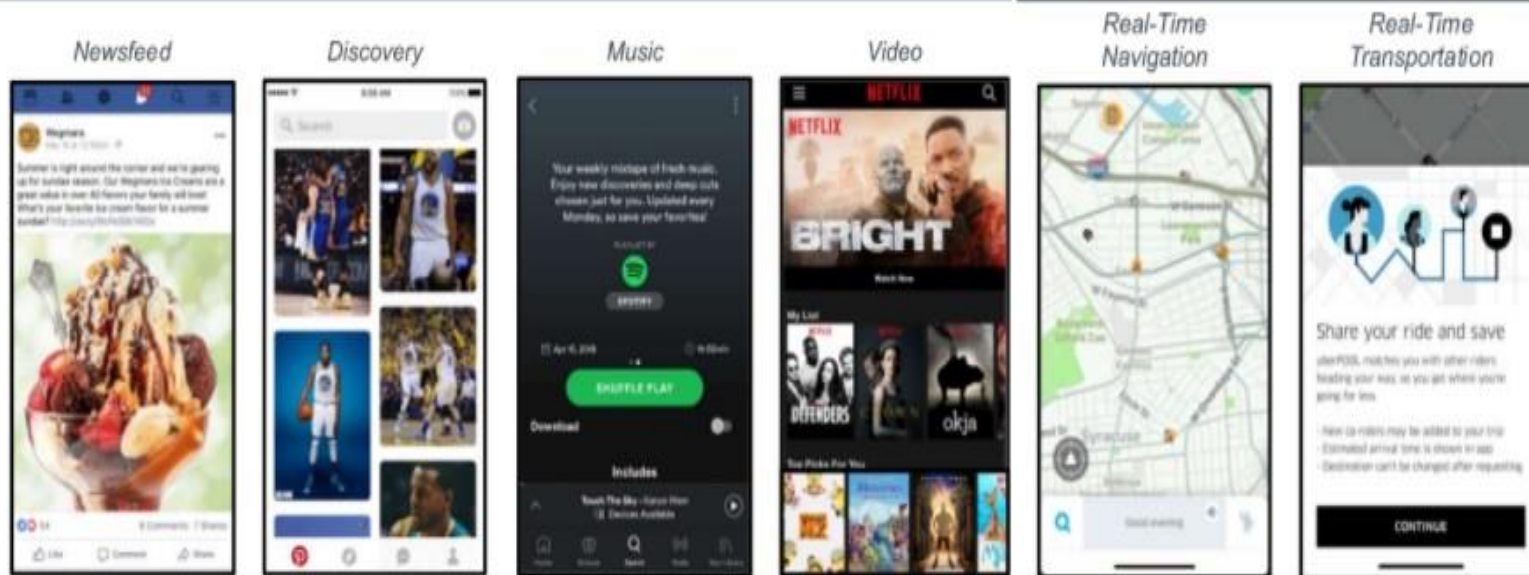
200MM
Pinterests

170MM
Spotifyfs

125MM
Netflixes

100MM+
Waze
Drivers

20%
UberPOOL Share of All
Rides, Where Available*



Qual impacto dessa realidade **PARA AS MARCAS?**

Expectativa dos consumidores para com as marcas:



Que ajude com
rapidez



53% dos usuários
abandonam sites
que demoram mais
de 3 segundos
para carregar



Que o
conheça bem



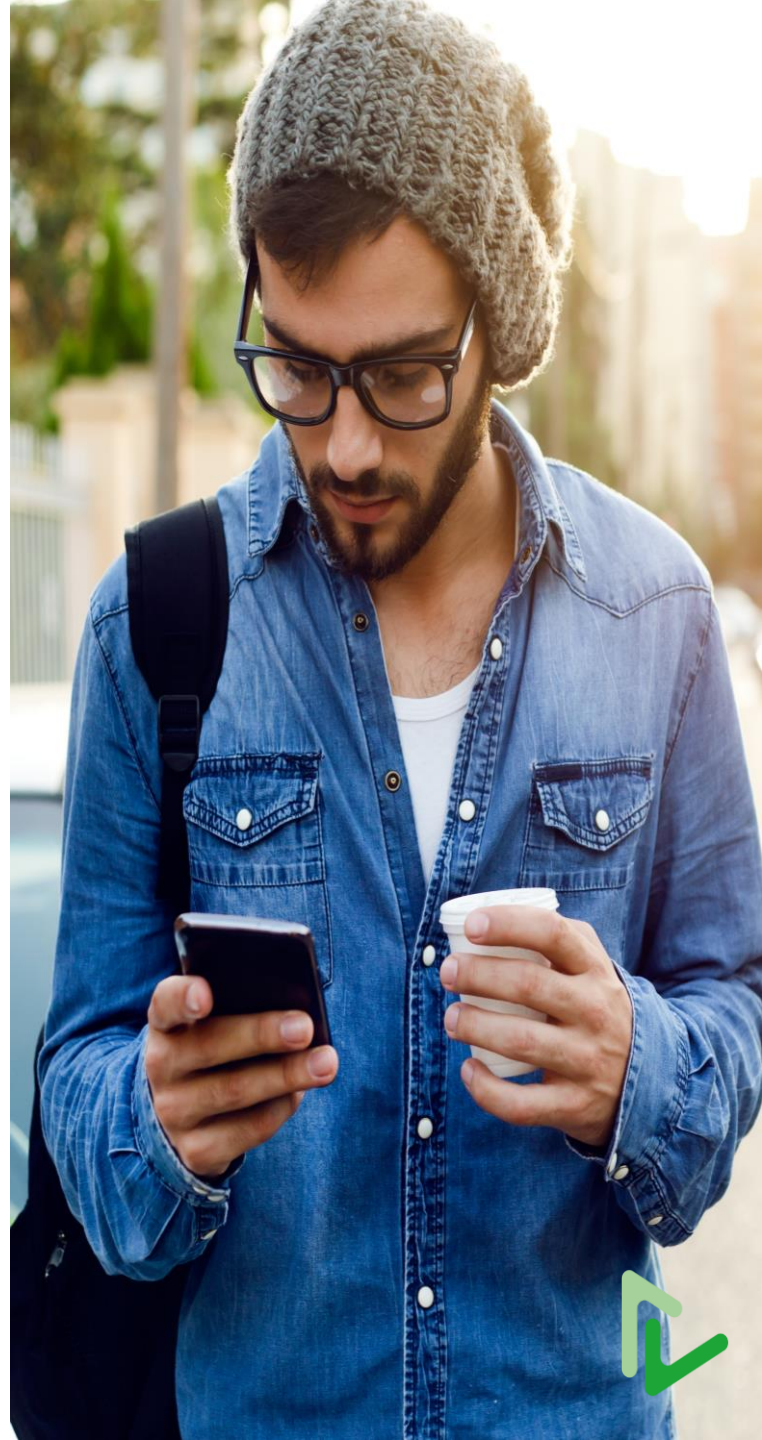
**89% dos profissionais
de marketing** dizem
que personalização
de conteúdo resulta
em crescimento de
receita



Que o surpreenda
em todos os lugares



63% dos usuários
esperam que as
marcas ofereçam
experiências
consistentes em
toda interação



Micro-momentos do CONSUMIDOR

82%

Dos usuários no Brasil utilizam um mecanismo de pesquisa quando procuram uma empresa local, próxima de onde estão.

79%

Dos usuários online no Brasil dizem que estão procurando mais informações agora, comparado há alguns anos.

+2 MILHÕES

De horas de conteúdo de "como fazer" foram assistidos no primeiro semestre de 2015 no Brasil. Metade desse conteúdo foi visto em smartphones ou tablets.

80%

Dos usuários de smartphones usam seu telefone para influenciar a sua decisão de compra enquanto estão em uma loja.

55%

Foi o crescimento das pesquisas de "próximo a mim" no último ano.

69%

Dos usuários de smartphones pegam o telefone no meio de uma conversa para saber mais informações sobre algo que foi dito.

94%

Dos usuários de smartphones os utilizam para ter ideias enquanto realizam uma tarefa.

33%

Dos consumidores informam ter feito uma compra online na sua cozinha, outros 28% em seu carro.



EU QUERO IR



EU QUERO SABER



EU QUERO FAZER



EU QUERO COMPRAR



MICRO-MOMENTOS



Case

THE ECONOMIST





Muito
OBRIGADO!

Guilherme Mamede
CEO da Predicta
guilherme.mamede@predicta.net