

Publicidade online ganha espaço entre os consumidores brasileiros

09/11/2012

Pesquisa do IBOPE Media aponta que 33% dos entrevistados consideram as propagandas da internet mais divertidas que as outras.



ISTOCKPHOTO

Entre os consumidores entrevistados, 28% se dizem influenciados pela publicidade em redes sociais.

A popularização da internet no Brasil cria um vasto campo para a publicidade das marcas na rede. De acordo com dados da pesquisa TG.net, do IBOPE Media, 33% dos consumidores das principais regiões metropolitanas do País consideram a publicidade online mais divertida que as outras propagandas.

Na pesquisa, 22% dos entrevistados afirmaram que anúncios na web serviram como motivação para a compra de produtos ou serviços na internet nos últimos 30 dias. Além disso, 21%

afirmaram que os resultados em sites de busca também foram um incentivo para a aquisição de produtos online, assim como, para 17%, os anúncios em sites visitados foram determinantes na decisão de compra.

Ainda em relação à publicidade eletrônica, 49% dos consumidores concordaram que o patrocínio online é uma maneira eficaz de anunciar um produto e serviço. E 37% dos entrevistados consideram que os banners publicitários são úteis para se encontrar assuntos interessantes na internet.

Os consumidores (47%) demonstram também que preferem anúncios relacionados ao conteúdo dos sites que visitam e 28% se dizem influenciados pela publicidade em redes sociais.

Há ainda consumidores (14%) que afirmaram ser influenciados por mensagens eletrônicas promocionais. No mesmo período, os anúncios de TV motivaram o consumo para 20% dos entrevistados.

Sobre a pesquisa

O TG.net é uma pesquisa online, realizada com 2.929 internautas de 15 a 75 anos no Brasil. Em seu terceiro ano, o levantamento foi realizado entre maio e junho de 2012, nos mercados de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba e Distrito Federal, além de Goiânia, Nordeste, interior de São Paulo e interior do Sul e Sudeste.

Entre as informações acima, também estão considerados dados da pesquisa Target Group Index, de fevereiro de 2011 a fevereiro de 2012 (Ano12, onda 2 + Ano 13, onda 1).

COMENTE

COMENTÁRIOS

ATENÇÃO: Os comentários publicados nesta seção são de responsabilidade integral de seus autores e não representam a opinião do IBOPE. Lembramos que não são permitidas mensagens com propagandas ou conteúdos ofensivos e desrespeitosos.

Ainda não foram adicionados comentários para esta página. Seja o primeiro a comentar.

TAGS

Consumo e comportamento; Investimento publicitário; Internet

NOTÍCIAS RELACIONADAS

47% dos internautas brasileiros são favoráveis à união civil entre gays

07/08/2012

Entre os que se declaram homo ou bissexuais, 43% afirmam que certamente se casariam com a permissão da lei

Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros

26/mar/2013

Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros

SOLUÇÕES RELACIONADAS



Flash da Concorrência Online

Análise da concorrência em mercados mais dinâmicos.



HAR

Hábitos e Atitudes Regional, da base do Target Group Index.



Easychecking Online - Veículos

Fiscalização da exibição de anúncios na TV.



E-tail Report

Monitoramento do comércio eletrônico.

O IBOPE

Quem somos
Unidades de negócios
Investimento social
Executivos
O que fazemos
Como fazemos
Auditoria e qualidade
Onde Estamos
Nossos Valores
Integridade corporativa
Canal aberto
Sustentabilidade
Parcerias e associações

SOLUÇÕES

Ambiental
Análises
Consumo dos meios
Geonegócios
Mercado
Monitoramento dos meios
Opinião pública e política
Educação
Single source

CONHECIMENTO

Pesquisas de opinião e mercado
Pesquisas eleitorais
Pesquisas de mídia
Audiência de rádio
Audiência de TV RJ
Audiência de TV SP
Investimento publicitário
Leitura de jornal
Ranking de agências
Artigos e papers
Infográficos
Leitura de pesquisas eleitorais
Descubra com o IBOPE
Glossário
Hotsites
Vídeos

NEWSLETTER

E-Mail



NOTÍCIAS

Últimas Notícias

COMPRA ONLINE

Cursos e Treinamentos
Relatórios de internet
Orçamento de Pesquisa
Minhas Compras

RELACIONAMENTO

Entrevistados
Dúvidas frequentes
Fale Conosco
Relacionamento acadêmico
Imprensa
Releases
Organograma
Fact sheet
Política de divulgação

IBOPE

© 2005–2012. Todos os direitos reservados. Política de Privacidade