



Brasileiro lidera preferência por publicidade via celular

21/9/09



O estudo "Neoconsumidor: Decifra-me ou te Devoro!", feito pela Ebeltoft Group e GS&MD (Gouvêa de Souza), mostrou que o brasileiro é o mais receptivo para a publicidade via celular.

A pesquisa, realizada em julho deste ano com 11 países (Alemanha, Austrália, Brasil, Canadá, Dinamarca, Espanha, Estados Unidos, França, Portugal, Reino Unido e Romênia), pretende mostrar a relação do consumidor com os canais digitais.

De acordo com o levantamento, a publicidade via celular é aceita por somente 17% das pessoas. No Brasil esse percentual sobe para 42% e as mulheres da classe C, entre 25 e 44 anos, são as mais receptivas.

Os alemães são os que mais compram pela internet. Mas com a crise econômica esses consumidores começaram a utilizar a comparação de preços para efetuar suas transações. Por outro lado, o Canadá é o que menos utiliza o e-commerce, mas faz uso constante da pesquisa de preços.

Entre os entrevistados todos usam a web para comparar preços. Mas, os australianos lideram esse ranking com 76%, em seguida estão os britânicos (74%) e os brasileiros (73%).

A insegurança da web e a necessidade de ver o produto antes de efetuar a compra são

algumas razões para o brasileiro preferir lojas físicas (55%). Já a população global não compra pela internet porque gosta de ver a mercadoria (66%) e também não gosta de passar informações pessoais (56%), como os dados bancários.

O grupo dos neoconsumidores, que tem acesso a diferentes canais e informações, é composto por homens e mulheres entre 35 e 44 anos (23%) e 26% possui nível universitário.