iab.

ALWAYS ON

Uma perspectiva global da experiência do usuário no mobile

O uso de dispositivos móveis é predominante globalmente. Os dispositivos móveis são parte integrante da vida diária dos consumidores no mundo.

A maioria dos usuários de smartphones no mundo checa seus aparelhos a cada meia-hora ou mais.

30 MINUTOS OU MAIS — FREQUÊNCIA DE USO

Região	%
Média global	63%
América do Sul	68%
Europa	62%
Asia	62%
América do Norte	61%

22% dos donos de smartphones no mundo usam seus aparelhos a cada 5 minutos

TODOS DESTAQUE

País	Uso por 30min
Brasil	78%
Argentina	73%
Reino Unido	71%

23 Maio — 24 Maio DIA NORMAL — 25 Maio

TEMPO NO CELULAR

MAIS DE 3 HORAS POR DIA

Região	%
Média Global	49%
Ásia	54%
América do Norte	51%
América do Sul	50%
Europa	46%

Globalmente, 22% dos usuários de smartphones passam mais de 6 horas por dia usando seus celulares

Países que usam celulares por mais do que 6 horas por dia.

TODOS DESTAQUE — Uso de celular - mais do que 6 horas em um dia normal.

País	%
Brasil	38%
China	31%
Argentina	29%

IMPACTO DA PUBLICIDADE NO MOBILE NO ENGAJAMENTO DO CONSUMIDOR

depois de ver um anúncio no celular, em aplicativos ou no navegador.

Ações após exposição a um anúncio

Região	USUÁRIOS DE NAVEGADOR	USUÁRIOS DE APLICATIVOS
Média global	45%	47%
América do Sul	49%	53%
Ásia	45%	47%
Europa	44%	45%
América do Norte	43%	43%

IMPACTO & AWARENESS

USUÁRIOS DE NAVEGADOR NO CELULAR

Ação	%
Eu lembrei da marca sendo anunciada	13%
Eu cliquei no anúncio	11%
Eu visitei o site da marca depois de ver o anúncio	8%
Eu busquei por mais informações sobre o produto/ marca	7%
Eu me senti mais favorável em relação à marca/ produto	6%

USUÁRIOS DE APLICATIVOS NO CELULAR

Ação	%
Eu cliquei no anúncio	13%
Eu lembrei da marca sendo anunciada	12%
Eu visitei o site da marca depois de ter visto o anúncio	9%
Eu busquei por mais informações sobre o produto/ marca	7%
Eu me senti mais favorável em relação à marca/ produto	6%

Overview

O QUE OS USUÁRIOS GLOBAIS ESTÃO FAZENDO NOS SEUS DISPOSITIVOS MÓVEIS?

Atividades	Já utilizou (em %)
Busca por informação	98%
Email	97%
Navegação ou busca de local	97%
Jogos	97%
Mensagens instantâneas	96%
Assistir a vídeos	96%
Mídias Sociais	94%
Leitura de artigos ou blogs	94%
SMS	94%
Fazer uma chamada/vídeo	93%
Comprar produtos ou serviços	89%
Agendar um serviço	86%
Pagar uma conta/internet banking	84%
Assistir séries ou filmes	81%

Usuários de smartphone no mundo

Os números de sites e aplicativos usados por dia são aproximadamente o mesmo.

Número por dia: 5.82 Websites — 5.85 Aplicativos

APAC ▲ 7,46

Na Ásia são usados mais aplicativos por dia do que nos demais países

Uso de sites

País	Por dia
China	8.12
Irlanda	7.29
Rússia	7.14

Uso de aplicativos

País	Por dia
China	13.24
UK	6.62
Irlanda	5.99

Busca, compra e reservas de produtos ou serviços são as funções mais utilizadas no mobile.

FUNCIONALIDADE

Preferência do consumidor	Navegador	Aplicativo
Buscar informações	76%	17%
Compra prodrutos ou serviços	47%	39%
Reservar um serviço	45%	39%
Encontrar um local	31%	61%
Pagar uma conta/usar o banco	28%	60%

Aplicativos voltados para o entretenimento são os preferidos dos usuários.

ENTRETENIMENTO

Preferência do consumidor	Navegador	Aplicativo
Ler artigos ou blogs	62%	26%
Assistir vídeos curtos	31%	57%
Assistir programas de TV e filmes	29%	57%
Ouvir música	15%	73%
Redes sociais	18%	75%
Jogar jogos	10%	83%

Para comunicação os aplicativos são a principal escolha.

COMUNICAÇÃO

Preferência do consumidor	Navegador	Aplicativo
E-mail	27%	64%
SMS	16%	63%
Fazer uma ligação/ vídeo	14%	69%
Mensagens instantâneas	13%	81%

Methodology
A 22-question survey was designed and fielded by OnDevice Research in 18 markets (Argentina, Australia, Brazil, Canada, China, Ecuador, France, Ireland, Italy, Japan, Norway, Russia, South Africa, Sweden, Turkey, the U.K., the U.S., and Uruguay) from April 21 – May 8, 2017. Two hundred adults, age 18+, were interviewed for each market. Respondents confirmed that they own and use a smartphone, and are aware of and use either the mobile web or mobile apps to access the internet on their mobile device.

This IAB research was conducted with the additional support of IAB Argentina, IAB Australia, IAB Brazil, IAB Canada, IAB China, IAB Ecuador, IAB France, IAB Ireland, IAB Italy, IAB Japan, IAB Norway, IAB Russia, IAB South Africa, IAB Sweden, IAB Turkey, IAB U.K., and IAB Uruguay.

About IAB
The Interactive Advertising Bureau (IAB) empowers the media and marketing industries to thrive in the digital economy. It is comprised of more than 650 leading media and technology companies that are responsible for selling, delivering, and optimizing digital advertising or marketing campaigns. Together, they account for 86 percent of online advertising in the United States. Working with its member companies, the IAB develops technical standards and best practices and fields critical research on interactive advertising, while also educating brands, agencies, and the wider business community on the importance of digital marketing. The organization is committed to professional development and elevating the knowledge, skills, expertise, and diversity of the workforce across the industry. Through the work of its public policy office in Washington, D.C., the IAB advocates for its members and promotes the value of the interactive advertising industry to legislators and policymakers. There are 43 IABs licensed to operate in nations around the world and one regional IAB, in Europe. Founded in 1996, the IAB is headquartered in New York City and has a West Coast office in San Francisco.

ondevice research