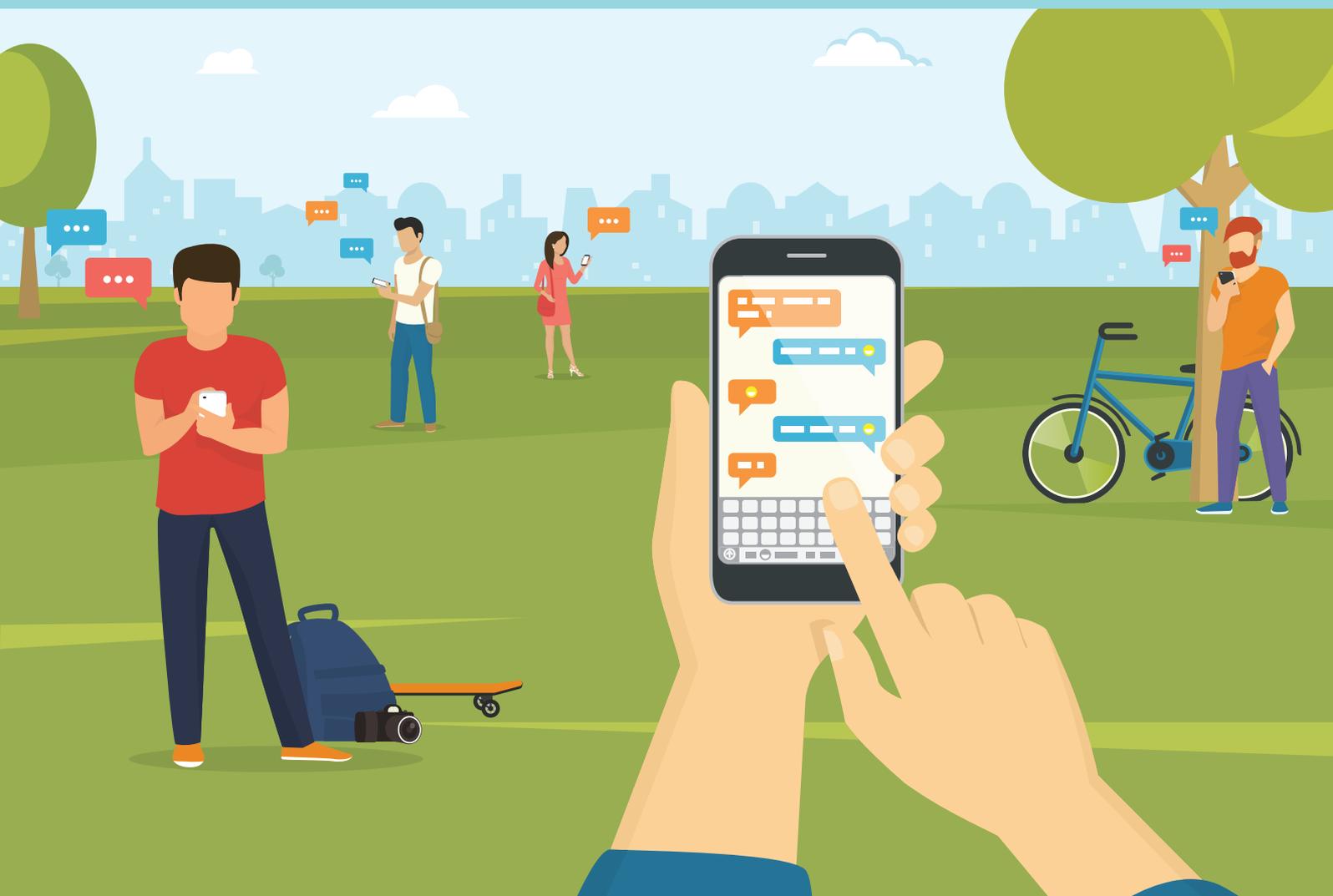


PANORAMA


mobiletime

opinion  box



Mensageria no Brasil

FEVEREIRO | 2018

OFERECIMENTO

infobip



COMUNICAÇÃO OMNI-CHANNEL

Automatize fluxos de campanha e priorize canais, conforme a preferência do usuário, utilizando a solução Omni-Channel da Infobip!

200K CONTAS ATIVAS

10+ ANOS DE EXPERIÊNCIA

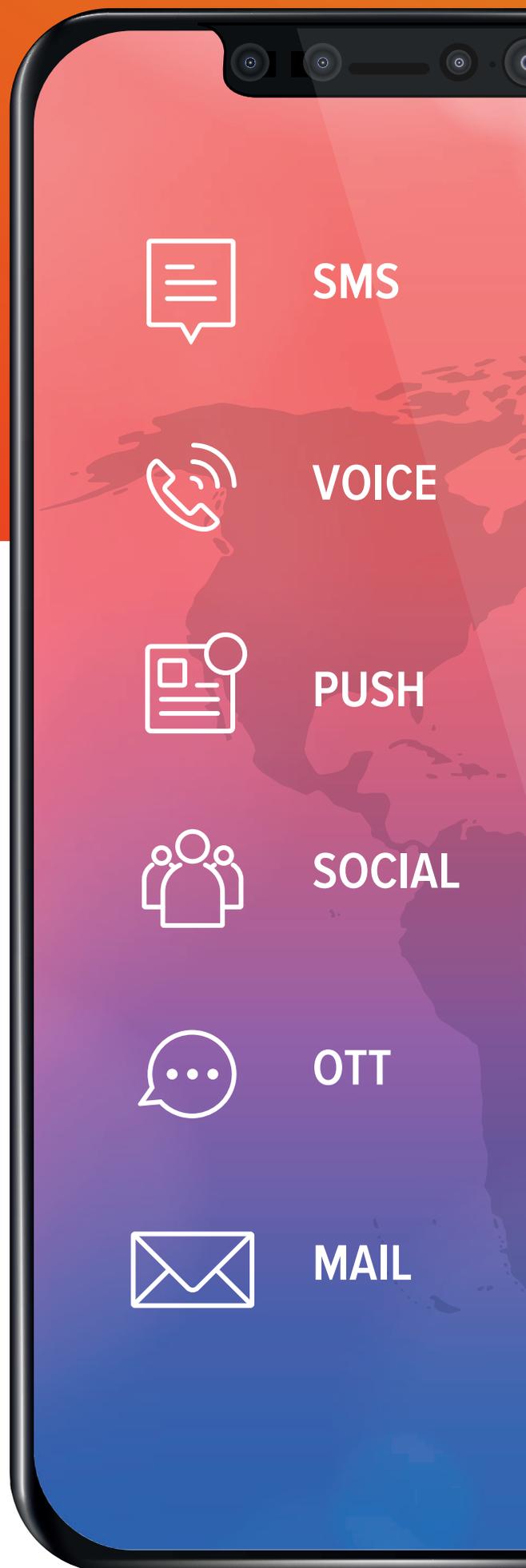
24/7 SUPORTE LOCAL

50+ ESCRITÓRIOS EM TODO O MUNDO

No Brasil desde 2009

SÃO PAULO | CURITIBA

br.infobip.com | info@infobip.com



FEVEREIRO, 2018

PESQUISA PANORAMA
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

infobip

**MENSAGERIA
NO BRASIL**



SOBRE ESTA PESQUISA

Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil é uma pesquisa independente produzida por uma parceria entre o site de notícias Mobile Time e a empresa de soluções de pesquisas Opinion Box.

Nesta edição foram entrevistados 2.007 brasileiros que acessam a Internet e possuem telefone celular, respeitando as proporções de gênero, idade, renda mensal e distribuição geográfica desse grupo. As entrevistas foram feitas on-line ao longo de janeiro de 2018. Esta pesquisa tem validade estatística, com margem de erro de 2,2 pontos percentuais e grau de confiança de 95%.

AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS DESTA EDIÇÃO:



As análises contidas neste relatório são de autoria de Fernando Paiva, editor do MobileTime e jornalista com 17 anos de experiência na cobertura do mercado de conteúdo e serviços móveis. Paiva é também o organizador dos eventos **Tela Viva Móvel**, **Super Bots Experience**, **Fórum de Operadoras Alternativas**, **MobiShop** e **MobiFashion**.



Aviso legal: é permitido o compartilhamento dos resultados desta pesquisa em apresentações públicas ou privadas desde que sejam dados os devidos créditos à fonte: *Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil - Fevereiro de 2017.*



Panorama Geral

GRÁFICO 1 - PROPORÇÃO DE INTERNAUTAS BRASILEIROS QUE POSSUEM SMARTPHONE

Pergunta: Considerando a definição de smartphone como um celular que possui tela sensível ao toque e que permite ao usuário instalar e desinstalar aplicativos livremente: você possui um smartphone?

Base: 2.007 internautas

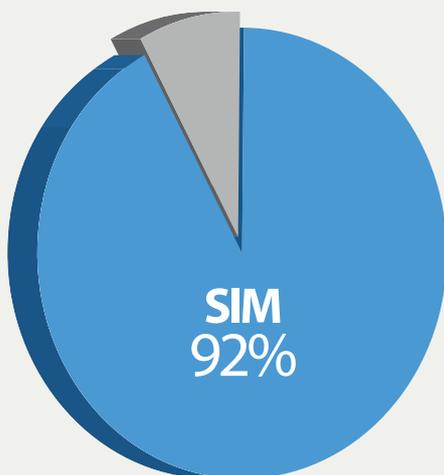


GRÁFICO 2 - PROPORÇÃO POR TIPO DE PLANO DE TELEFONIA MÓVEL

Pergunta: Seu plano de telefonia é pré-pago, pós-pago ou controle?

Base: 2.007 internautas

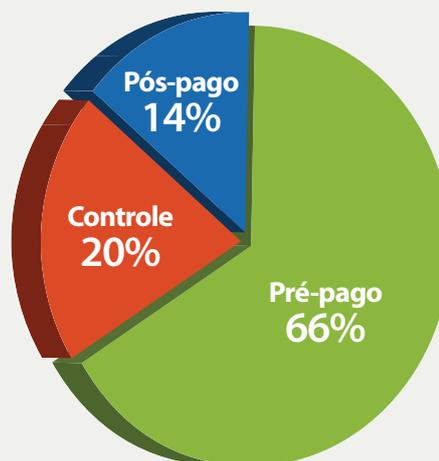


GRÁFICO 3 - A POPULARIDADE DOS PRINCIPAIS MENSAGEIROS

(% da base de smartphones que tem cada app instalado)

Base: 1.848 internautas

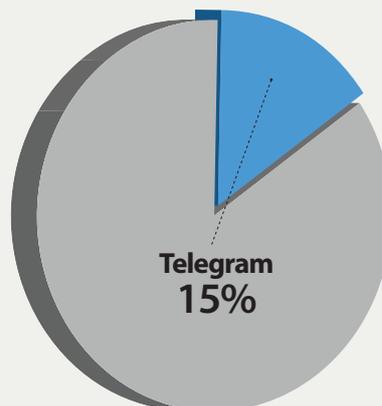
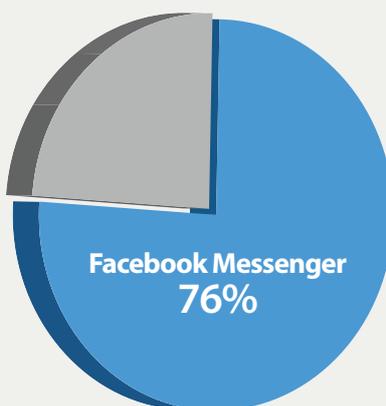
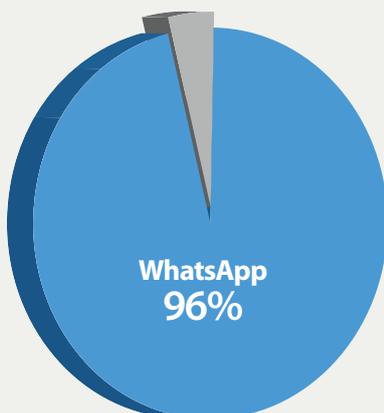
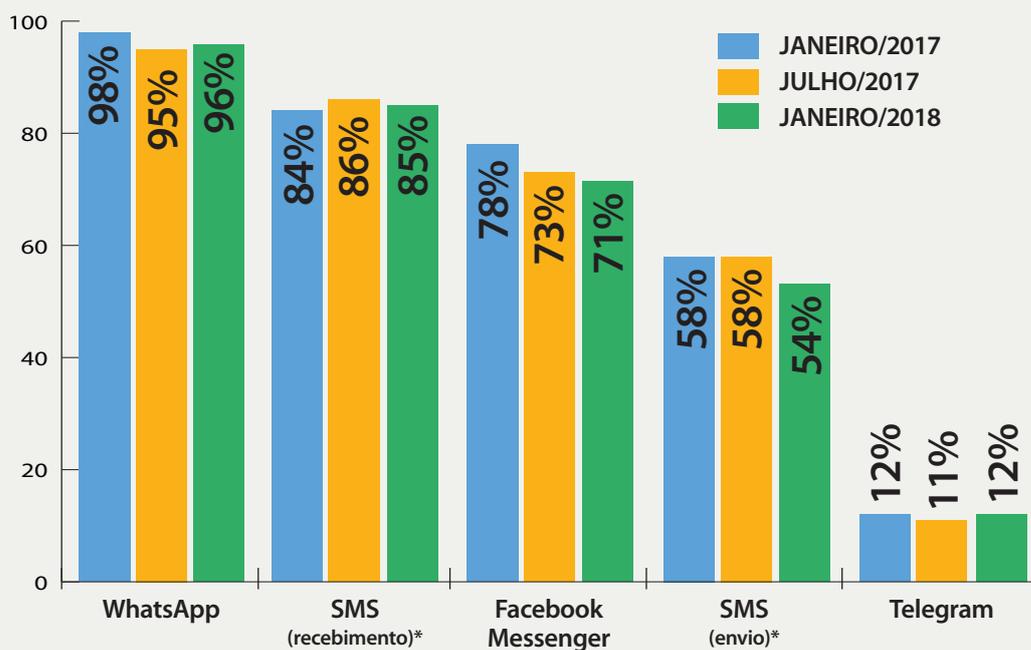




GRÁFICO 4 - EVOLUÇÃO DA POPULARIDADE DE SERVIÇOS DE MENSAGERIA MÓVEL NO BRASIL

(% de MAUs sobre base de usuários de smartphones)

Base: 1.848 internautas com smartphone



*Em SMS optou-se por dividir o serviço em dois, mostrando separadamente os percentuais de quem declara receber e quem declara enviar pelo menos uma mensagem por mês. Essa decisão se deve ao desequilíbrio entre recebimento e envio de SMS, como exposto pelos números.



**TABELA 1 - A FREQUÊNCIA DE USO DE CADA MENSAGEIRO**

Pergunta: Pensando nos últimos meses, com que frequência você abre o WhatsApp/Facebook Messenger/Telegram para ler ou enviar mensagens?

Bases: 1.773 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.398 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; e 282 internautas que têm o Telegram instalado

	Todo dia	Quase todo dia	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Quase nunca	Nunca
WhatsApp	93%	5%	1%	1%	0%	0%
Facebook Messenger	39%	24%	21%	9%	7%	0%
Telegram	32%	18%	17%	13%	16%	4%

TABELA 2 - PROPORÇÃO DE USO POR TIPO DE CONTEÚDO TRAFEGADO EM CADA MENSAGEIRO (% SOBRE MAUS)

Pergunta: Marque as formas de comunicação que você utiliza no WhatsApp/Facebook Messenger/Telegram - Pode marcar mais de uma

Bases: 1.775 MAUs de WhatsApp; 1.295 MAUs de Facebook Messenger; e 227 MAUs de Telegram. ND = Não disponível

	WhatsApp	Facebook Messenger	Telegram
Troca de mensagens de texto	97%	94%	87%
Troca de imagens	87%	59%	66%
Troca de mensagens de áudio	80%	25%	38%
Troca de vídeos	74%	35%	51%
Chamadas de voz	63%	17%	21%
Desenhos (emojis)	62%	37%	36%
Videochamadas	46%	15%	N.D.
Mensagens efêmeras	28%	8%	N.D.
Troca de mensagens de vídeo gravadas dentro do app	N.D.	N.D.	12%



WhatsApp aberto para negócios

O ano de 2018 será marcado pela entrada do WhatsApp no segmento de mensageria móvel corporativa. Em janeiro foi lançado oficialmente o WhatsApp Business, sua versão para pequenas e médias empresas usarem o mensageiro na comunicação com seus consumidores. A princípio sua utilização será gratuita, mas ferramentas pagas poderão ser acrescentadas no futuro. Paralelamente, segue em testes uma versão mais robusta do WhatsApp, voltada para grandes empresas, cujo lançamento é esperado para os próximos meses, embora sem confirmação oficial ainda da empresa. Itaú, Via Varejo, Decolar.com, Ingresso Rápido e KLM estão entre as empresas que estão testando a solução no Brasil.

Diante desses movimentos do WhatsApp, foram adicionadas nesta edição da pesquisa algumas perguntas que ajudam a entender melhor as perspectivas para essa nova fase da operação do aplicativo de mensageria mais popular do Brasil.

A primeira descoberta é que o usuário brasileiro já está acostumado a se comunicar com empresas através do WhatsApp, mesmo antes da chegada do WhatsApp Business. Para ser preciso, 55% dos usuários ativos mensais (MAUs) do WhatsApp no Brasil declaram que utilizam o aplicativo para se comunicar com marcas e empresas. É uma proporção maior que aquela verificada no Facebook Messenger (51%) ou no Telegram (48%). E note-se que o Facebook Messenger foi aberto para empresas há dois anos e vem sendo experimentado por diversas grandes marcas de consumo de massa, como Coca-Cola, McDonald's e várias outras.

Em geral, são profissionais liberais e pequenos estabelecimentos que vinham fazendo uso do WhatsApp, como padarias, pizzarias, salões de beleza, profissionais liberais etc. Agora, é esperado que a maioria migre para o WhatsApp Business, no qual podem se cadastrar com uma linha fixa em vez de móvel e têm acesso a algumas ferramentas extras, como estatísticas de comunicação e envio de mensagens automáticas.

Foi constatado que o público do WhatsApp é mais aberto à comunicação com empresas e marcas pelo app do que aquele do Facebook Messenger ou do Telegram (tabela 3) em todas as finalidades verificadas na pesquisa.

O WhatsApp vai servir, principalmente, para tirar dúvidas e pedir informações. 71% dos seus MAUs declaram que acham adequado usar o mensageiro para essa finalidade no contato com marcas e empresas. 53% concordam em receber promoções através do WhatsApp. 46% gostariam de usá-lo para comprar produtos e 42%, serviços – o que indica uma boa oportunidade para a adição de alguma ferramenta interna de pagamento. De maneira geral, a aceitação é maior entre os mais





GRÁFICO 5 - PROPORÇÃO DE USUÁRIOS QUE SE COMUNICAM COM EMPRESAS PELO APP

Pergunta: Você se comunica com marcas e empresas através do WhatsApp/Facebook Messenger/Telegram?

Bases: 1.775 MAUs de WhatsApp; 1.295 MAUs de Facebook Messenger; e 227 MAUs de Telegram

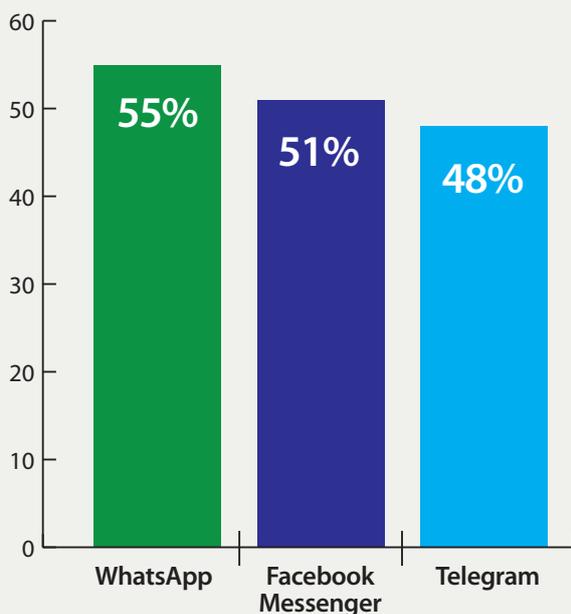


TABELA 3 - QUAIS AS FINALIDADES DE SE COMUNICAR COM MARCAS E EMPRESAS ATRAVÉS DE APPS DE MENSAGERIA?

Pergunta: Marque as finalidades que você considera adequadas para se comunicar com marcas ou empresas através do WhatsApp/Facebook Messenger/Telegram

Bases: 1.775 MAUs de WhatsApp; 1.295 MAUs de Facebook Messenger; e 227 MAUs de Telegram

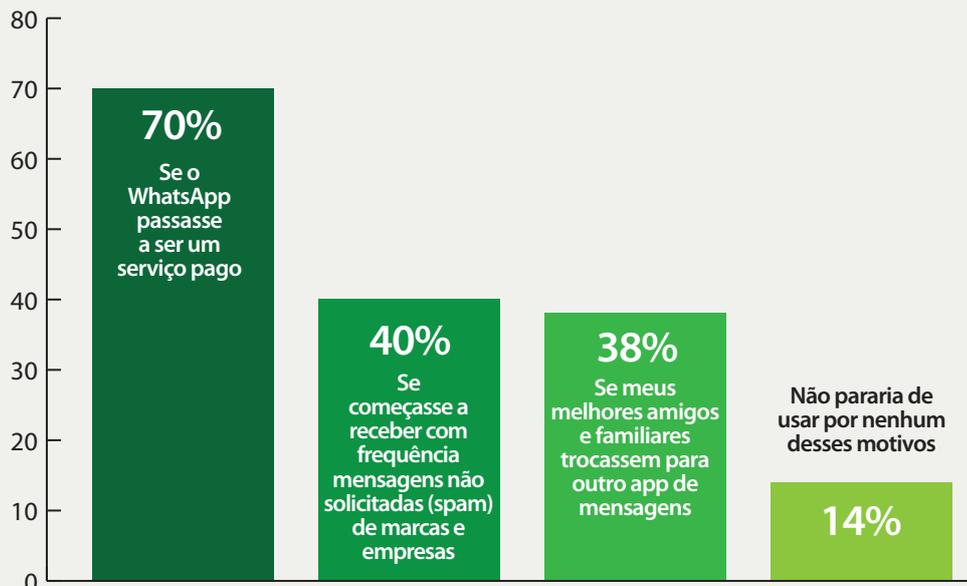
	WhatsApp	Facebook Messenger	Telegram
Tirar dúvidas/pedir informações	73%	62%	56%
Receber suporte técnico	56%	47%	45%
Receber promoções	53%	46%	48%
Comprar produtos	46%	34%	40%
Comprar serviços	42%	31%	37%
Cancelar serviços	40%	30%	33%
Não acho adequado se comunicar com marca ou empresa através do app	11%	17%	16%



GRÁFICO 6 - POR QUAL MOTIVO VOCÊ PARARIA DE USAR O WHATSAP?

Pergunta: Você pararia de usar o WhatsApp se... (pode marcar mais de uma opção)

Base: 1.775 MAUs de WhatsApp

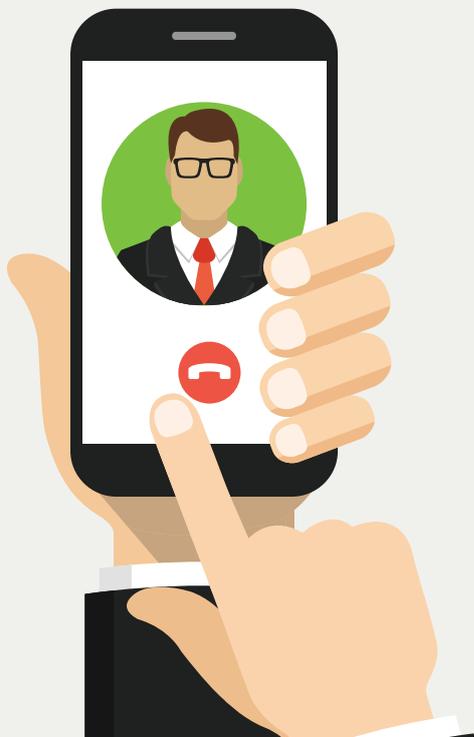


jovens, à exceção para recebimento de promoções e para cancelamento de serviços, nas quais o grupo entre 30 e 49 anos revela aceitação acima da média.

Apenas 11% dos MAUs de WhatsApp entendem que não seria adequado usar o WhatsApp para se comunicar com marcas e empresas (tabela 3). Note-se, contudo, que esse percentual sobe para 20% quando se trata de usuários com 50 anos de idade ou mais.

Mas a popularidade do WhatsApp não é inabalável. Em determinadas circunstâncias, seu público está disposto a trocá-lo por outro app de mensageria. Por exemplo: 70% dos MAUs do WhatsApp afirmam que parariam de usá-lo se o serviço se tornasse pago. E serve de alerta para esse movimento de abertura do app para marcas e empresas: 40% dos MAUs deixariam de usar o WhatsApp se comesçassem a receber spam. O aspecto social também é importante: 38% abandonariam o WhatsApp se seus melhores amigos e familiares mudassem para outro app. Há, porém, 14% de fãs do WhatsApp que afirmam que não abandonariam o aplicativo por nenhuma dessas três razões.





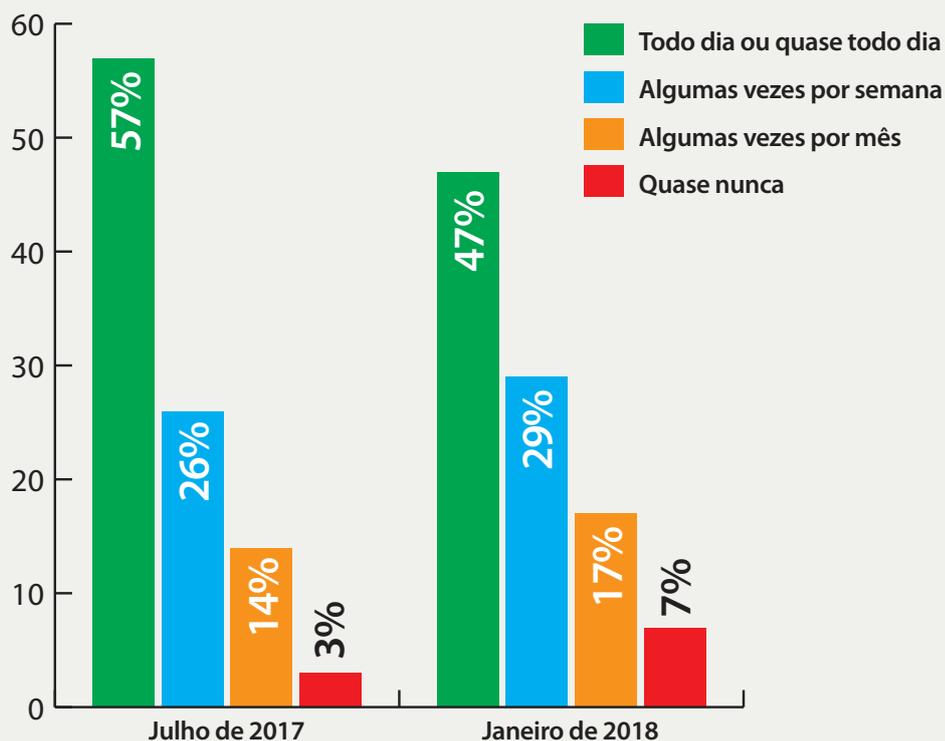
Cai a frequência de uso do WhatsApp voz

Na pesquisa anterior, realizada em julho de 2017, 56% dos usuários ativos mensais do WhatsApp declararam usar o app para chamadas de voz. Esse percentual agora subiu para 63%. À primeira vista isso pareceria negativo para as operadoras móveis, mas é preciso analisar outros números. A verdade é que a frequência de uso do WhatsApp para chamadas de voz está caindo. Na pesquisa anterior, 57% dos usuários de chamadas de voz no WhatsApp afirmavam utilizar esse serviço todo dia ou quase todo dia. Agora essa proporção diminuiu para 47%, uma queda de dez pontos percentuais. E aqueles que afirmam que quase nunca usam subiu de 3% para 7%. Além disso, na pesquisa anterior, 52% dos usuários de chamadas de voz pelo WhatsApp diziam que falavam mais pelo app do que com o plano de minutos de sua

GRÁFICO 7 - CAI A FREQUÊNCIA DE USO DE VOZ PELO WHATSAPP

Pergunta: Com que frequência você utiliza chamadas de voz pelo WhatsApp?

Base: 1.118 usuários de chamada de voz pelo WhatsApp





operadora. Desta vez, a proporção se inverteu: 53% dizem que usam mais o serviço tradicional de chamada das operadoras do que ligações pelo WhatsApp.

A explicação para essa transição está no lançamento de planos de voz ilimitado para pós-pagos e pré-pagos em várias operadoras brasileiras ao longo dos últimos 12 meses. Se a ligação é ilimitada, para que usar a chamada de voz do WhatsApp e gastar sua franquia de dados? Por sinal, 69% dos usuários de chamada de voz pelo WhatsApp afirmam que utilizam esse serviço preferencialmente quando conectados a redes Wi-Fi. Apenas 31% declararam que não se preocupam se estão conectados em Wi-Fi ou na rede de dados das operadoras.

De todo modo, cabe destacar que a maioria dos usuários de chamadas de voz pelo WhatsApp seguem satisfeitos com a qualidade do serviço: 65% dão notas 4 ou 5, em uma escala de 1 a 5. Apenas 7% dão notas 1 e 2. E 28%, nota 3. O resultado não apresenta variação significativa em relação à pesquisa anterior nesse aspecto.

GRÁFICO 8 - WHATSAPP X PLANO DE MINUTOS DA OPERADORA

Pergunta: Você realiza mais ligações pelo WhatsApp ou pelo plano de minutos da sua operadora móvel?

Base: 1.118 usuários de chamadas de voz pelo WhatsApp





Brasileiro participa de 5,3 grupos de WhatsApp, em média

Os grupos de WhatsApp são os novos fóruns de discussão dos brasileiros. Criam-se grupos para quase tudo: amigos de faculdade, pais de alunos, colegas de trabalho etc. E gasta-se bastante tempo para ler e responder mensagens nesses canais de comunicação coletiva. Constatou-se nesta pesquisa que cada brasileiro participa ativamente, em média, de 5,3 grupos de WhatsApp. Foi considerada como participação

“ativa” a leitura ou o envio de mensagens pelo menos uma vez por semana dentro do grupo. O hábito é mais comum entre homens (5,6 grupos) do que entre mulheres (4,9 grupos). E é mais popular entre pessoas com maior renda, como aquelas das classes A e B (6,4 grupos), do que entre aquelas das classes C, D e E (4,9 grupos). A idade também faz diferença: usuários com 50 anos ou mais participam, em média, de 4 grupos.

Emojis crescem, Telegram mais multimídia

Entre os resultados da pesquisa, chama a atenção o contínuo ganho de popularidade dos emojis, aqueles desenhos que substituem palavras nas mensagens. A proporção de usuários do WhatsApp que enviam emojis passou de 55% para 62% em seis meses. No Facebook Messenger, subiu de 34% para 37%. E no Telegram, de 28% para 36%.

Considerando somente o público do WhatsApp, constata-se que o uso de emojis é mais comum entre mulheres (66%) que entre homens (57%). E, como era de se esperar, é mais popular entre os mais jovens. No grupo de 16 a 29 anos, 66% enviam emojis, contra 48% naquele com 50 anos ou mais.

Outro dado que merece destaque é o fato de o Telegram estar sendo usado de maneira mais multimídia pelos seus usuários. Em comparação com a pesquisa anterior, subiu de 55% para 65% a proporção de usuários do Telegram que enviam

imagens pelo aplicativo. A proporção que envia vídeos, por sua vez, cresceu ainda mais, passando de 38% para 51%.





SMS cada vez mais unidirecional

O SMS prossegue sendo usado mais para o recebimento de mensagens de marcas e empresas do que para a troca de mensagens entre pessoas. Grandes companhias como bancos e seguradoras utilizam esse canal para o envio de notificações automáticas aos seus clientes.

De acordo com a pesquisa, 51% dos internautas brasileiros recebem SMS todo dia ou quase todo dia. Por outro lado, apenas 24% enviam SMS todo dia ou quase todo dia. Essa disparidade comprova a afirmação de que o SMS é atualmente um canal para recebimento de notificações, mais unidirecional do que bidirecional. Cabe destacar que essa disparidade vem aumentando a cada edição da pesquisa. Na anterior, seis meses atrás, 28% dos entrevistados declaravam enviar SMS todo dia ou quase todo dia. Além disso, subiu de 44% para 47% aqueles que declaram que nunca ou quase nunca enviam SMS.

GRÁFICO 9 - FREQUÊNCIA DE ENVIO DE SMS

Pergunta: Pensando nos últimos meses, com que frequência você costuma enviar um SMS (mensagem de texto pela rede da operadora móvel)?

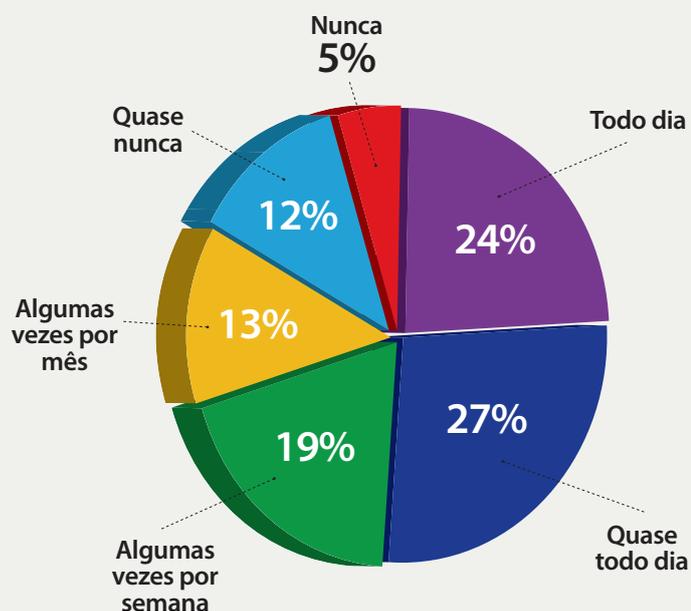
Base: 2.007 internautas



GRÁFICO 10 - FREQUÊNCIA DE RECEBIMENTO DE SMS

Pergunta: Pensando nos últimos meses, com que frequência você costuma receber um SMS (mensagem de texto pela rede da operadora)?

Base: 2.007 internautas





Conclusões

O WhatsApp tem, sem dúvida, uma mina de ouro em suas mãos no Brasil: uma base gigantesca de usuários dispostos a usarem esse canal para se comunicar com marcas e empresas para tirarem dúvidas, receberem promoções e comprarem produtos e serviços. O principal cuidado que deve ter nessa abertura para contas oficiais corporativas é criar mecanismos que evitem o envio excessivo de mensagens não solicitadas (spam), que poderiam desgastar o canal e levar parte dos

usuários a trocarem de app de mensagens. E, como constatado na pesquisa, pode haver um efeito manada: as pessoas tendem a levar consigo amigos e familiares em uma eventual mudança de serviço.

Para as próximas edições vale prestar atenção se a abertura corporativa do WhatsApp vai impactar negativamente no uso do SMS para recebimento de notificações. Também vale acompanhar o aumento do uso multimídia do Telegram e as razões por trás disso.



SOBRE MOBILE TIME

Mobile Time é um site jornalístico de notícias diárias sobre a indústria móvel, com foco no segmento de conteúdo e serviços para smartphones.

www.mobiletime.com.br



SOBRE OPINION BOX

O Opinion Box desenvolve soluções digitais inovadoras para pesquisas de mercado. Atende a milhares de clientes em diversos segmentos, desde pequenas e médias empresas até multinacionais, realizando diferentes tipos de estudos com sua plataforma online e seu painel com mais de 100 mil consumidores em todo o país.

Confira outros ebooks, pesquisas, cases, dicas e tutoriais no blog.opinionbox.com.

www.opinionbox.com

FEVEREIRO, 2018

PESQUISA PANORAMA
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

infobip

**MENSAGERIA
NO BRASIL**



Conheça as outras pesquisas Panorama Mobile Time/Opinion Box



**USO DE APPS
NO BRASIL**



**COMÉRCIO MÓVEL
NO BRASIL**



**ROUBO DE
CELULARES NO
BRASIL**



**CRIANÇAS E
SMARTPHONES
NO BRASIL**



**MAPA DO
ECOSSISTEMA
BRASILEIRO DE BOTS**

AS PESQUISAS ESTÃO DISPONÍVEIS PARA DOWNLOAD EM
WWW.PANORAMAMOBILETIME.COM.BR/

Conheça os eventos organizados por Mobile Time



26 DE MARÇO, 2018

AS SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS E AS ESTRATÉGIAS QUE PERMITEM O SURGIMENTO DE REDES INOVADORAS E COMPETITIVAS DE IOT, MVNOS, ISPS E PROVEDORES WIRELESS.



14 DE MAIO, 2018

DESDE 2004, O EVENTO REFERÊNCIA DO MERCADO BRASILEIRO DE CONTEÚDO MÓVEL.
www.telavivamovel.com.br



8 E 9 DE AGOSTO, 2018

SEMINÁRIO SOBRE O NASCENTE MERCADO DE CHATBOTS, ASSISTENTES VIRTUAIS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, AGORA COM DOIS DIAS DE DURAÇÃO.

www.botsexperience.com.br



10 DE SETEMBRO, 2018

PRIMEIRO SEMINÁRIO NO BRASIL VOLTADO EXCLUSIVAMENTE PARA O SEGMENTO DE COMÉRCIO MÓVEL, TENDO O CELULAR OU SMARTPHONE COMO INTERFACE PARA A COMPRA.



26 DE NOVEMBRO, 2018

UM SEMINÁRIO PARA TRATAR DO CASAMENTO ENTRE MODA E TECNOLOGIA MÓVEL.



Mais informações: mobiletime@mobiletime.com.br