

A background image showing several people in a classroom or office setting, focused on their mobile devices. A person in the foreground is wearing a bright yellow sweater and a watch. Other people in the background are also using smartphones and tablets.

MOBILE LIFE

IGNIS VIEW N°116
OCTUBRE 2018

MOBILE LIFE

En Argentina, 87% de las personas acceden a Internet a través de Smartphones y le dedican un promedio de 9,8 hs por semana (+ 90 minutos diarios). Entre los usuarios de 18-34 años el promedio sube a 11,5 hs.

El uso de este dispositivo es diverso, sirve para comunicarse con otros, trabajar, entretenerse, informarse, comprar, etc. En promedio, los usuarios poseen casi 20 aplicaciones en sus dispositivos, con un alto uso.

WhatsApp, Facebook y YouTube son las mas descargadas, con una penetración superior al 80%.

Además, el consumo de aplicaciones se da a lo largo del día, con picos de uso en los momentos de soledad, sean en transportes o de descanso entre actividades.

En torno a las compras es importante destacar que 7 de cada 10 usuarios de Smartphones han realizado alguna compra en el último año a través de este dispositivo.

El mobile es una herramienta muy versátil y un medio a través del cuál los consumidores pueden ser encontrados y por el cual diariamente descubren nuevas maneras de comunicarse, entretenerse, hacer su rutina diaria y descansar.

Fuente: IMS MOBILE IN LATAM STUDY - Comscore

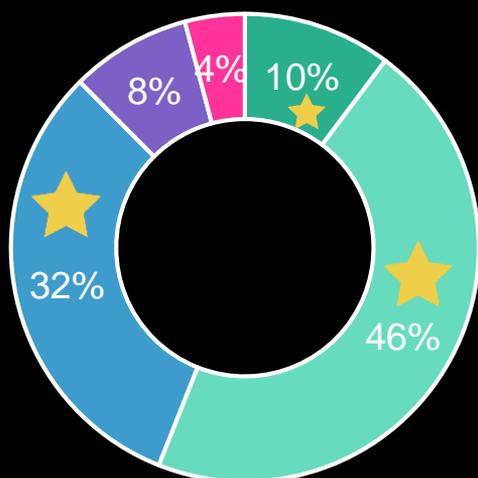




MOBILE LIFE

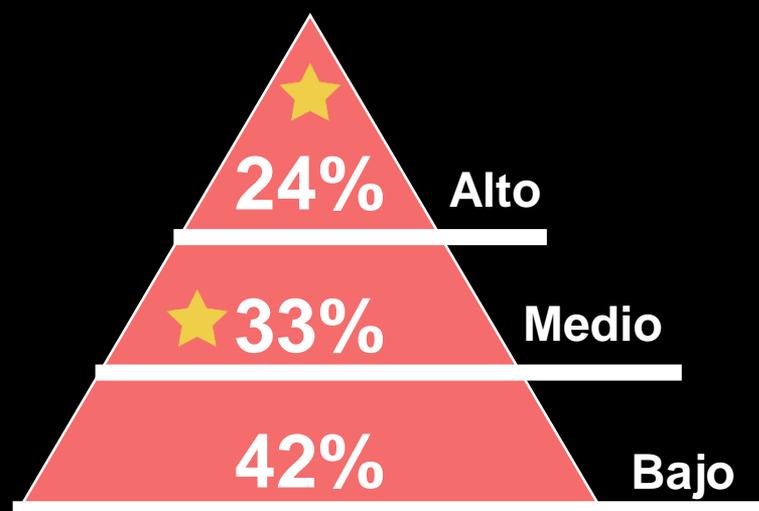
Alta presencia de usuarios jóvenes, que trabajan 30 hs o más por semana, de NSE Alto-Medio y de mujeres.

Grupos de edad



- Gen Z (12-17)
- Millennials (18-34)
- Gen X (35-54)
- Boomers (55-65)
- Silent (65 y más)

Nivel Socioeconómico



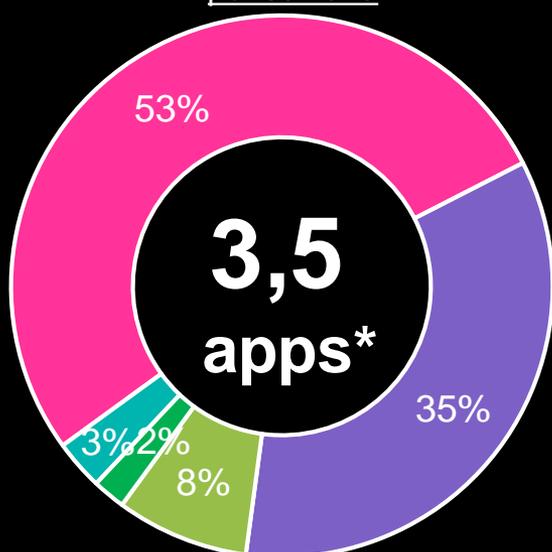
Situación laboral



APPS

Usar smartphone es usar apps Las apps son los dispositivos centrales de navegación mobile

Cantidad de Apps Utilizadas por semana



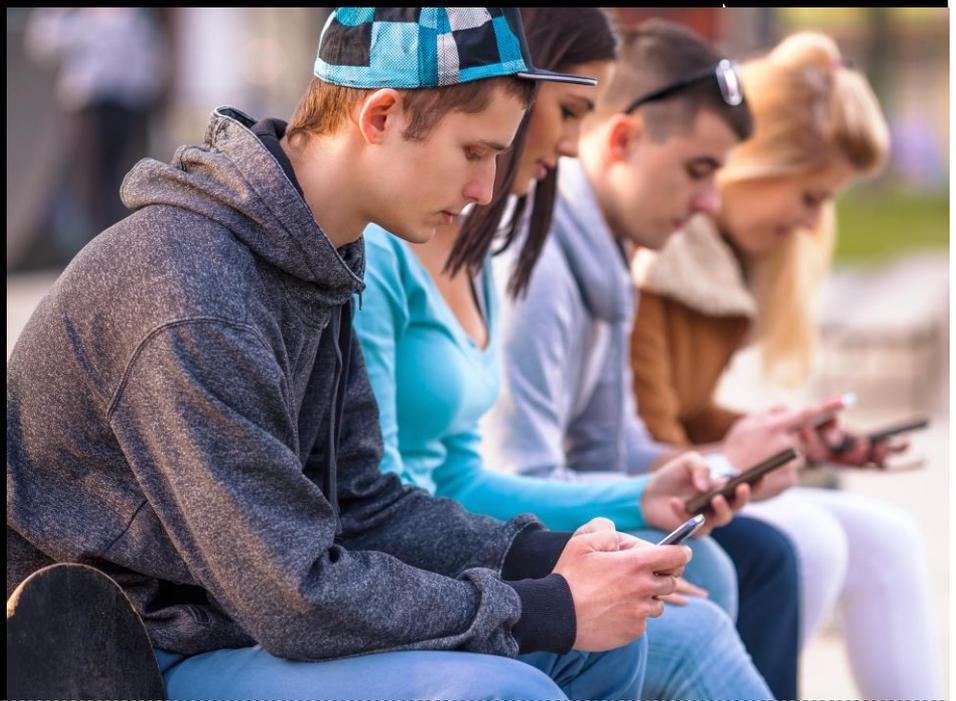
- 1 a 5 apps
- 6 a 10 apps
- 11 a 15 apps
- 16 a 20 apps
- Más de 20 apps

En promedio utilizaron 3,5 apps, siendo las más utilizadas las de Redes Sociales, mensajería y E-Mails.

Principales Apps utilizadas (Ultimos7D)



USUARIOS Mobile SOCIAL MEDIA



Usuarios de redes sociales y mensajería

13,9

Millones*



Facebook

12,7

Millones



Facebook Messenger

10,2

Millones



Instagram

2,4

Millones



Twitter

1,8

Millones



Snapchat

21,5

Millones



WhatsApp

Las aplicaciones de Redes Sociales y mensajería son las más relevantes entre las utilizadas habitualmente en los dispositivos móviles.

Las apps más masivas son: Facebook, Facebook Messenger, Whatsapp e Instagram.

Twitter y Snapchat, si bien poseen una menor penetración, son apps que generan un alto involucramiento.

APPS

PERFIL DE LOS USUARIOS

Todas las apps tienen un mayor uso entre usuarios Millennials y Gen X, especialmente Facebook, whatsapp e instagram. Snapchat e Instagram tienen un perfil más joven, especialmente Snapchat con mayor presencia de los Gen Z. La mayor parte de los usuarios de Twitter son Millennials.



Facebook



Instagram



Twitter



Snapchat

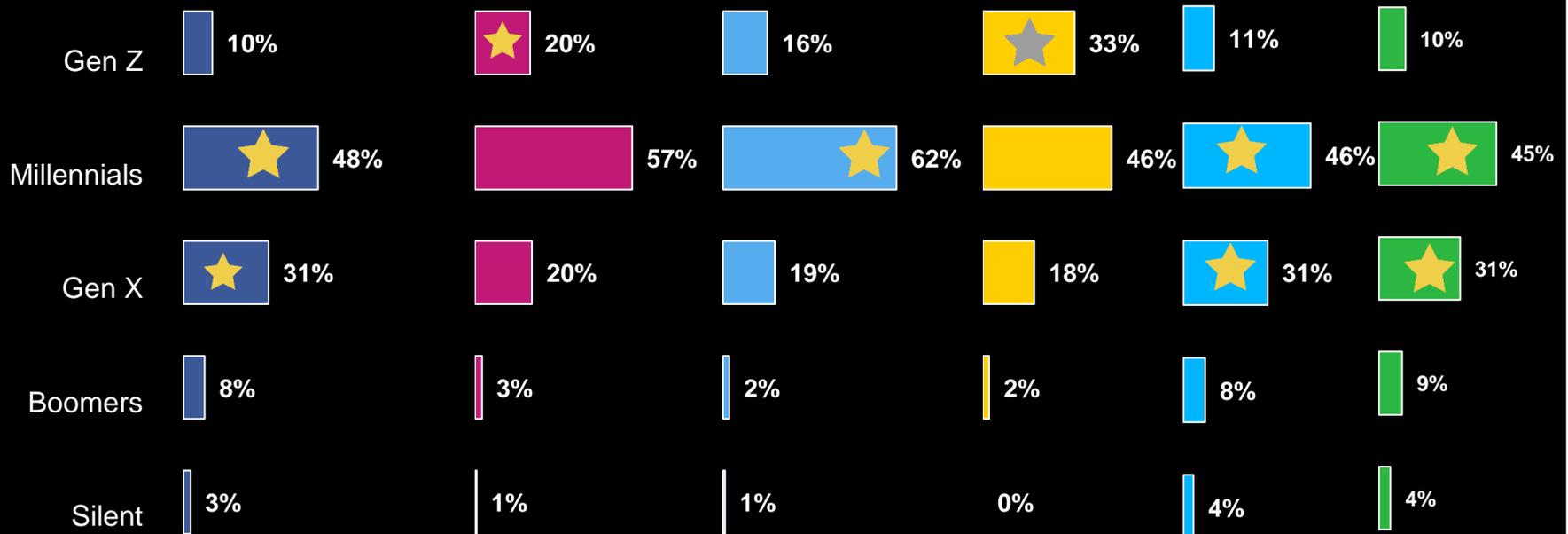


Facebook Messenger



WhatsApp

Distribución por generaciones

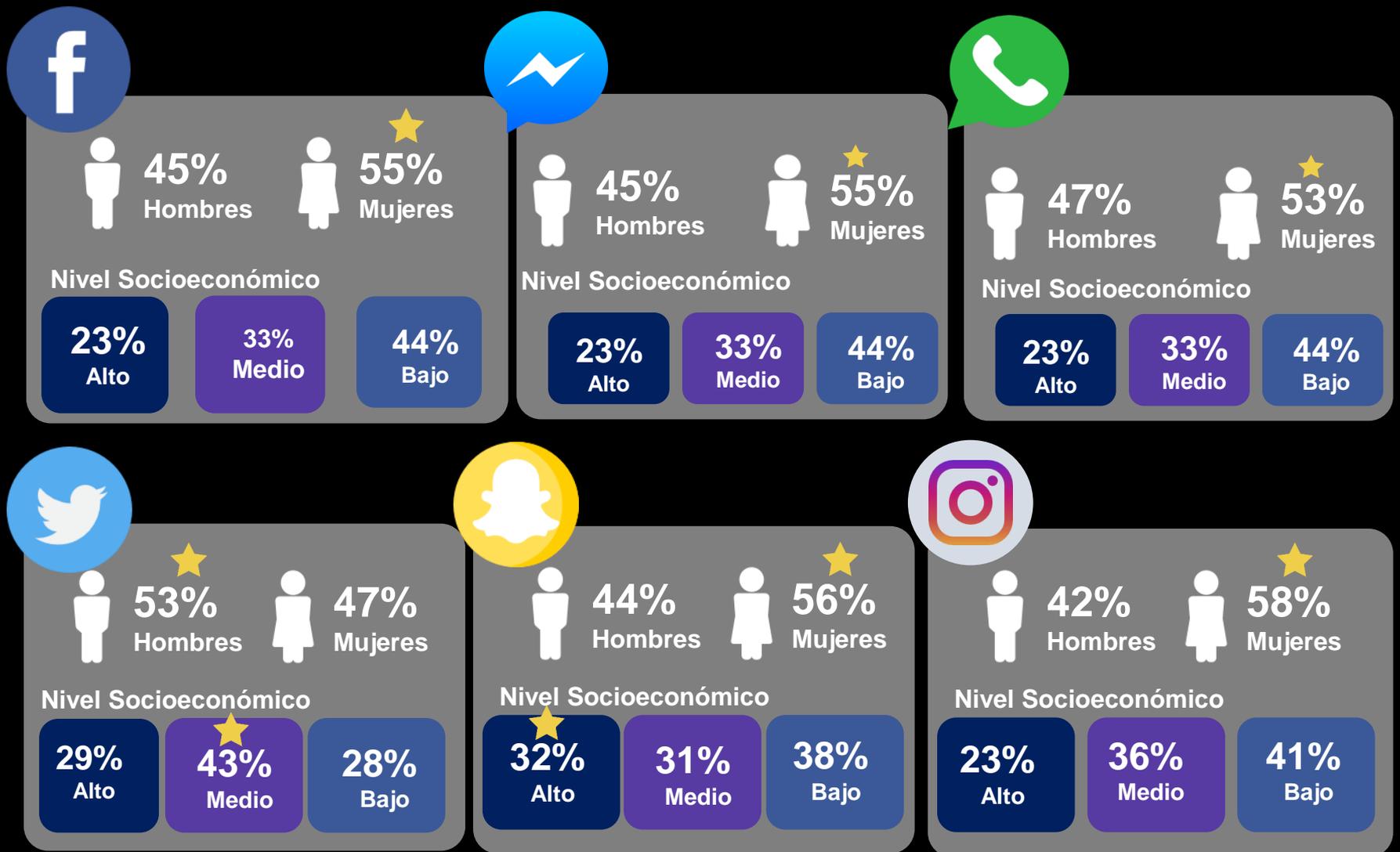


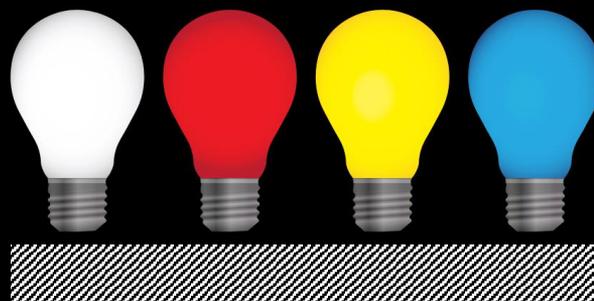
APPS

PERFIL DE LOS USUARIOS

Mayor presencia de Mujeres en Facebook, WhatsApp e Instagram.

Twitter tiene una mayor composición de Hombres y usuarios de NSE Medio, mientras que Snapchat es más utilizado por Mujeres y NSE Alto.





CREATIVE TIPS



Anuncios con video para aumentar las reproducciones en mobile.

La asociación con la marca debe ser clara

Imágenes que llamen la atención

Movimientos rápidos y transiciones entre las escenas.



Campañas en formato mixto. Inclusión de imágenes estáticas y videos en la misma campaña produce un mejor rendimiento que las campañas solo con video o solo con imágenes estáticas. Es necesario mezclar y combinar para captar la atención de los públicos y generar resultados.



Eficaces para reproducciones con y sin sonido

Formato vertical

Mensaje sólido e identidad de la marca al comienzo del video

INSIGHTS



comunicación

Es un dispositivo que permite la conexión y comunicación entre usuarios, con instituciones, medios, retails, marcas.



multipropósito

Cada vez tiene mayor utilidad y presencia a lo largo del día. Se realizan múltiples actividades a través del dispositivo. Las apps son claves.



social

El principal uso de este dispositivo es la conexión con otros. Los momentos de ocio, de traslado y de recreación son los momentos claves para el uso del dispositivo.



mobile life



Av. Juan B. Justo 637 – 9 Piso, TE 54 11 5-263-9900 Buenos Aires- Argentina
<http://www.ignis-arg.com> ignis.view@ignis-arg.com