

IPSOS APEME UPDATE

Uma seleção de estudos
e pontos de vista das
equipas Ipsos

Abril 2020

Ipsos APEME



BEM-VINDO

Bem-vindo à nossa edição IPSOS APEME UPDATE de Abril. Seleccionámos neste documento alguns estudos e pontos de vista das equipas Ipsos em todo o mundo.

O objetivo do IPSOS APEME UPDATE é simples: apresentar trimestralmente o “*melhor da Ipsos*”, projetos que se distinguiram, opiniões técnicas ou iniciativas de Portugal e do mundo.

Fornecemos todos os links e restantes fontes de informação, no final do documento. Esperamos que lhe sejam úteis.

Por favor, envie email para ipsos.apeme@ipsos.com com comentários, sugestões ou caso deseje receber edições futuras.

Obrigado,
A equipa Ipsos Apeme.

EDIÇÃO DE ABRIL

EM CRISE: EU E OS OUTROS

O que tem mais importância agora do que antes?

Após várias semanas em isolamento, descubra o que está a mudar na forma como os cidadãos portugueses olham para si e para a sociedade.

WEBINAR IPSOS APEME

Como podem as marcas responder à crise do Covid-19?

No passado dia 7 de Abril, Marina Petrucci aceitou o desafio da APAN - Associação Portuguesa de Anunciantes_ e apresentou o Webinar "Como podem as marcas responder à Crise do Covid-19?".

O PAPEL DA TV

Em resposta a novas necessidades familiares

A audiência de TV está a crescer e os diferentes papéis que este meio pode desempenhar no seio familiar têm sido variados. Este *paper* da Ipsos EUA sugere 4 funções da TV em tempo de isolamento.

SEM SAIR DE CASA?

Não há problema!

O atual contexto de isolamento social está a atrasar o acesso a informação sobre o consumidor? Continuamos a entregar insights com rapidez e segurança através de abordagens qualitativas online.

EM RESPOSTA AO COVID-19

Fique a par dos mais recentes artigos Ipsos

O Covid-19 fez com que as nossas vidas operassem em contextos desconhecidos e em padrões imprevisíveis. Reunimos algumas das reflexões realizadas pelas nossas equipas em diversas geografias.

UM NOVO MUNDO

Como transitar de um estudo offline para online?

A decisão de passar um estudo offline para online não se deve basear em "Se", mas sim em "Quando?".

EM CRISE: EU E OS OUTROS

O que tem mais importância agora do que antes?

Após várias semanas em isolamento, descubra o que está a mudar na forma como os cidadãos portugueses olham para si e para a sociedade.

O projeto multicliente “Comunidade Covid-19”, desenvolvido pela Ipsos Apeme numa base semanal, tem acompanhado os cidadãos portugueses, desde o início da crise pandémica em Portugal.

Sabemos que o Covid-19 e o confinamento conduziram a uma forte necessidade de ajuste e adaptação, e, consequentemente, novos valores e preocupações surgem na vida dos portugueses.

Questionámos a nossa comunidade para tentar perceber aquilo a que os indivíduos dão agora mais importância do que antes da crise, e verificámos a existência de um “[Aumento da importância dos valores individuais em tempo de Covid-19](#)”.

Embora a importância da Solidariedade se destaque entre os valores mais macro e sociais, valores mais micro e individuais como a Saúde Mental, a Saúde Física e a Família lideram o ranking total.

Conheça os resultados completos no nosso artigo e para mais informação sobre o projeto Comunidade Covid-19 entre em contacto:

- Susana Gonçalves: susana.goncalves@ipsos.com
- João Colimão: joao.colimao@ipsos.com

SAIBA MAIS



SEM SAIR DE CASA?

Não há problema!

O atual contexto de isolamento social está a atrasar o acesso a informação sobre o consumidor? Continuamos a entregar *insights* com rapidez e segurança através de abordagens qualitativas online.

Para além de afetar gravemente a economia, o isolamento social pode também criar uma barreira à recolha de informação junto dos consumidores. No entanto, os participantes mostram-se agora mais disponíveis e entusiasmados em partilhar informação junto das marcas:

“Gostei de participar numa reunião por videoconferência pois senti que me estava a proteger, a contribuir para algo e a poder partilhar as minhas opiniões. É ótimo sentir-me seguro no conforto do lar e não ficar limitado às circunstâncias impostas.” Consumidor

Este é o momento ideal para conhecer melhor os consumidores e potenciar a criação de novas oportunidades de negócio. A nossa recomendação é manter os objetivos de research, através de abordagens qualitativas online:

- Video Focus Group
- Imersões Digitais
- Workshops Virtuais
- Aplicação Applife
- Virtual Why Dive
- Comunidades Online

[SAIBA MAIS](#)

[FLYER METODOLOGIAS](#)

Sem sair de casa? Não há problema!



Video Focus
Group



Imersões
Digitais



Workshops
Virtuais



Aplicação
Applife



Virtual
Why Dive



Comunidades
Online



WEBINAR IPSOS APEME

Como podem as marcas responder à crise Covid-19?

No passado dia 7 de Abril, Marina Petrucci aceitou o desafio da APAN - Associação Portuguesa de Anunciantes - e apresentou o *webinar* "**Como podem as marcas responder à Crise do Covid-19?**".

No *webinar* "**Como podem as marcas responder à crise do Covid-19?**", Marina Petrucci, Country Manager da Ipsos Apeme, partilhou alguns *insights* dos *researchs* desenvolvidos e respondeu à pergunta: "**Como estão os consumidores a mudar o seu comportamento?**".

Foram apresentadas algumas tendências sobre estes tempos iniciais de crise. Os consumidores passam agora mais tempo a organizar e a limpar o lar; reinventam o convívio em família; socializam e intensificam as suas relações; despendem mais tempo a cozinhar, a consumir cultura por plataformas digitais, a ver tv e media *streaming*; e optam por opções mais sustentáveis...

Mas como devem as marcas responder a estes novos hábitos? Marina Petrucci apresenta **8 estratégias que as marcas podem adotar para serem mais relevantes** para os consumidores, no contexto atual, e realça:

"Nenhuma crise dura para sempre. Este será o momento para atuar e posicionar as marcas. E acredito plenamente nisto que digo, como consumidora e como marketer: as marcas que ficarem agora no meu coração ficam seguramente por muito mais tempo!".

Clique "Saiba mais" e tenha acesso à gravação do *webinar* e à apresentação partilhada.

[SAIBA MAIS](#)

[GRAVAÇÃO](#)

[APRESENTAÇÃO](#)


webinar



EM RESPOSTA AO COVID-19

Fique a par dos mais recentes artigos Ipsos

O Covid-19 fez com que as nossas vidas operassem em contextos desconhecidos e em padrões imprevisíveis. Reunimos algumas das reflexões realizadas pelas nossas equipas em diversas geografias.

Muitas marcas não têm a certeza se devem ou como devem agir neste período. O artigo [“Coronavírus e a mudança de comportamentos: O que significa para as marcas”](#) apresenta ideias de como as marcas podem continuar a ser relevantes nos dias de hoje.

Os consumidores querem continuar a ouvir as marcas. O *paper* [“The Creative Fightback”](#) revela que, acima de tudo, os clientes querem que as marcas e a publicidade ofereçam uma sensação de segurança e normalidade, seguidas de positividade - com mensagens de esperança, conforto e calma.

Rever a construção da marca durante a pandemia, é o que defende o artigo [“Crescimento da marca durante a crise”](#). O contexto e dinâmica atuais podem desafiar o manual de construção de marca. Conheça as 4 perspetivas iniciais que ajudarão as marcas no hoje e no amanhã pós-crise.

No artigo [“Staying close to your customers”](#), os *experts* globais de Customer Experience da Ipsos definem 3 etapas relacionadas com o fortalecimento da relação entre marcas e os consumidores, em tempo de mudança: entender o impacto da crise, adaptar as experiências e antecipar as necessidades.

Acompanhe o nosso website ou entre em contacto com a nossa equipa para obter mais informação.

SAIBA MAIS



O PAPEL DA TV

Em resposta a novas necessidades familiares

A audiência de TV está a crescer e os diferentes papéis que este meio pode desempenhar no seio familiar têm sido variados. Este *paper* da Ipsos EUA sugere 4 funções da TV em tempo de isolamento.

Com as famílias juntas em casa, um efeito colateral do vírus foi o aumento da audiência de TV e vídeo em todos os formatos, períodos do dia, tipos de conteúdo e plataformas.

O aumento da audiência mostra que as pessoas estão agora com mais tempo e que procuram preencher o seu dia através dos ecrãs. Mas a TV não está apenas a preencher um intervalo de tempo, está também a desempenhar uma variedade de papéis no ambiente familiar.

Os nossos colegas da Ipsos EUA, realizaram um estudo on-line sobre o uso do media durante o contexto de isolamento “*The evolved role of tv in the “lockdown family household” and implications for media brands*”. Descobriram as 4 funções que a TV está a desempenhar em tempos de isolamento:

- 01. The entertainer
- 02. The informer
- 03. The babysitter
- 04. The commercial break

Saiba mais sobre estes papéis e conheça as implicações dos mesmos para as marcas de media hoje e no futuro.

SAIBA MAIS



UM NOVO MUNDO

Como transitar de um estudo offline para online?

A decisão de passar um estudo offline para online não se deve basear em “Se”, mas sim em “Quando?”.

Os estudos online são agora mais viáveis, devido aos avanços da tecnologia e ao aumento do acesso à internet. A transição dos projetos de *research* do offline para o online traz benefícios de tempo e budget.

Mas a decisão de o fazer nem sempre é fácil, pois a mudança geralmente causa interrupção nas tendências dos dados. O online e o offline não são permutáveis: o mesmo estudo realizado offline e online pode produzir, numa primeira instância, dados brutos diferentes.

É possível estar preparado e gerir essas alterações. Recomendamos considerar cada mudança caso a caso. Quando o online é uma boa opção, a transição pode ser gerida através de uma rutura com o passado ou medindo as mudanças das tendências dos dados através de testes paralelos.

Com base na experiência da Ipsos, este *paper* mostra como tomar decisões informadas sobre a transição para o online e o que esperar durante o processo. Alguns pontos gerais das melhores práticas incluem:

- Antecipar as alterações dos dados durante o processo de transição
- Avaliar as correlações entre o offline e o online, uma vez que podem continuar a levar às mesmas decisões de negócios
- Minimizar as diferenças de como o inquérito é apresentado no novo canal online

SAIBA MAIS



LINKS

EM CRISE: EU E OS OUTROS

O que tem mais importância agora do que antes?

Saiba mais: <https://www.ipsos.com/pt-pt/aumento-da-importancia-dos-valores-individuais-em-tempo-de-covid-19>

WEBINAR IPSOS APEME

Como podem as marcas responder à crise do Covid-19?

Saiba mais: <https://www.ipsos.com/pt-pt/webinar-como-podem-marcas-responder-crise-do-covid-19>

O PAPEL DA TV

Em resposta a novas necessidades familiares

Saiba mais: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-04/the_evolved_role_of_tv.pdf

SEM SAIR DE CASA?

Não há problema!

Saiba mais: <https://www.ipsos.com/pt-pt/sem-sair-de-casa-nao-ha-problema>
Flyer Metodologias: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-04/ipsos_apeme_sem_sair_de_casa_nao_ha_problema_0.pdf

EM RESPOSTA AO COVID-19

Fique a par dos mais recentes artigos Ipsos

Saiba mais: <https://www.ipsos.com/pt-pt>

UM NOVO MUNDO

Como transitar de um estudo offline para online?

Saiba mais: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-03/a-new-world-transitioning-online-ipsos.pdf>

CONTACTOS

A informação presente neste IPSOS APEME UPDATE é de domínio público e está disponível para todos os nossos clientes.

Por favor, envie email para ipsos.apeme@ipsos.com com comentários ou sugestões para futuros conteúdos.



Em Portugal, encontramos-nos na
Avenida Duque d'Ávila nº 26 – 3º andar
1000-141 Lisboa
Tel.: +351 21 358 34 80