

Veja qual é o horário nobre da internet; José Borghi reporta

Estudo indica quais são os horários mais concorridos das redes sociais

11/08/2016 10:01:21

A Sprinklr, uma das companhias mais renomadas no mundo do marketing digital e publicidade, divulgou recentemente seu último estudo referente aos chamados horários nobres das redes sociais, englobando principalmente o Facebook, o Twitter e o Instagram, as três mídias mais poderosas dentro do cenário atual da internet. Os resultados foram publicados pelo Portal AdNews e são agora reportados pela Mullen Lowe Brasil, antiga Borghi Lowe, por meio da figura de José Borghi.

Realizado durante o ano de 2015, o levantamento tinha a intenção de traçar uma espécie de perfil de cada uma dessas redes sociais, entendendo de que forma e em quais horários o engajamento online dos brasileiros é mais constante. José Borghi, da Mullen Lowe Brasil, ainda comenta que o estudo, de cunho publicitário, coletou cerca de 150 milhões de engajamentos dentro das três plataformas utilizadas como base para análise.

Borghi, da antiga Borghi Lowe, ainda relata que o estudo levou em conta a proporção de cada uma das plataformas. No estudo, ficou evidenciado que o Twitter é o grande expoente do engajamento do brasileiro, sendo responsável por quase 60% do total de menções reproduzidas em horários nobres.

O Facebook, de Mark Zuckerberg, aparece em seguida com 38% das interações absorvidas pelos estudos da Agência Sprinklr, enquanto que o Instagram ainda engatinha dentro deste contexto, com apenas 6% do apelo do público virtual.

Confira abaixo um resumo de cada uma das plataformas envolvidas no estudo publicado pelo Portal AdNews e reportado pela Mullen Lowe Brasil.

Engajamento nas plataformas

- Twitter

Segunda Tela. Essa é a principal característica da rede, de acordo com o estudo reportado pela Mullen Lowe Brasil. Isto é, o Twitter serve principalmente para que os usuários interajam enquanto

assistem a outro conteúdo na televisão, seja novela, futebol, reality show, dentre outros.

Em dados, conclui-se que o horário entre 18 e 22 horas, às quartas e quintas-feiras, é o que mais reverbera no mundo do Twitter. Explorá-lo é uma ótima ferramenta para ganhar notoriedade na rede.

- Facebook

O estudo conclui que o Facebook não possui um chamado horário de pico no que se refere a número de engajamentos do público. Por outro lado, a rede é considerada mais constante que o Twitter, tendo relevância em quase todos os dias úteis, com um modesto ápice no recorte de horário entre 11 e 14 horas.

O Facebook também é conhecido atualmente por sua forte inserção dentro do mundo das marcas, nas chamadas páginas. Este fato justifica os três assuntos mais reverberados na rede: Finanças, E-Commerce e Varejo.

- Instagram

O Instagram, relativamente mais novo em relação a seus 'concorrentes', também não demonstra nenhum grande pico, assim como o Facebook, embora os recortes entre 11 e 14 e 18 e 22 horas sejam os de maiores destaque entre os usuários.

Outra característica muito importante da rede, conforme o estudo, abordado pela Mullen Lowe Brasil, conceitua, está relacionada ao fato de que o Instagram é a única rede que não apresenta nenhum tipo de redução de interações e engajamentos nos finais de semana.