

# BRIEFING

Os Negócios do Marketing



Pesquisar...



[INÍCIO](#) [MARKETING](#) [PUBLICIDADE](#) [MEDIA](#) [COMUNICAÇÃO](#) [OPINIÃO](#) [ENTREVISTAS](#) [CRIATIVIDADE](#) [FIBRA](#) [VIRALBRIEF](#) [MAPA DO SITE](#) [CONTACTOS](#)

Início > Marketing > O digital à conquista dos orçamentos de marketing

## O digital à conquista dos orçamentos de marketing

quinta, 04 setembro 2014 11:36

tamanho da fonte | Imprimir | E-mail



Os anunciantes portugueses estão a desviar parte do orçamento de marketing dos meios tradicionais para os canais. É uma tendência seguida por 75,1% dos abrangidos pelo estudo Digitrends, desenvolvido pela QSP Consultoria de Marketing, em parceria com a RTP, a WeDo Technologies e a Inova-Ria.

O estudo identificou ainda que 71,1% das marcas aloca mais de 6% do orçamento de marketing/comunicação ao digital, sendo que 53,3% investe mais de 11% desse valor nos canais digitais.

Redes Sociais (84,4%), Publicidade Digital (82,2%) e Search Engine Optimization - SEO (60%) são as áreas mais nomeadas como aquelas em que as marcas mais tencionam investir este ano.

No que respeita às redes sociais, verifica-se que 84% dos maiores anunciantes em Portugal tem conta no YouTube, contra 76% no Facebook. Maioritariamente, as marcas usam o YouTube para vídeos promocionais e eventos e o Facebook para página institucional e publicidade.

Além disso, 31,1% das marcas já prestam serviços de apoio ao cliente através das redes sociais, 75,5% desenvolve estratégias de email marketing e 81,5% utiliza o mobile marketing.

Acresce que 27% dos maiores anunciantes possui canal de venda online próprio e, entre os que vendem online, mais de 20% afirma obter receitas superiores a 500 mil euros através deste canal.

[briefing@briefing.pt](mailto:briefing@briefing.pt)

