

+ **Televisão.**

Amanda Françoze é nova contratada da TV Aparecida; ela fará reality show musical **PÁG. 19**

COMPORTAMENTO PESQUISA MOSTRA QUE DEPOIS DE PARENTES E AMIGOS, SÃO YOUTUBERS, INSTAGRAMERS... QUE DITAM O CAMINHO DAS COMPRAS

INFLUENCIADORES

PESQUISA MOSTRA QUE ELES SÃO 2ª FONTE MAIS PROCURADA NA BUSCA POR INFORMAÇÕES DE CONSUMO

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Da Redação
@jornalovale

Segundo dados divulgados, 39% das preferências estão em sites de reviews e blogs; 34% em sites oficiais de marcas; e 26% em publicidade na internet.

Para quem você pede opinião quando quer saber sobre algo que pretende consumir? "Pais e amigos" provavelmente será sua primeira resposta. No entanto, recente pesquisa mostrou que os chamados influenciadores digitais são a segunda fonte na busca por informações sobre produtos, passeios e serviços.

O estudo realizado pelo instituto de pesquisa on-line Qualibest contou com a participação de 700 pessoas, com idade entre 20 e 29 anos, entre os dias 7 e 21 de março, que participaram da pesquisa por meio de questionário on-line.

76% delas afirmaram seguir ao menos um influenciador digital no Facebook (92%), YouTube (90%), Instagram (73%), Twitter (31%) e SnapChat (23%) - redes sociais favoritas do público.

Bem verdade que a capacidade de engajamento é algo há bastante tempo conhecido (e debatido) no mercado publicitário. Mas, agora, os institutos de pesquisa vêm identificando novas vantagens relacionadas a esses nomes.

"Um dos dados apurados mostra que eles são a segunda fonte de informações para a tomada de decisão na compra de um produto, citada por 49% dos respondentes, perdendo apenas para amigos e parentes, citados por 57% dos respondentes", explicou em nota Daniela Malouf, diretora-geral do instituto.

ELAS.

A pesquisa mostrou ainda que as mulheres estão conquistando cada vez mais espaço em áreas antes dominadas por homens. Foram apontados nomes dos principais influenciadores em 17 categorias.

No humor, Tatá Werneck tem a preferência do público e foi citada por 3% das pessoas, na música, Anitta sai na frente, com 6%. Entre as celebridades, Bruna Marquezine domina (5%).

Quando o assunto é moda e beleza, Bianca Andrade (15%) dispara seguida por Camila Coelho (10%). Saúde e universo fitness tem Gabriela Pugliesi (15%) no topo dos nomes lembrados. Dani Noce (5%) lidera a categoria culinária e gastronomia junto do canal "Ana Maria Brogui", comandado por Caio Novaes.

Dani, aliás, é destaque também quando o assunto é viagem, com 3%. Em educação, Debora Aladim (3%) foi o nome mais citado. Em decoração, Diycore (5%) ficou na frente de Madu Magalhães (3%) e Paula Stéphânia (2%).

Em empreendedorismo e negócios, o nome mais seguido é o de Nathalia Arcuri, com seu canal "Me Poupe" (7%). Em política, elas também levam a melhor com o perfil "Empodere Duas Mulheres" (3%). E em religião e espiritualidade, Fabiola Melo (4%) sai na frente.

A pesquisa conclui que nos segmentos beleza e alimentos, influenciadores tem enorme poder tanto na apresentação de novos produtos, quando na hora de alavancar vendas.

Os homens levaram a melhor nas categorias entretenimento e cultura (Whindersson Nunes, 4%); esportes: (Neymar, 18%); e games e jogos (Coisa de Nerd, 6%). ■



Mercado. Dani Noce, nome lembrado quando o assunto é gastronomia e viagens