

Aproximativ 76% dintre români folosesc rețelele sociale cel mai mult pentru a urmări postările prietenilor, iar cele mai comune activități făcute de români pe acestea sunt urmărirea prietenilor și reacționarea la postări cu like-uri, "inimi" sau alte reacții, reiese din rezultatele unui studiu de specialitate, publicat luni.

Potrivit cercetării realizate de Exact Business Solutions, reprezentativă la nivel național pentru populația utilizatoare de internet, aproximativ jumătate dintre români au comentat la postări și 41% au postat o poză pe profilul personal în ultimele trei luni.

Totodată, cea mai puțin comună activitate desfășurată de români pe rețelele sociale este postarea de video-uri sau live-uri, desfășurată de mai puțin de 10% dintre aceștia.

Studiul mai arată că **femeile sunt în general mai active pe rețelele sociale decât bărbații**, înregistrând diferențe pozitive pe majoritatea activităților. Astfel, opt din zece femei (80%) au dat like-uri/reacții/inimi la postări în ultimele trei luni, semnificativ mai multe comparativ cu bărbații (71%).

Aproape jumătate dintre femei (47%) au postat o poză pe rețelele sociale în ultimele trei luni, comparativ cu procentajul bărbaților, care este semnificativ statistic mai mic (34%). În același timp, 44% dintre femei au dat "share" (au distribuit) o poză pe profilul personal, procentaj ce este semnificativ statistic mai mare comparativ cu cel înregistrat de bărbați (36%).

Mai mult de o treime dintre femei (34%) au postat un story/o poveste în ultimele trei luni, procent de asemenea semnificativ mai mare comparativ cu cel al bărbaților (20%). Tinerii (18-30 ani) postează mai multe story-uri, în timp ce persoanele mature (46-65 ani) postează pe profilul personal și comentează la posturi mai mult, comparativ cu tinerii.

Totodată, persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 și 30 de ani au înregistrat procente semnificativ mai mari (comparativ cu cele înregistrate de persoanele mai mature - 46-65 ani) în ceea ce privește următoarele activități: urmărirea influencerilor pe rețelele sociale - 43%, postarea de story-uri/povești - 46%, activități care au apărut mai recent în social media.

Pe de altă parte, **tinerii sunt mai puțin activi** comparativ cu procentele înregistrate de toți respondenții în ceea ce privește: postarea pe profilul personal (17%), comentarea la postări (37%), precum și distribuirea unui post pe profilul personal (30%).

"Persoanele mai mature pe de altă parte (46-65 ani) rămân cumva într-o zonă 'tradițională' în ceea ce privește activitatea pe care o desfășoară pe rețelele sociale, deoarece întreprind mai degrabă activități care au apărut odată cu rețelele sociale: comentatul la postări, distribuirea acestora. Dacă ne uităm la cele care sunt mai nou apărute, precum story-urile, vedem că aici avem o activitate foarte scăzută în rândul utilizatorilor maturi, spre deosebire de tineri care sunt foarte activi în această zonă", afirmă Julien Zidaru, Managing Partner EXACT Business Solutions.

Potrivit aceluiași studiu, **bucureștenii sunt mai activi în urmărirea brandurilor pe rețelele sociale.** Astfel, 44% dintre bucureșteni au declarat că urmăresc

STUDIU: Circa 76% dintre români folosesc rețelele sociale în special pentru a urmări postările prietenilor

Written by Administrator

Tuesday, 12 January 2021 02:27 -

branduri pe rețelele sociale, scor comparativ statistic mai mare decât cel obținut de total eșantion (32%).

Informațiile sunt parte a celui de-al optulea val al studiului "Digital Evolution: Connected Consumer Monitor", realizat de Exact Business Solutions în toamna anului 2020. Universul cercetării a fost reprezentat de persoane cu vârste cuprinse între 18 și 65 de ani, rezidente în mediul urban și rural și utilizatoare de internet. Volumul eșantionului a fost de 1.137 de respondenți. Aceștia au fost selectați din panelul Exact Business Solutions, care conține 50.000 de respondenți, chestionarul fiind administrat online.

Cu experiență de peste zece ani în marketing research, Exact Business Solutions oferă o gamă largă de metode, tehnici și instrumente de cercetare, atât pentru studii cantitative, cât și calitative. **AGERPRES**