

MARCAS EN REDES SOCIALES OPINIONES DIVIDIDAS

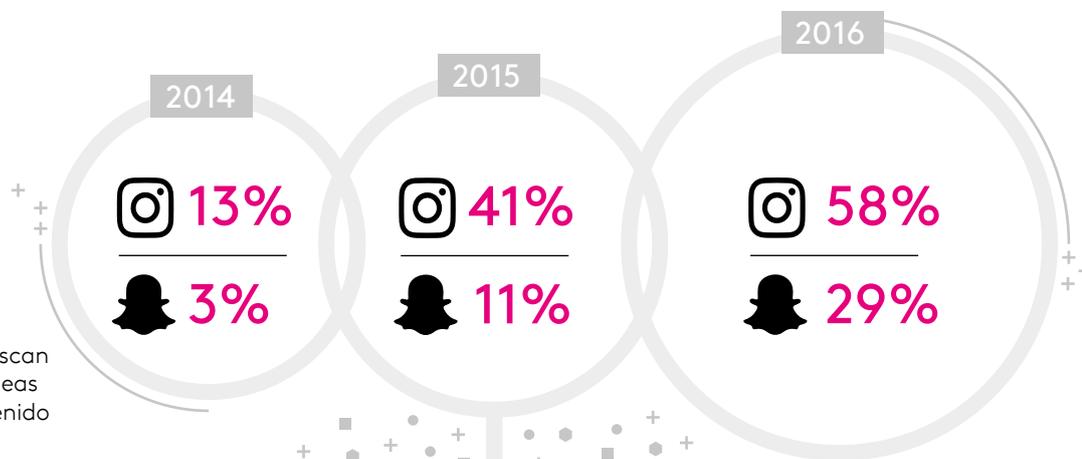
KANTAR TNS.

Uso Argentina

Instagram

Snapchat

La popularidad de Instagram y Snapchat se ha incrementado entre las personas que buscan emociones instantáneas y auténticas y contenido en el momento.

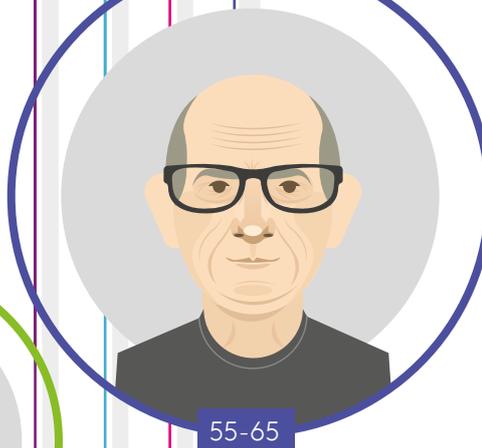
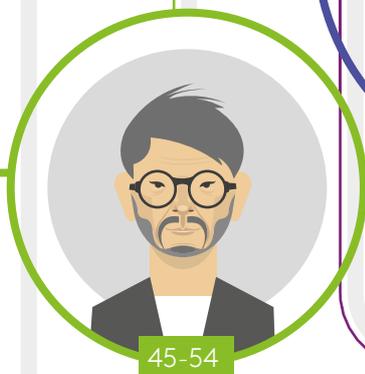


"El aumento de Instagram y Snapchat se relaciona con los deseos de las personas de tener entretenimiento y contenido de amigos e influenciadores de forma instantánea"

Michael Nicholas
Director Global
Kantar TNS

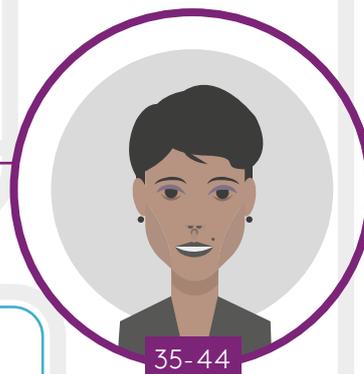
35%

sigue constantemente la publicidad de una marca online.



34%

ignora activamente los posts en redes sociales y el contenido de las marcas.

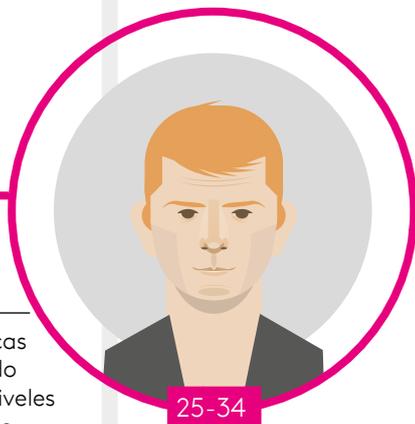


42%

no está de acuerdo con la idea de que las marcas monitoreen su comportamiento online para enviarles anuncios.

24%

creen que las marcas que han contactado tienen diferentes niveles de servicio al cliente online y offline.



18%

no está abierto a compartir más información con las marcas online, aún cuando se les ofrezca una recompensa.