



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin, Germany  
Adjust Inc. 500 Montgomery Street, Suite A, CA 94111, United States of America  
pr@adjust.com, [www.adjust.com](http://www.adjust.com)

## Impulsionado pela pandemia, o mobile streaming conquista o grande público, abrindo oportunidades publicitárias imperdíveis em vários mercados

*O novo Relatório da Adjust sobre o Mobile Streaming descobriu que 52,5% dos consumidores pelo mundo usaram seus smartphones para ver streaming de conteúdos de vídeo desde o surto da Covid-19*

**BERLIM, 17 de fevereiro de 2021** — O streaming por Over The Top (OTT) explodiu durante a pandemia mundial, de acordo com um novo relatório lançado hoje pela plataforma global de app marketing analytics Adjust, revelando uma mudança decisiva nos padrões de consumo em direção ao mobile. Quebrando o mito de que a maior parte do mobile streaming acontece durante viagens no transporte público, 84% dos consumidores nos países pesquisados usam seus smartphones para assistir a streamings na mesma quantidade ou mais desde o começo da pandemia.

Em média, mais da metade dos consumidores entrevistados (52,51%) disse assistir mais ao streaming de vídeos desde o lockdown. Apenas 12% dos consumidores estão vendo menos streamings — o que significa quatro vezes mais consumidores estão usando seus smartphones para o streaming de vídeos.

Com base em uma pesquisa com mais de 7 mil entrevistados, nos Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Turquia, Japão, Singapura, Coreia e China, o Relatório sobre o Mobile Streaming 2021 também encontrou fortes hábitos de streaming em todas as gerações nos países "mobile first". Ao todo, quase 90% dos usuários com ou mais de 55 anos na China (89,8%) e na Turquia (88,9%) disseram assistir a streamings pelo celular todos os dias ou, pelo menos, uma vez por semana.

*"Essa mudança drástica para um mobile streaming que faz parte da rotina do mundo todo e de várias gerações criou grandes oportunidades publicitárias e um novo papel para o mobile analytics", disse Paul H. Müller, cofundador e CTO da Adjust. "Entendendo como e quando os consumidores assistem a streamings, assim como quais canais e campanhas entregam o maior impacto de marketing, o potencial para criar bases de usuários grandes e leais com um LTV alto é praticamente ilimitado."*

Outras descobertas do relatório incluem:

- **A maioria dos consumidores assiste a um mobile streaming pelo menos uma vez por dia.** Usuários na China (93,75%) e na Turquia (91,9%) veem um streaming com mais frequência — todos os dias a uma vez por semana —, comparados com 69,4% nos Estados Unidos e 45,7% no Reino Unido.

- **Usuários de todas as gerações e regiões assistem a um streaming, pelo menos, por uma hora por sessão, uma prova de que os espectadores não estão mais consumindo somente conteúdos curtos — eles estão maratonando episódios e filmes inteiros.**
  - Os millennials, os maiores usuários de mobile streaming, também assistem por mais tempo. A duração da sessão leva, em média, 90 minutos (94,2), enquanto a Geração Z vem logo em seguida, pouco abaixo dos 90 minutos (87,6).
  - Segundo os dados, os usuários com ou mais de 55 anos são menos intensos, porém com 65 minutos em média por sessão, esse público parece estar aquecendo.
- **Os consumidores estão gastando uma quantia considerável em serviços de entretenimento de streaming e sob demanda.** A Coreia sai na frente com US\$ 42,68 por mês em comparação com US\$ 33,58 nos Estados Unidos e US\$ 34,82 no Reino Unido.

### **A CTV abre oportunidades novas para a segunda tela**

A pesquisa da Adjust também destaca quão disseminada a segunda tela se tornou pelo mundo, com a ascensão da Connected TV (CTV). Em média, mais de três quartos (76%) dos entrevistados usam seus celulares mobile ao assistir à televisão; esse comportamento de audiência é mais pronunciado em Singapura e na China (ambos com 85%), seguidos de perto pelos Estados Unidos (83%).

Os aplicativos sociais são a escolha número 1 de quem usa uma segunda tela — a opção de 65,4% dos entrevistados, em média —, seguidos pelos aplicativos de banking (54,9%) e jogos (44,9%). Os usuários de segunda tela na Ásia-Pacífico têm um apetite saudável por aplicativos de delivery de comida, com o uso mais forte na China (65,2%), Coreia (36,6%) e Singapura (48,2%).

Os anunciantes podem explorar a tendência da segunda tela colocando um CTA nos anúncios de TV, por exemplo, com o download do aplicativo via um código QR. Isso tem o potencial de criar uma experiência totalmente nova e interativa com a marca em dois dispositivos.

Para mais insights, baixe o relatório completo aqui.

###

### **Metodologia**

Para que os profissionais de marketing possam compreender o mercado do mobile streaming, este relatório se baseia em pesquisas com o consumidor com 7 mil entrevistados localizados nos Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Turquia, Japão, Singapura, Coreia e China.

### **Sobre a Adjust**

A Adjust é uma plataforma global de app marketing analytics comprometida com os mais altos padrões de privacidade e performance. As soluções da Adjust incluem atribuição, mensuração, prevenção contra fraudes, cibersegurança e ferramentas de automação. A missão da empresa é tornar o marketing mais simples, inteligente e seguro para os 40 mil aplicativos que trabalham com a Adjust.

**Contato de Mídia:**

Joshua Grandy

Gerente de Comunicações, EUA

[pr@adjust.com](mailto:pr@adjust.com)