

TGI Digital View



Obtén una vista completa de los comportamientos y hábitos de internet, así como una vista detallada de Games, E-Commerce y Streaming.

KANTAR IBOPE MEDIA

TGI Digital View

Información detallada sobre los hábitos de consumo en Internet.

¿Cómo puedo identificar las mejores oportunidades en internet?

¿Cuáles son los hábitos de consumo en las nuevas plataformas?

¿Cuál es el mejor enfoque para atraer a mi audiencia objetivo en Internet?

TGI Digital View es una herramienta estratégica que abarca los hábitos, las opiniones, el consumo de medios, los productos, los servicios, el estilo de vida y las características demográficas relacionadas con internet.

Se trata de una solución de Kantar IBOPE Media presente en 11 países, cuatro de ellos en Latinoamérica: Argentina, Brasil, Colombia, México y ahora también en Chile y Perú.

Gracias a TGI Digital View, obtendrás una visión general de las características y la utilidad de internet, además de conocer en detalle el comportamiento de los usuarios.

Trae en su cuestionario, además de información sobre el consumo general de internet, 3 bloques enfocados a sectores esenciales del universo online: Games, E-Commerce y Streaming.



Ventajas de TGI Digital View

- Conocer el comportamiento y los hábitos de consumo de productos y medios digitales de los internautas.
- Diseñar estrategias digitales.
- Analizar los datos psicográficos de internet, las audiencias afines y los grupos de interés.
- Identificar oportunidades en los internautas.
- Conocer más de cerca los comportamientos on line en 3 sectores esenciales: games, e-commerce y streaming.
- Analizar los datos cruzados de Digital View y Target Group Index.

Información disponible

Uso de internet, actividades realizadas en los últimos 30 días, redes sociales y las actividades que realizan en ellas, opiniones y comportamientos relacionados a sus actividades en internet, aplicaciones, games, e-commerce, streaming, visitas a sitios web, operaciones bancarias en Internet y más.

TGI Digital View en acción

75%

El uso de internet puede volverse adictivo

73%

Descubre primero, noticias y eventos de última hora a través de los sitios de redes sociales

62%

Mientras navega en internet chatea con amigos/familiares en el teléfono móvil

Fuente: Kantar IBOPE Media | TGI Digital View Perú 2022 R1

Segmentaciones exclusivas Games, E-Commerce y Streaming:

Permite analizar a las audiencias en función de su comportamiento en internet en un segmento predeterminado.

Games: El 39% de los gamers pertenecen al segmento de personas **sociales**.

E-Commerce: 30% de las personas que compran en internet son **cautelosos**.

Streaming: El 23% de personas que usan streaming para escuchar música o ver videos son **aficionados**.

Metodología y datos del estudio

En Perú, el estudio se realizó mediante un cuestionario online, con la participación de 3000 usuarios de internet, de entre 15 y 75 años, que respondieron a preguntas sobre las actividades que realizaron en internet en los 30 días anteriores al estudio.

Los resultados obtenidos se combinaron con la base regular de Target Group Index de acuerdo a la metodología de fusión.

✉ Contáctanos: sac.peru@kantariopemedia.com