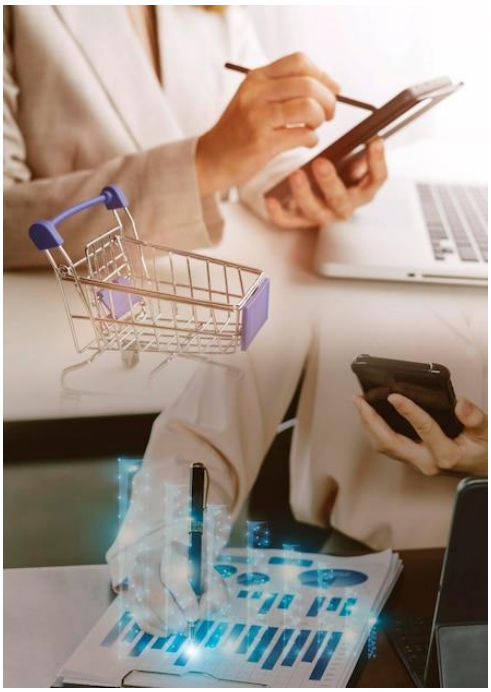
Digital Brazil 2024: una panoramica del mercato digitale brasiliano



L'era digitale ha fatto passi da gigante in Brasile, come rivelato dall'ultimo sondaggio DataReportal. Questo rapporto, intitolato "***Digital Brazil 2024***", offre preziose informazioni sullo stato attuale del Paese nel panorama digitale, coprendo aspetti come l'accesso a Internet, l'uso di dispositivi mobili, il comportamento online e non solo. Con il **66,3% della popolazione brasiliana connessa a Internet**, il Brasile segue da vicino la media di connettività globale. Questi dati rafforzano la crescente importanza di Internet nella vita quotidiana dei brasiliani ed evidenziano il potenziale di crescita delle strategie di marketing digitale.

La predominanza dei dispositivi mobili in Brasile è innegabile, con il **96,9% della popolazione che possiede una connessione mobile**. Questo scenario sottolinea la necessità per le aziende di adattare le proprie piattaforme per garantire un'esperienza ottimizzata sui dispositivi mobili, soprattutto nelle strategie mirate all'e-commerce. Il brasiliano medio trascorre più di nove ore al giorno su Internet, con una notevole quantità di tempo dedicata ai social media. Ciò non solo indica la rilevanza delle piattaforme digitali nella vita di tutti i giorni, ma segnala anche significative opportunità per i marchi di interagire con il proprio pubblico attraverso contenuti digitali coinvolgenti e campagne di marketing sui social media.

I social media continuano a essere una componente cruciale della vita digitale in Brasile, con piattaforme come WhatsApp, Instagram e Facebook che dominano la scena. Questo elevato coinvolgimento offre un terreno fertile ai marchi per eseguire campagne di marketing digitale, sfruttando la vasta portata e le capacità di targeting di queste piattaforme.

Il rapporto evidenzia inoltre la continua crescita dell'e-commerce in Brasile, con un aumento del numero di consumatori che acquistano online. Convenienza, sconti e velocità alla cassa sono fattori chiave che guidano lo shopping online, suggerendo che i marchi devono ottimizzare le proprie strategie di e-commerce per soddisfare queste aspettative dei consumatori.

Sono state inoltre evidenziate alcune sfide, come la necessità di migliorare la rappresentazione negli annunci pubblicitari e di affrontare le preoccupazioni dei consumatori sulla privacy online. I marchi in grado di affrontare queste sfide,

offrendo esperienze online autentiche e sicure, saranno ben posizionati per sfruttare le opportunità nel mercato digitale brasiliano.

Mentre il Brasile continua ad evolversi digitalmente, i marchi che si adattano e innovano nello spazio digitale saranno nella posizione migliore per crescere e prosperare in questo mercato dinamico.

"Digital Brazil 2024" HOT TOPICS

Crescita del commercio elettronico: con **187,9 milioni di brasiliani che utilizzano Internet**, pari all'**86,6%** della popolazione, le aziende hanno a disposizione un vasto pubblico online. La digitalizzazione è una tendenza innegabile, che rafforza la necessità di una solida presenza online.

Con un aumento di **6,1 milioni di nuovi utenti Internet in un solo anno (2024)**, il potenziale dell'e-commerce continua ad espandersi. Le aziende devono trarre vantaggio da questa crescita offrendo esperienze di acquisto online convenienti e sicure.

Importanza dei dispositivi mobili: con **210,3 milioni di connessioni mobili** e il **96,9%** della popolazione possiede qualche tipo di cellulare, puntare su strategie mobile-first non è solo consigliato, ma essenziale. I siti Web e le app devono essere ottimizzati per questi dispositivi per catturare l'attenzione del pubblico laddove è più attivo.

Un'esperienza utente fluida è fondamentale, soprattutto considerando che il **98,5%** degli utenti Internet in Brasile accede al Web tramite telefono cellulare. Interfacce intuitive e un'assistenza clienti reattiva sono elementi chiave per un'esperienza positiva.

Il potere dei social media: piattaforme social come WhatsApp (**93,4%** di utilizzo), Instagram (**91,2%**) e Facebook (**83,3%**) dominano il panorama digitale. L'elevata penetrazione di queste piattaforme segnala significative opportunità per il coinvolgimento dei consumatori e l'espansione della portata del marchio.

Considerando che i brasiliani trascorrono in media **tre ore e 37 minuti** al giorno sui social media, creare contenuti accattivanti e rilevanti è un modo efficace per catturare l'attenzione e costruire relazioni durature con il pubblico.

Nuove tecnologie: le aziende devono essere pronte a incorporare nuove tecnologie e innovazioni, come la realtà aumentata e l'intelligenza artificiale, per stare al passo con la concorrenza.

Inoltre, la personalizzazione, guidata dall'analisi, può aumentare significativamente il coinvolgimento dei clienti. L'utilizzo di approfondimenti basati sui dati per

personalizzare offerte e messaggi può trasformare il modo in cui i consumatori interagiscono con il tuo marchio.

Sicurezza e privacy: la crescente preoccupazione per la sicurezza delle informazioni fornite a tutti i clienti. La trasparenza e solide pratiche di sicurezza sono fondamentali per guadagnare e mantenere la fiducia dei consumatori.

Fonte: **e-commerce Brasil**