

¿Quiénes son los YouTubers?



Estudio de usuarios

YouTube proprietary and confidential



Metodología del estudio de usuarios de YouTube

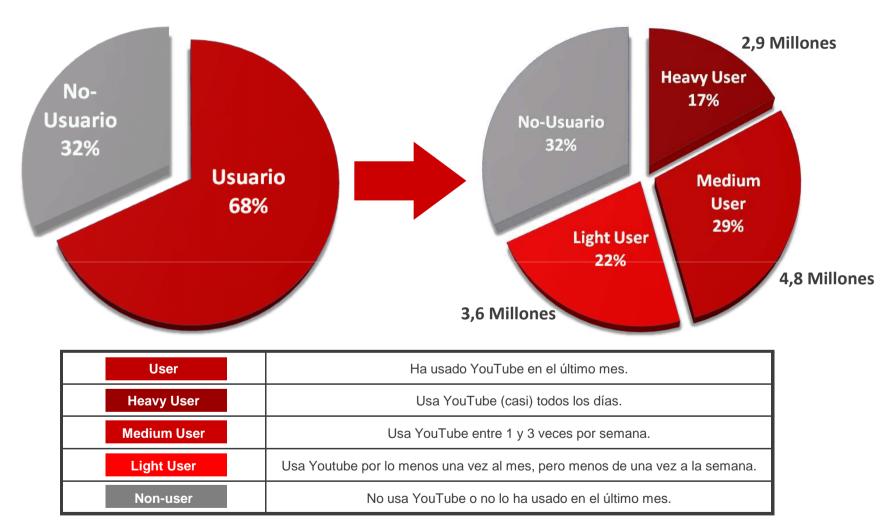
- **Instituto**: TNS Technology (6th dimension)
- Universo: Internautas residentes en España 16-56 años.
- Metodología de recogida de datos:
 - Encuesta online.
 - En paralelo, entrevistas telefónicas a una muestra representativa de 509 internautas

Muestra:

- 1.941 encuestas online 6th Dimension (TNS)
- 509 encuestas telefónicas a no usuarios YT TNS PhoneBus
- Total: 2.450 encuestados
- La muestra de la parte on line del estudio viene de 6th Dimension (TNS)
- Las entrevistas telefónicas se han realizado como parte del TNS PhoneBus
- Fechas de trabajo de campo: 13 Octubre 2009 a 23 Noviembre 2009



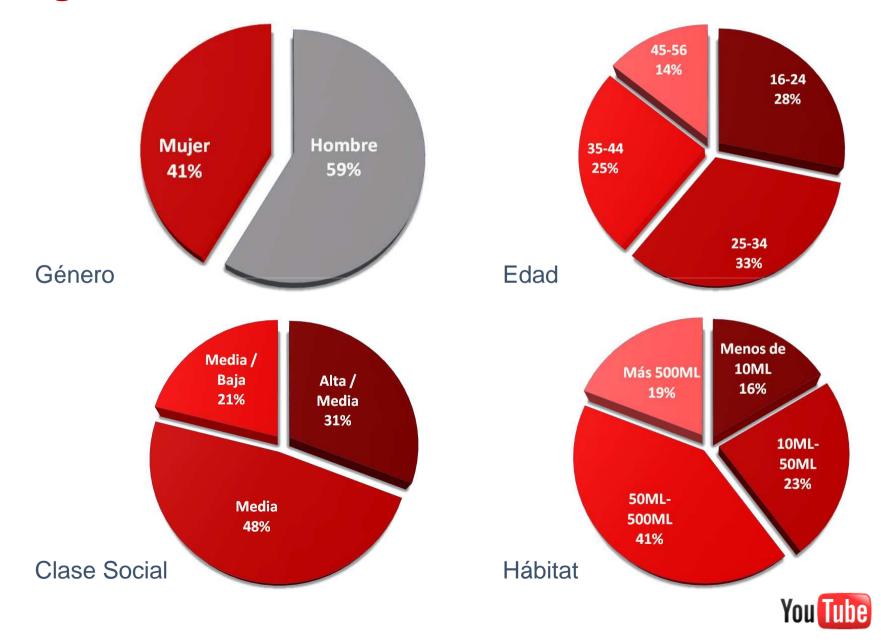
7 de cada 10 personas han visitado YouTube en el último mes



Base Total: (2450)

Q16 Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que ha accedido por INTERNET a estas páginas Web para ver videos online? Q17 ¿Con qué frecuencia ve usted videos en los siguientes sitios de Internet?

Segmento de Usuario



YouTube llega a diferentes tipos de targets



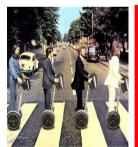




Madres

Líderes de Opinión







Amantes de música

Early adopters

Base Total: (2450)

Q16 Sin contar el día de hoy, ¿cuándo ha sido la última vez que ha accedido por INTERNET a estas páginas Web para ver videos on line?

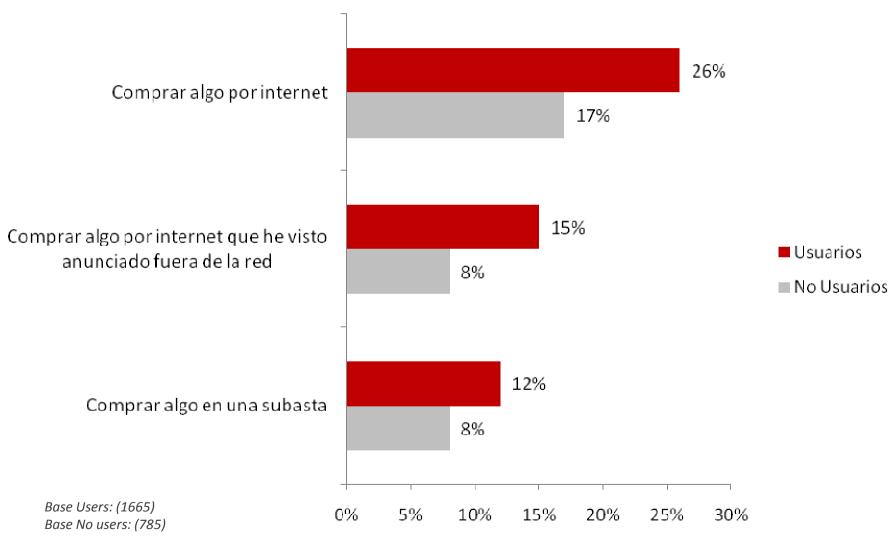


El usuario de YouTube es un usuario de Internet más avanzado, usa blogs y redes sociales

ACTIVIDADES 93% Leer el correo personal ON LINE (% USO SEMANAL) 88% Usar mensajería instantánea para chatear con 55% 35% amigos y/o familia Visitar una red social o un sitio de una 52% 27% comunidad online Buscar o ver algo online que he visto 47% 26% anunciado fuera de la red Buscar productos o servicios que estoy 47% 35% pensando comprar Buscar algo en internet que acabo de ver en 42% televisión 24% 33% Leer un blog 11% 31% Publicar un mensaje en un tablón, foro o blog 9% 18% Jugar a juegos online contra otras personas 11% Base Users: (1665) Base No users: (785) Usuario ■ No usuario Q8 ¿Con qué frecuencia hace usted lo siguiente en internet?

El usuario de YouTube compra más online

COMPRAR ON LINE (% USO MENSUAL)



Q9 ¿Con qué frecuencia hace usted lo siguiente en internet?

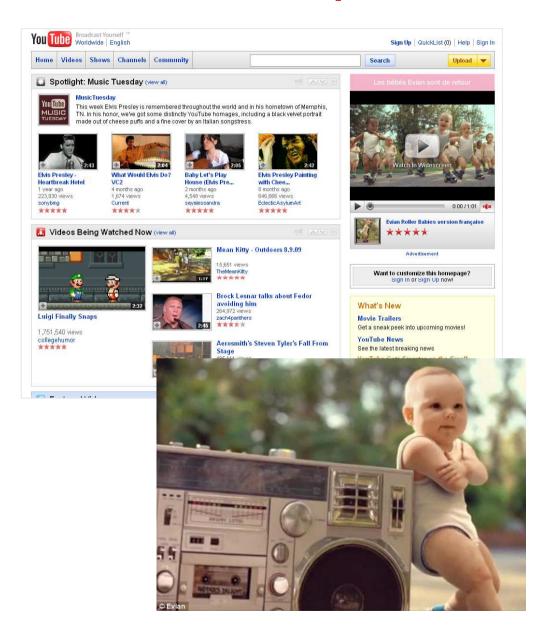


Conclusiones. El usuario de YouTube...

- Está más conectado con el mundo online
- Más activo en el mundo real
- Es líder de opinión
- Influye en las decisiones de compra de su entorno
- Compra más online
- Usa en mayor medida medios online y YouTube para informarse en su proceso de compra
- No le importa ver publicidad en la página o en los vídeos



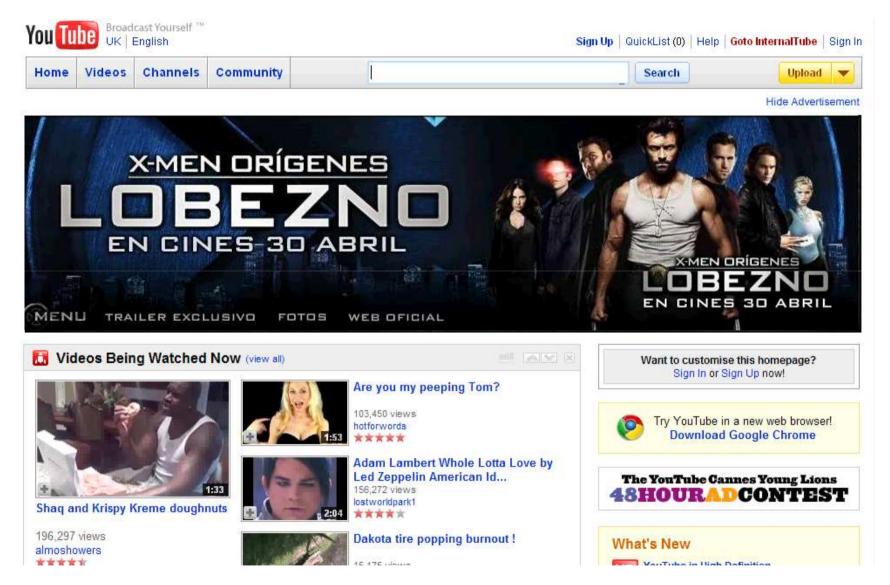
Detalles de la campaña: Francia



- Campaña:
 - Evian 'Vivons Jeune'
- Fecha
 - 3 de Julio 2009
- Ubicación de la campaña:
 - Página de Inicio de YT FR
- Impresiones planificadas:
 - 5 millones



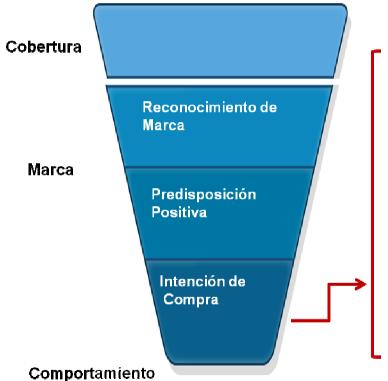
Masthead "Lobezno"





YouTube influye en el comportamiento del consumidor





- Entre las personas expuestas a la campaña hubo un
 10% más de visitas al cine.
- YouTube consiguió aumentar el reconocimiento de la película un 19% en todos los rangos de edad, y un 23% en el grupo de 26 a 39 años.
- El 23% de los encuestados interactuó con el trailer online.



Fuente: Estudio de MetrixLab sobre campaña Lobezno en YouTube Abril 2009





¡Gracias!