

RELATÓRIO KWAI NO BRASIL 2024

Dados sobre o comportamento dos
usuários da plataforma de vídeos
curtos que veio para ficar



ÍNDICE

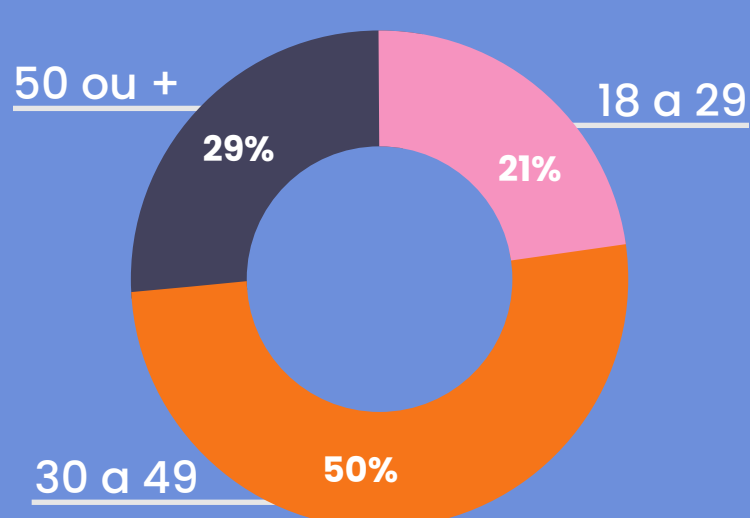
- 03** Perfil das pessoas entrevistadas
- 04** Introdução
- 05** O uso do Kwai no dia a dia
- 10** Compras no Kwai e o espaço para marcas e empresas
- 12** Anúncios no Kwai
- 15** Por dentro das trends
- 16** Influenciadores e seu espaço no Kwai
- 17** Hábitos dos usuários
- 19** Insights especiais sobre o Kwai
- 21** O que você pode fazer com estes dados?
- 23** Sobre o Opinion Box

PERFIL DAS PESSOAS ENTREVISTADAS

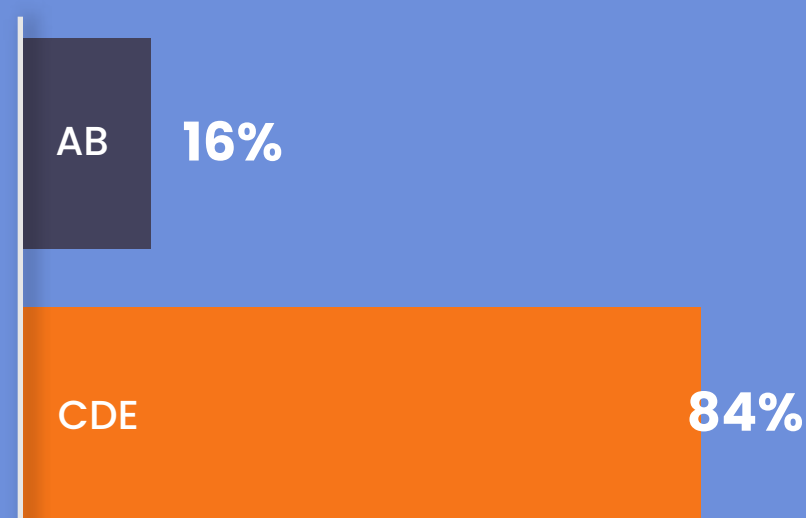
1.008 pessoas que utilizam o Kwai foram entrevistadas pela internet em abril de 2024.

Margem de erro de 3,1pp.

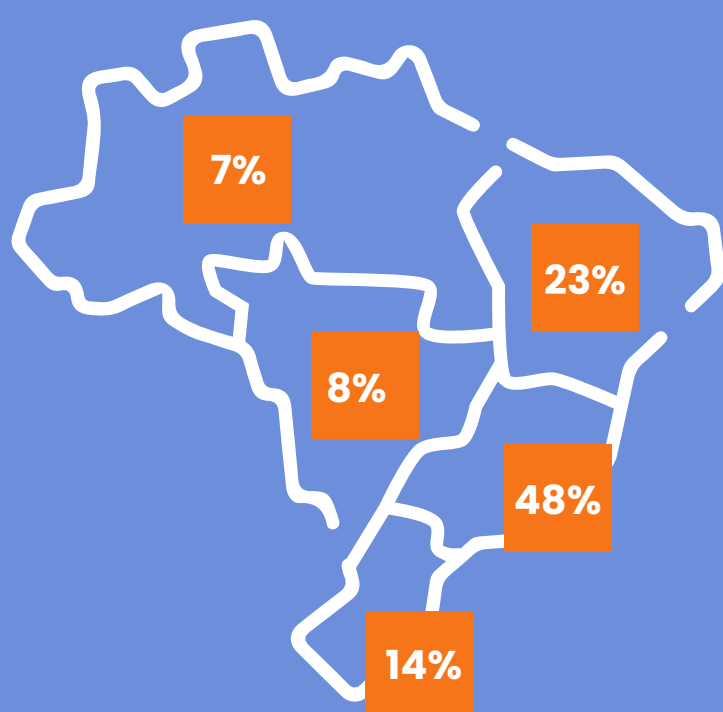
FAIXA ETÁRIA



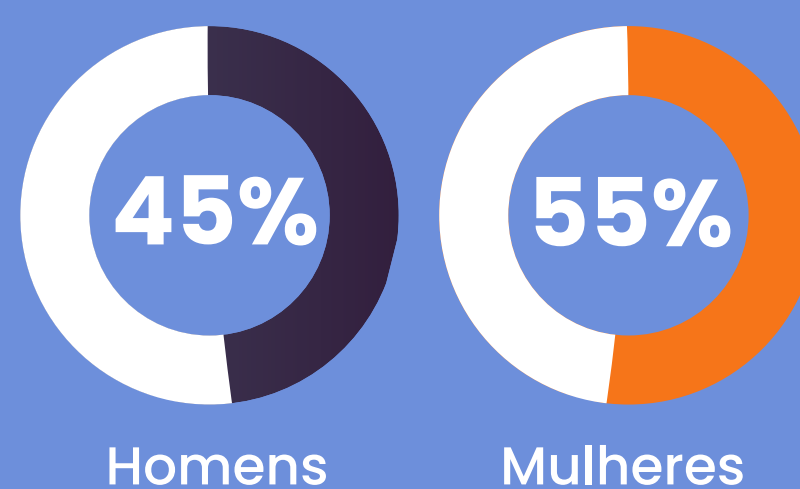
RENDA FAMILIAR



REGIÃO



GÊNERO



Aviso Legal

O compartilhamento dos dados e análises contidos neste relatório são permitidos tanto em documentos públicos quanto privados, desde que acompanhados do devido crédito à fonte: Opinion Box - Relatório Kwai - Maio de 2024

INTRODUÇÃO

O Kwai é mais uma rede social que reforça que vivemos na era dos vídeos curtos.

O app surgiu na China em 2011, mas ganhou força no Brasil desde 2019 e já soma mais de 60 milhões de usuários. Como um concorrente direto do TikTok, mas também das funcionalidades de Reels, do Instagram, e Shorts, do YouTube, o Kwai segue crescendo e chegou a ser um dos patrocinadores do BBB24..

Este relatório tem como objetivo trazer, pela primeira vez, dados e análises inéditos sobre os usuários do Kwai no Brasil. Entrevistamos mais de mil pessoas que usam o app para investigar aspectos diversos do seu comportamento, desde preferências de conteúdo até hábitos de consumo e relacionamento com marcas.

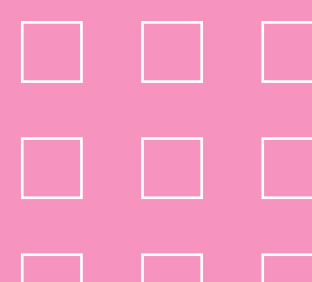
Esperamos que os insights obtidos não apenas ofereçam uma compreensão mais profunda do comportamento dos usuários, mas também oportunidades para criadores de conteúdo, profissionais de marketing e marcas em geral entenderem melhor essa plataforma tão dinâmica.

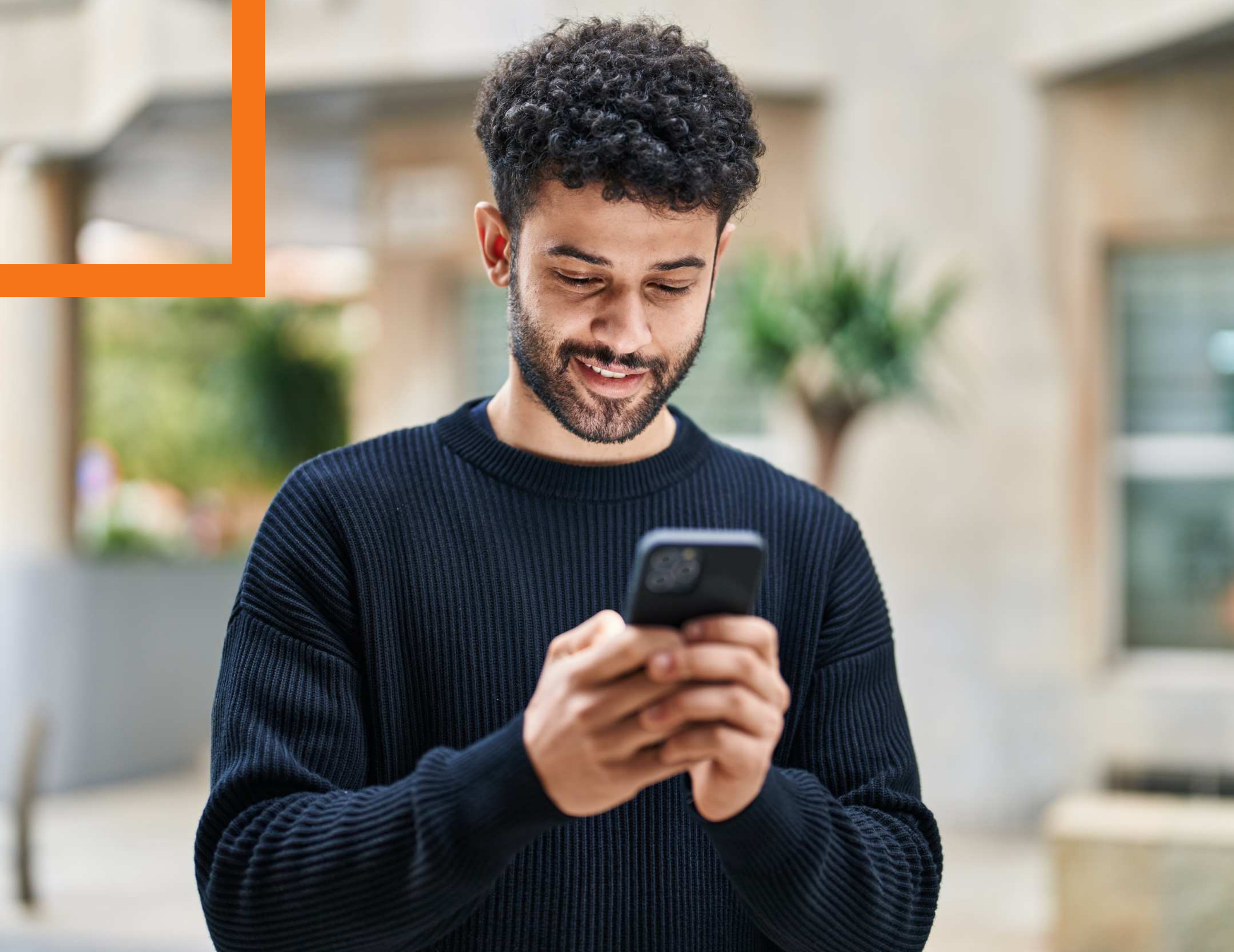
Nas próximas páginas, compartilhamos os principais insights da nossa pesquisa com você.



Boa leitura,

Dani Schermann
CMO do Opinion Box





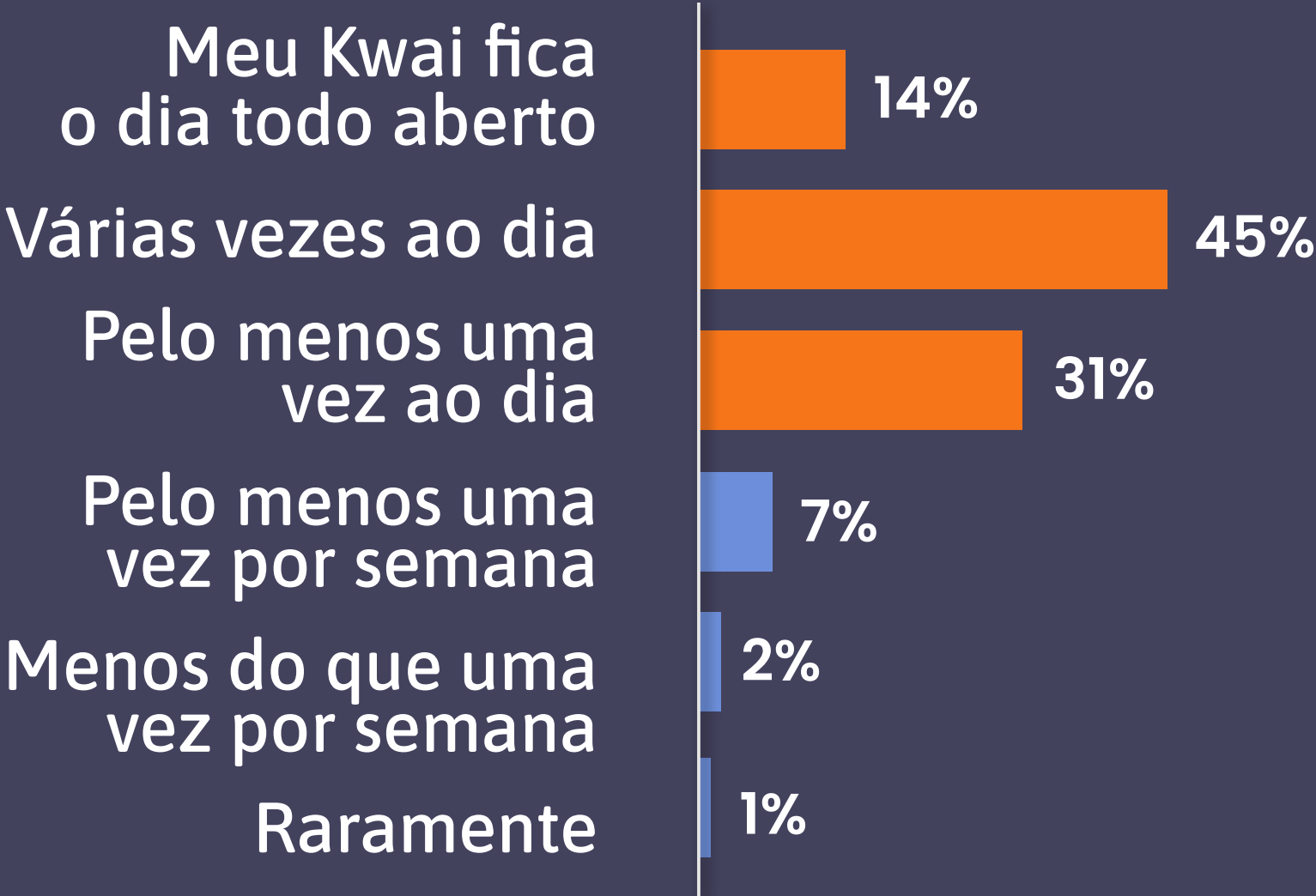
O USO DO KWAI NO DIA A DIA

Ao pesquisar a forma como as pessoas usam uma rede social, começamos por pontos cruciais como a frequência de uso e os horários em que as pessoas acessam aquela rede.

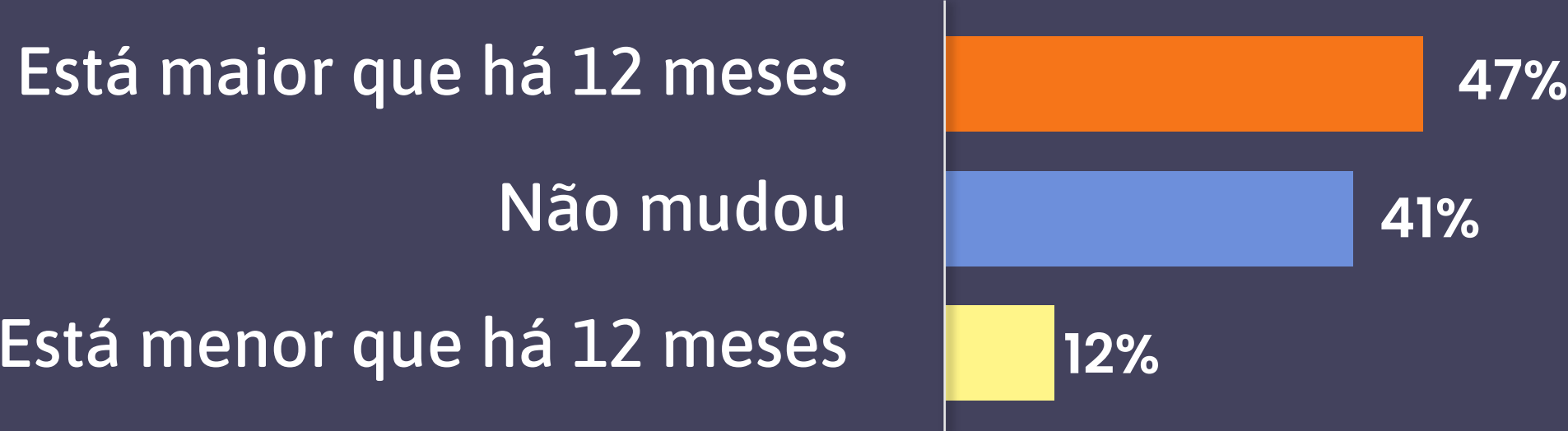
O Kwai, como podemos ver nos dados, faz parte dos hábitos diários das pessoas entrevistadas: **9 em cada 10 usam o Kwai diariamente.**

E para reforçar a ideia de que o app está ganhando popularidade no Brasil, 47% dos usuários passou a usá-lo com mais frequência no último ano, bem como 36% imaginam que vão usar mais o Kwai nos próximos 12 meses.

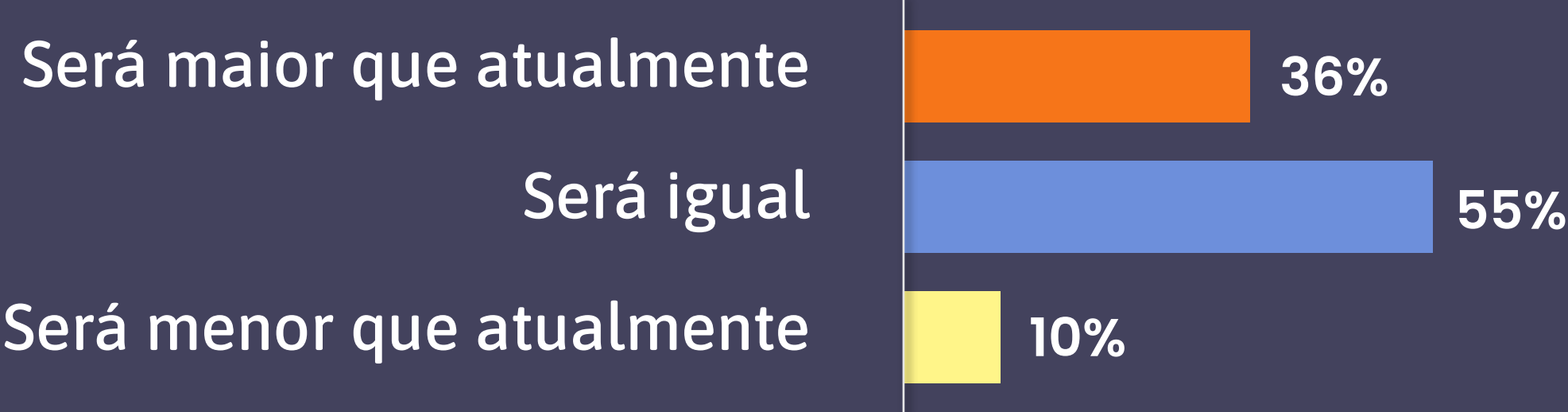
Frequência de uso



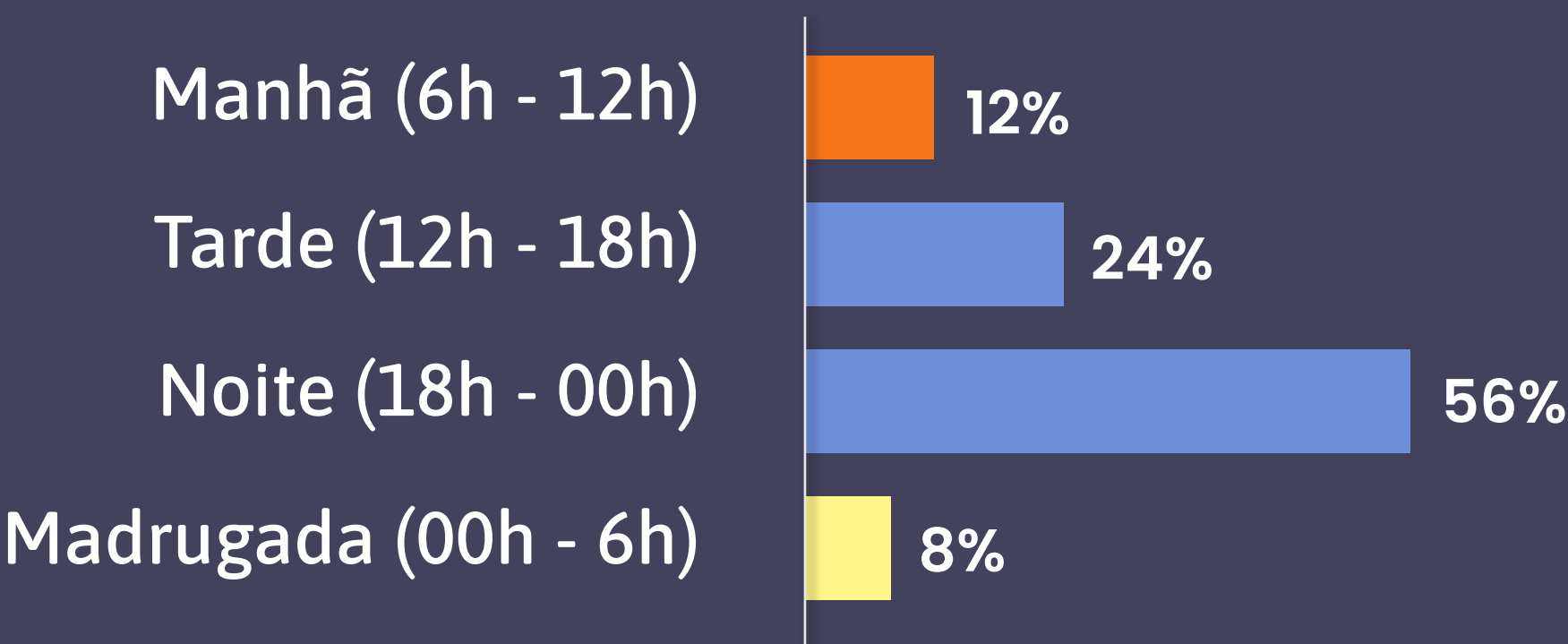
Comparando com 12 meses atrás, você diria que o seu uso de Kwai...



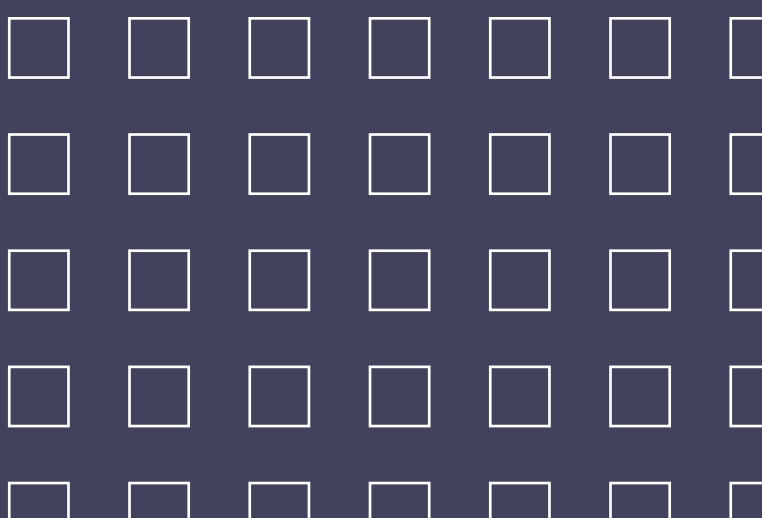
E pensando daqui a 12 meses, você diria que seu uso de Kwai



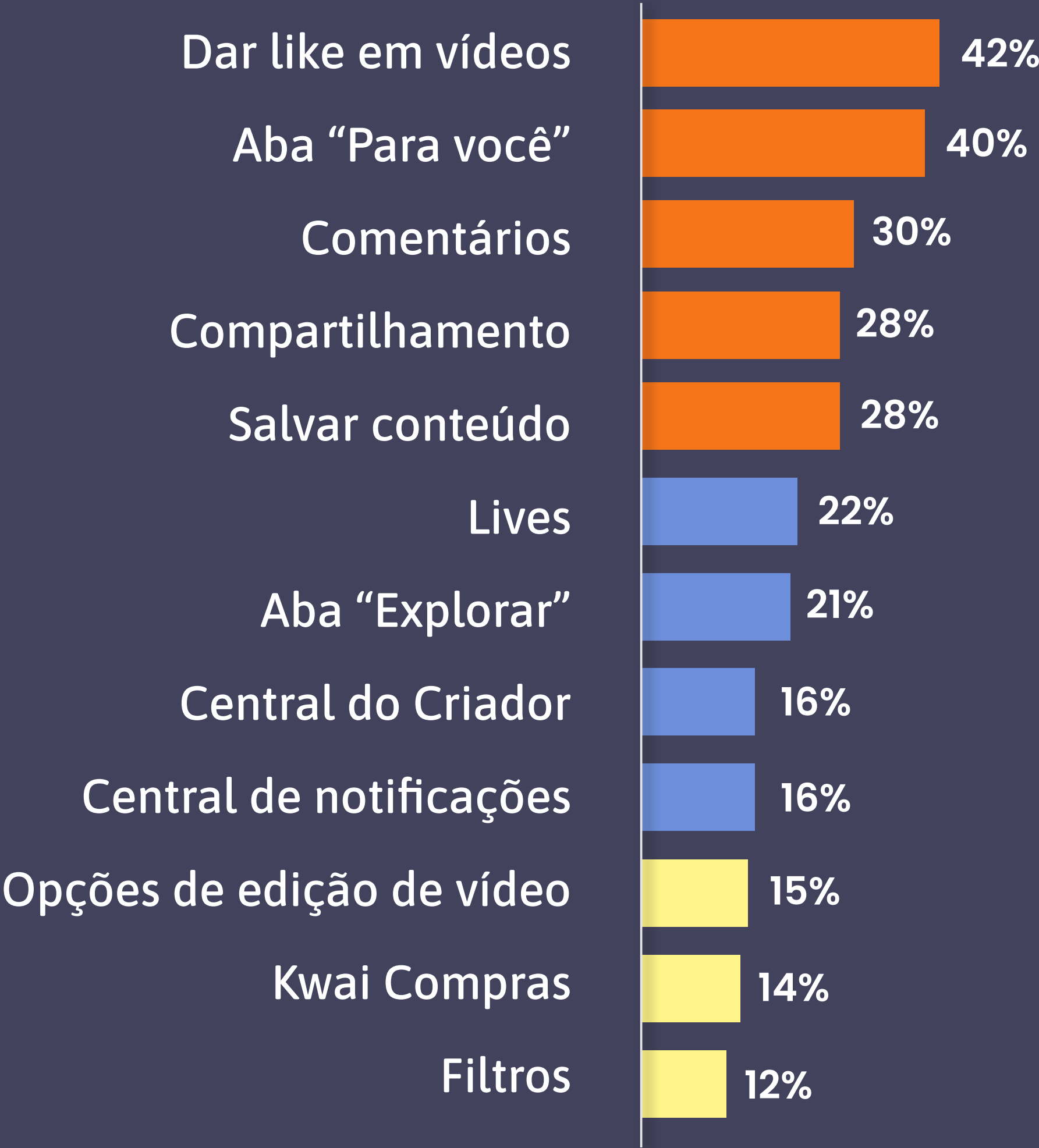
Horários em que as pessoas mais acessam o Kwai



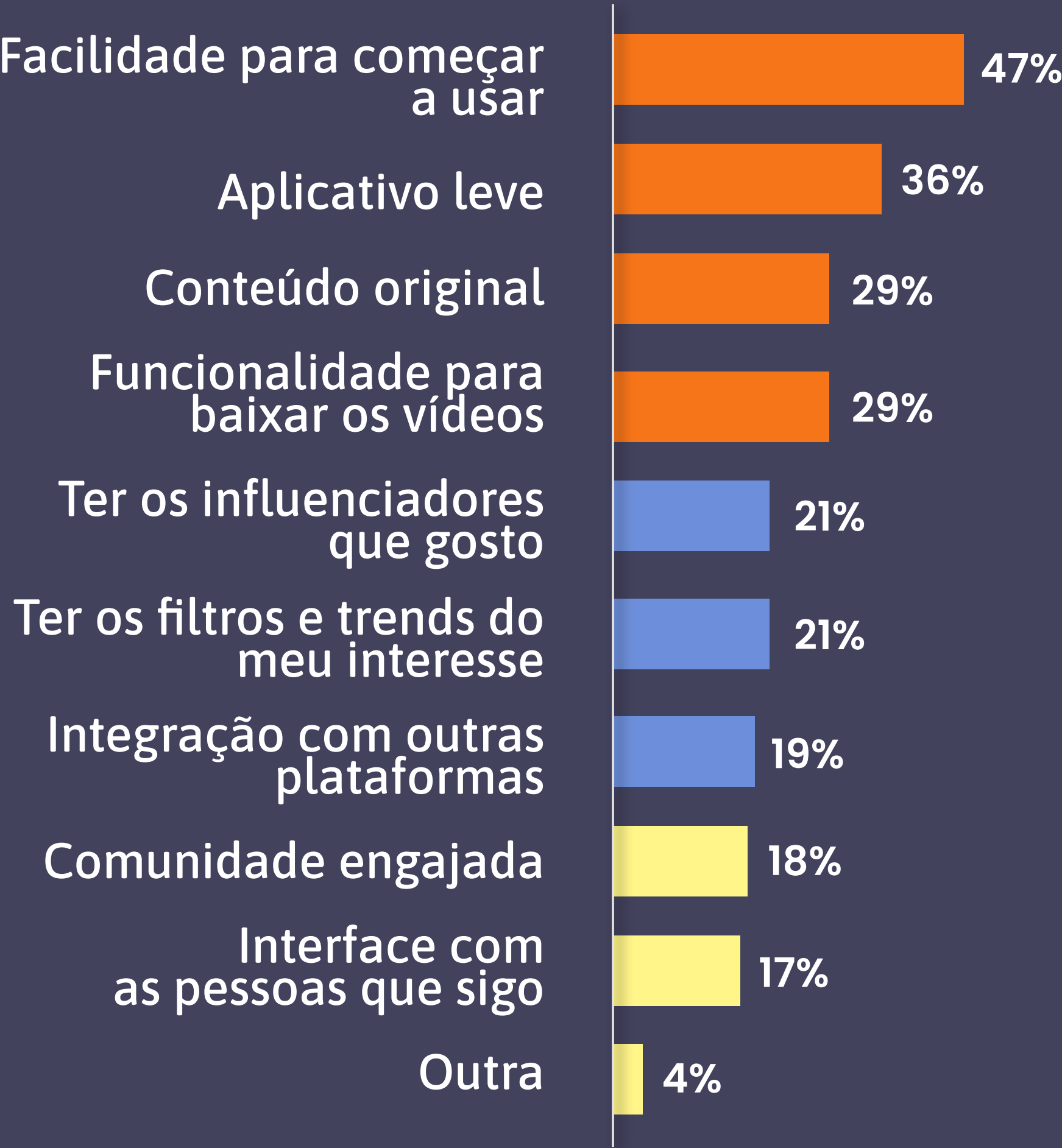
O que costuma fazer no Kwai



Recursos que mais utilizam



Em comparação com outras plataformas sociais de vídeos curtos, o que diferencia o Kwai para você?





55%

achavam que
nunca usariam o
Kwai e hoje em dia
usam muito



38%

passam muito
tempo dos seus
dias no Kwai





COMPRAS NO KWAÍ E O ESPAÇO PARA MARCAS E EMPRESAS

Redes sociais, no geral, são bons canais para marcas que querem vender.

Cada plataforma possui suas próprias funcionalidades voltadas para os negócios e, claro, precisam de estratégias específicas para quem quer usá-las.

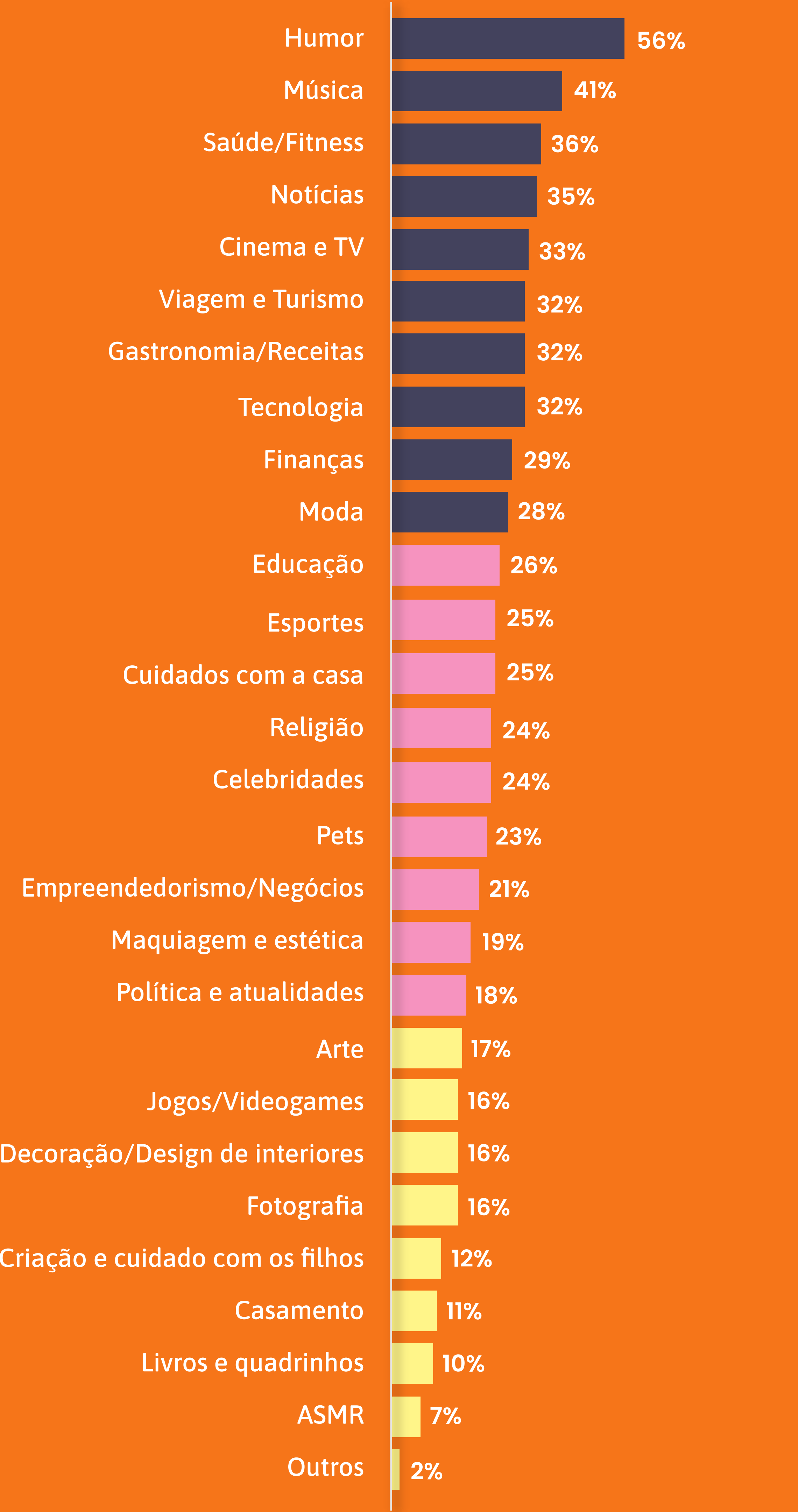
O Kwai, assim como qualquer outra rede, pode ser usado para quem quer maior visibilidade, fortalecer o branding da marca, mas também pode ser uma ferramenta de vendas. Mesmo que o conteúdo mais consumido seja o de humor, vale ressaltar que as oportunidades para marketing e vendas são várias.

O app conta até mesmo com uma aba Lojas, onde é possível realizar compras diretamente pelo Kwai. E se você não conhece a funcionalidade, já fique sabendo: **3 em cada 10 disseram já ter comprado diretamente pelo app.**

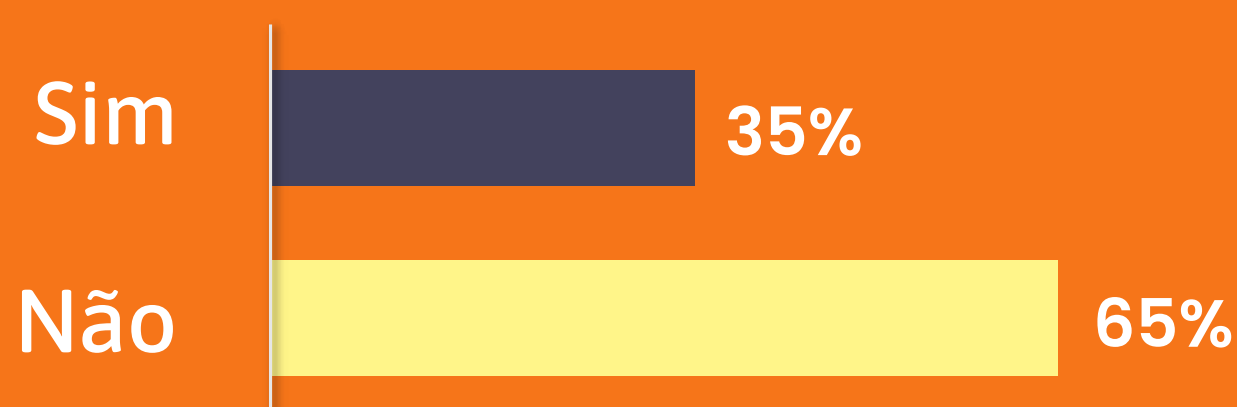
Você segue alguma empresa ou marca no Kwai?



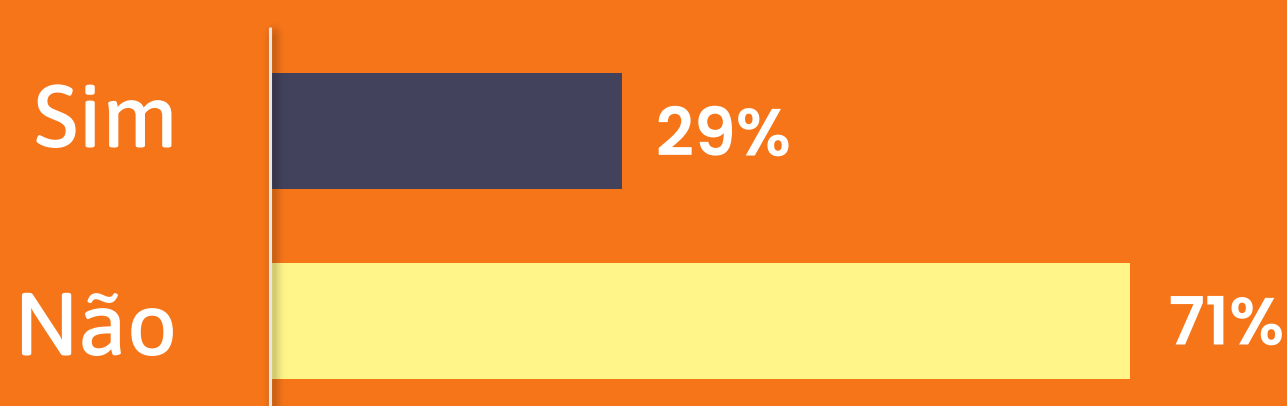
Os perfis que você segue falam sobre quais assuntos?



Você já comprou algum produto ou contratou algum serviço que descobriu no Kwai?



Você utiliza a aba “Lojas” do Kwai para comprar produtos diretamente do app?



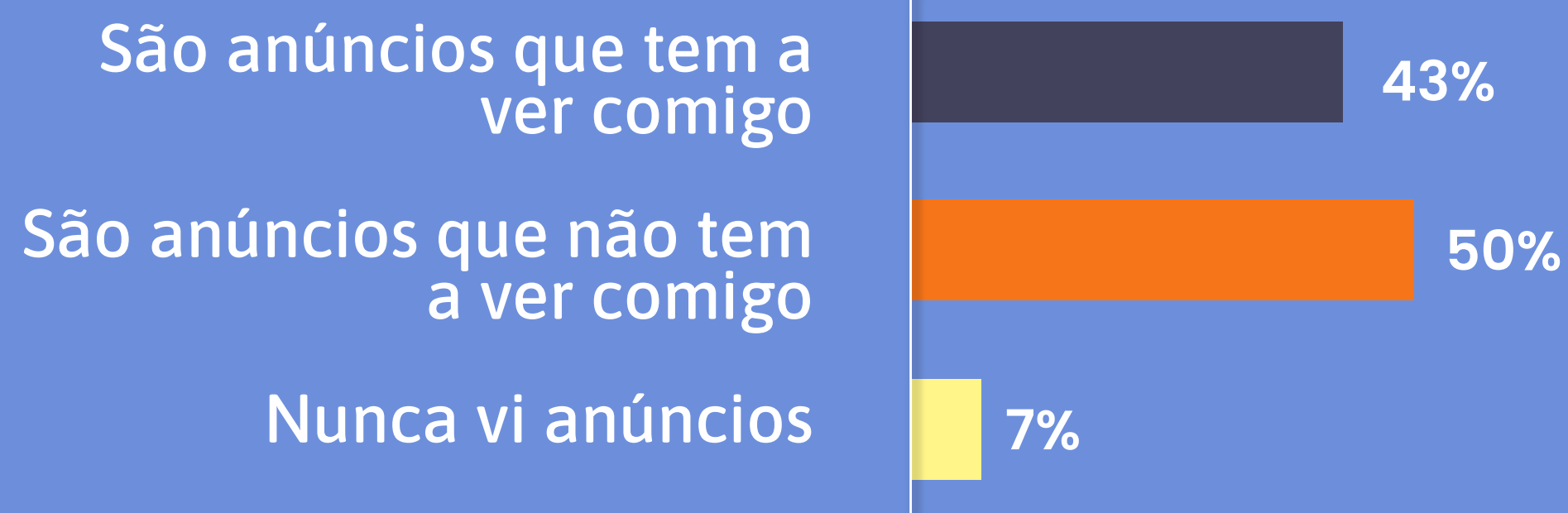
ANÚNCIOS NO KWAI

Os anúncios em mídia paga são bastante utilizados por marcas e empresas para aumentar o alcance, engajamento e, claro, as vendas. De forma geral, as plataformas permitem filtrar de diversas formas o público-alvo que receberá esses anúncios.

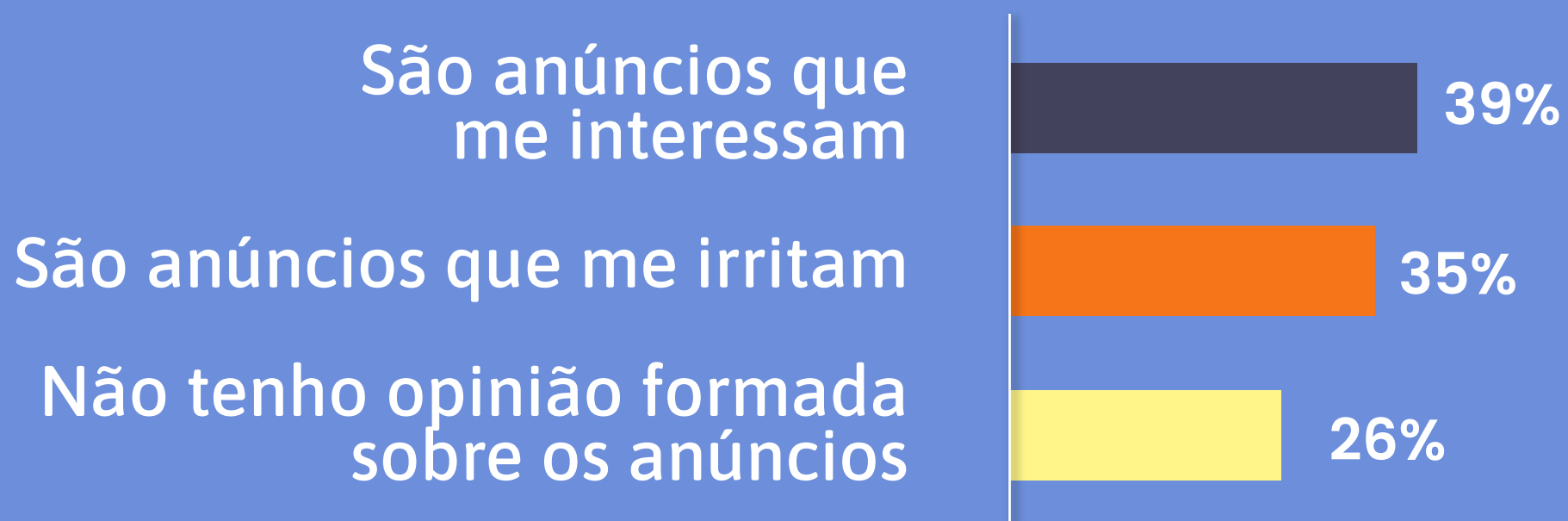
Os usuários de redes sociais, a essa altura, já se acostumaram com os anúncios que aparecem no meio do conteúdo. Ainda assim, o formato divide: alguns se irritam com os anúncios, outros lidam bem com eles e, claro, muita gente compra após vê-los.

No Kwai, chama atenção que **metade dos usuários avalia que os anúncios não têm a ver com eles.** Por outro lado, 39% avaliam que os assuntos trazem temas ou produtos que são do seu interesse. E por fim, o dado mais importante pode animar quem pensa em investir em mídia paga: **40% das pessoas que clicam nos anúncios já compraram algo divulgado neles.**

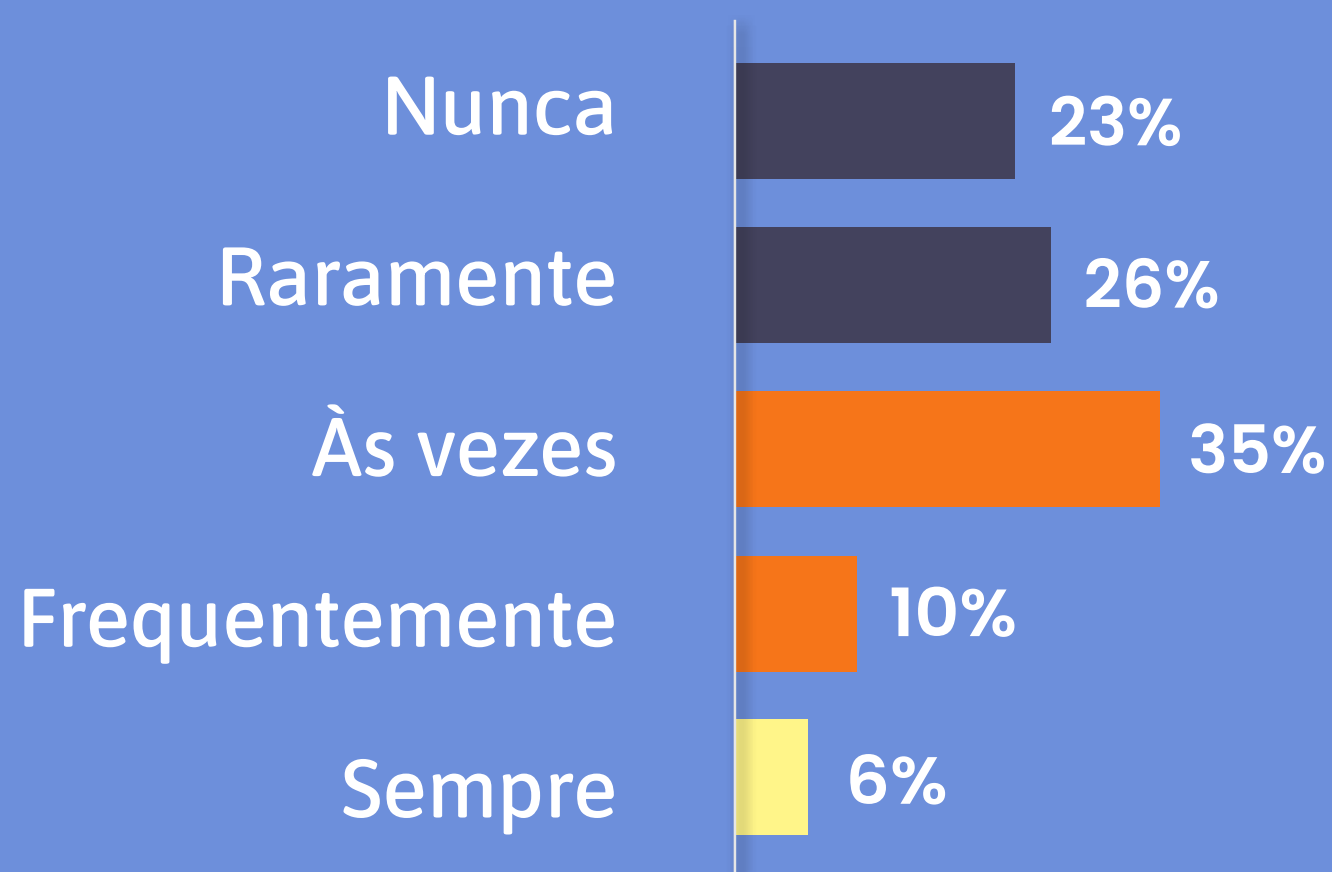
Pensando nos anúncios que você já viu, você diria que...



Ainda pensando nos anúncios que aparecem no Kwai, você diria que, de forma geral...



Você tem o hábito de clicar nos anúncios do seu Kwai?



Você já comprou algo a partir de um anúncio que clicou no seu Kwai?

**Responderam apenas pessoas que clicam nos anúncios*





48%

concordam
que o Kwai tem
anúncios demais





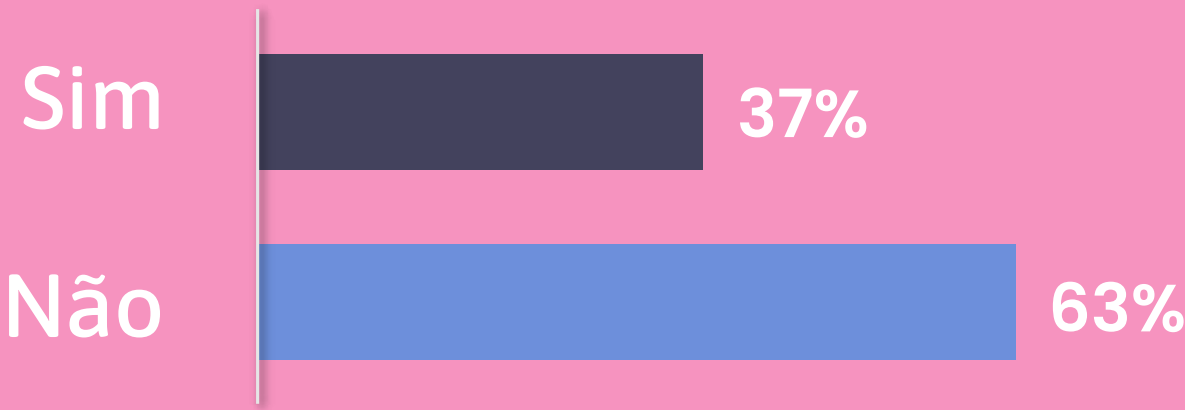
POR DENTRO DAS TRENDS

Você já deve ter visto alguém fazendo uma “dancinha” ou outro tipo de “trend” pelas redes sociais, não é mesmo?

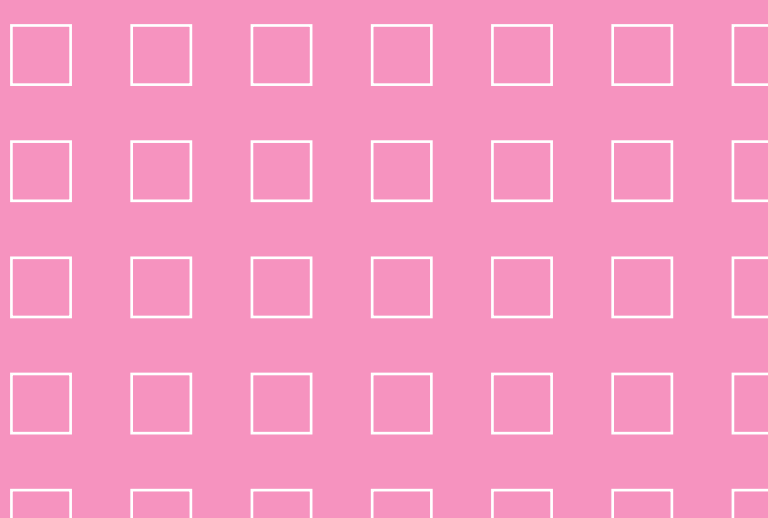
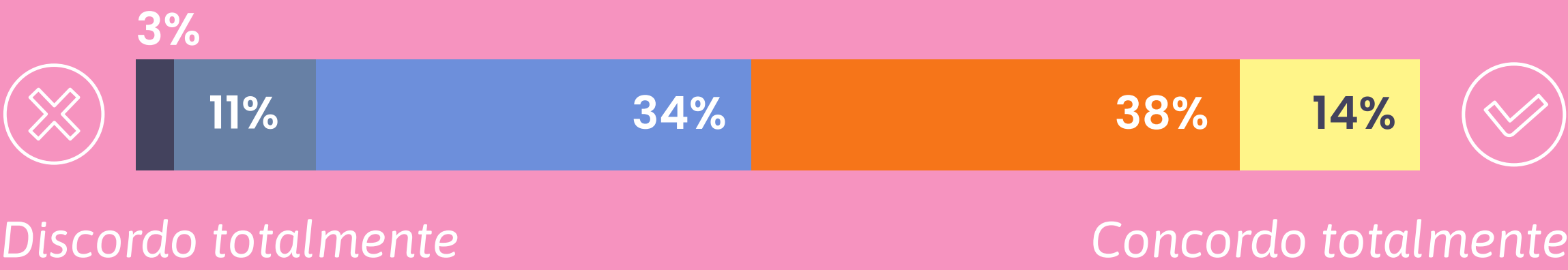
Redes como o Kwai e o TikTok, especialmente, são famosas por viralizar uma série de conteúdos com coreografias rápidas e fazer bombar músicas específicas que fazem sucesso entre os usuários.

Esse tipo de vídeo faz parte de um movimento das redes que os usuários chamam de trends. As trends, do inglês tendências, reforçam o poder de viralização massiva do conteúdo do Kwai, assim como no TikTok e, no fim das contas, as pessoas gostam delas, especialmente por conta das músicas.

Você já participou de algum trend no Kwai?



“Gosto de ficar por dentro dos trends do Kwai”



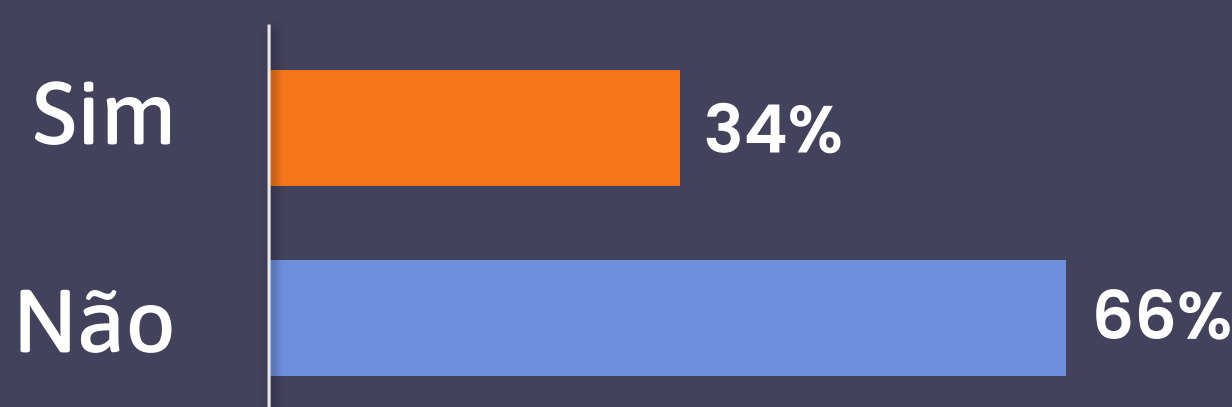
INFLUENCIADORES E SEU ESPAÇO NO KWAI

Segundo um estudo realizado pela Nielsen em 2022, o Brasil possui cerca de 500 mil criadores de conteúdo digital têm perfis com mais de 10 mil seguidores.

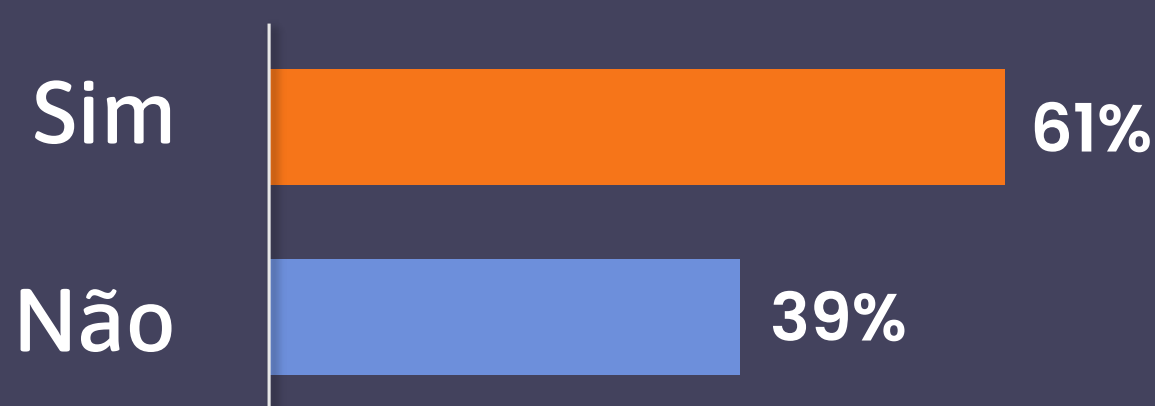
O Kwai, naturalmente, está cheio de profissionais que usam a rede para trabalhar seu conteúdo. Para esses profissionais, alguns dados que levantamos são bastante positivos: 61% seguem influenciadores no Kwai e a mesma porcentagem segue um ou mais influencers exclusivamente na rede.

Já para as marcas que estão avaliando trabalhar com ações de influência no Kwai, também é expressivo que 43% dos usuários já compraram ou contrataram algo a partir da influência de alguém no app.

Você já comprou algum produto ou contratou algum serviço indicado por alguém no Kwai?

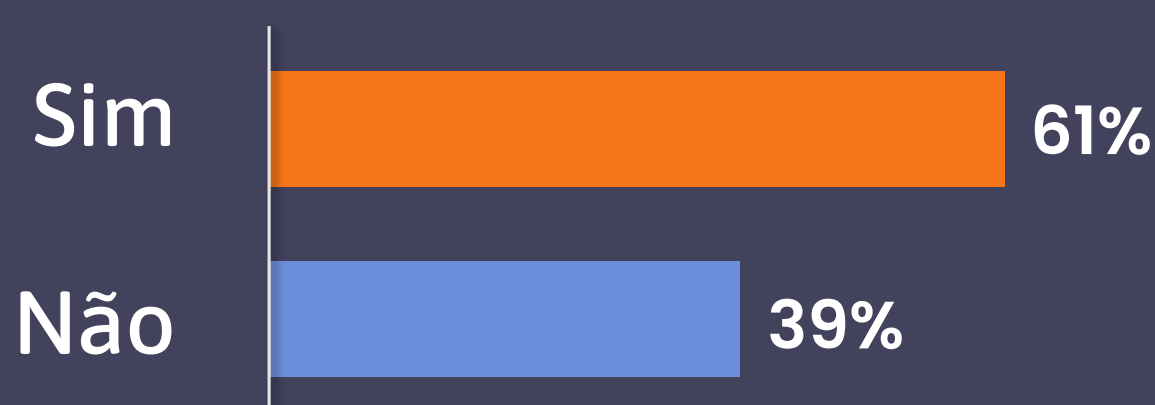


Você segue influenciadores no Kwai?



Você segue algum influenciador apenas no Kwai?

**Responderam apenas pessoas que seguem influenciadores*





HÁBITOS DOS USUÁRIOS

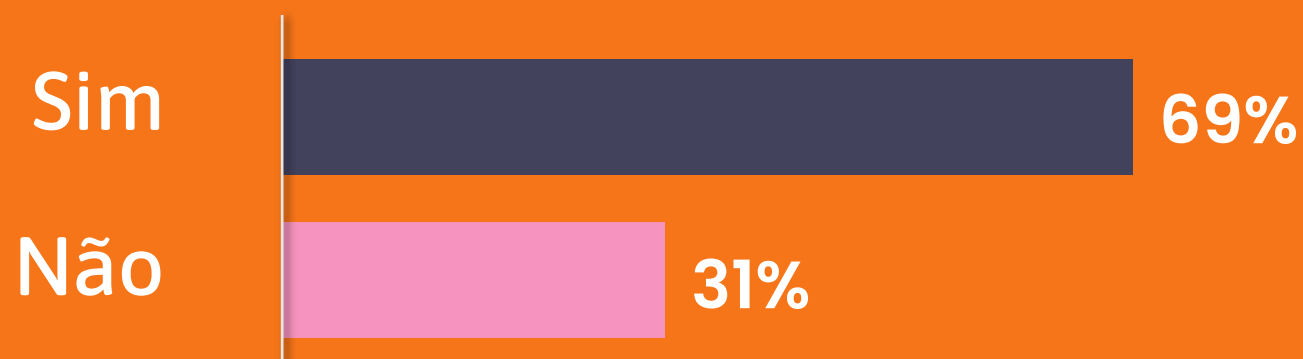
Entender os hábitos dos usuários de redes sociais pode ser crucial para quem planeja (e executa) estratégias de marketing por elas. É importante saber como as pessoas navegam pela rede, o que consomem, a relação com outras pessoas e marcas e, claro, com as diversas funcionalidades da plataforma.

Pensando nisso, investigamos também a visão que os usuários de Kwai têm sobre alguns recursos. Avaliamos desde os mais básicos e parecidos com os de outras redes, até recursos exclusivos do app.

O que os usuários fazem no Kwai: 3 recursos mais utilizados



Você já assistiu a uma transmissão ao vivo (live) no Kwai?





gostam ou gostam muito das lives no Kwai. 14% não gostam ou não gostam nada.



já começaram a assistir alguma transmissão ao vivo no Kwai sem saber exatamente como foi parar lá

O Kwai possui uma aba de “Explorar”, onde aparecem conteúdos distintos e que podem ser do seu interesse. Você utiliza essa funcionalidade?



O quanto você gosta dos conteúdos da aba “Explorar”?





INSIGHTS ESPECIAIS SOBRE O KWAI

Ao longo de toda a pesquisa, exploramos assuntos diversos sobre mais de mil usuários do Kwai.

Como você leu até aqui, as pessoas utilizam bastante a plataforma de vídeo e por motivos muito variados.

Marcas e influenciadores, sem dúvida, possuem um espaço garantido para falar com seu público por meio de canais próprios, mas é preciso entender bem o comportamento dos consumidores por lá.

Para que você mergulhe ainda mais fundo no universo da rede, confira mais alguns insights que podem inspirar você e ajudar a entender como o Kwai está inserido na vida dos brasileiros.



62%

já conheceram produtos
no Kwai que nunca tinha
visto antes

58%

acham o Kwai uma
rede viciante

53%

perdem a noção de tempo
quando estão no Kwai



52%

gostariam que as
marcas que consomem
utilizassem mais o Kwai

51%

preferem consumir o
conteúdo de pessoas normais
do que de pessoas famosas
ou marcas no Kwai



O QUE VOCÊ PODE FAZER COM ESTES DADOS?

O Opinion Box disponibiliza gratuitamente uma série de pesquisas com dados exclusivos sobre os consumidores brasileiros.

Nosso objetivo é fornecer informações relevantes e confiáveis para que você conheça o comportamento do consumidor, descubra tendências de mercado e, claro, use nossos insights para pensar em melhores estratégias de negócio.

Recapitulando um pouco do que falamos sobre o Kwai, separamos alguns insights que podem inspirar você e ajudar na tomada de algumas decisões importantes:

- O Kwai é uma rede muito parecida com o TikTok, mas deve ser olhada separadamente. Ela funciona de forma semelhante, mas não quer dizer que atinge as mesmas pessoas.
- A maior parte das pessoas entrevistadas gostaria que as marcas estivessem mais presentes no Kwai. Chegando lá, porém, você precisa entender que tipo de conteúdo as pessoas mais gostam. Humor e música, principalmente, tendem a funcionar melhor.
- Você também pode baixar nosso estudo exclusivo sobre o TikTok, que tem uma proposta semelhante à do Kwai e pode ser interessante comparar os resultados.

E é claro que os insights não param por aqui! Salve este relatório, envie-o para quem pode achar o conteúdo útil e estude os dados para entender todo o potencial do Kwai.

Caso queira explorar novos insights e descobrir ainda mais sobre o consumidor brasileiro, você também pode fazer sua própria pesquisa com o Opinion Box.

- **Experimente conhecer nossa Plataforma de Pesquisa.** Temos um milhão de consumidores prontos para responder às suas pesquisas em poucos dias e a um custo acessível. Cadastre-se grátis e crie sua própria pesquisa!
- **Vá ainda mais longe com uma pesquisa customizada.** De projetos mais simples até demandas mais complexas, nós podemos cuidar da sua pesquisa de mercado do início ao fim. Veja como funciona e peça um orçamento.

SOBRE O OPINION BOX

O Opinion Box desenvolve a tecnologia que você precisa para desvendar os desejos do consumidor e as tendências do seu mercado.

Com as nossas **soluções de pesquisa de mercado e customer experience**, ajudamos empresas de todos os portes e segmentos a levantar as informações que embasam decisões de negócio mais **inteligentes, ágeis e confiáveis**.

Desde 2013, combinamos tecnologias inovadoras e conhecimento técnico para criar **ferramentas poderosas de coleta e análise de dados**. Mais do que isso, criamos soluções de consumer insights que conectam pessoas e já trouxeram as respostas certas para as perguntas de mais de 1.000 empresas no Brasil e no mundo.

Fazemos tudo isso para que você resolva as dores do seu negócio sempre **com base em dados e sem achismos**.

