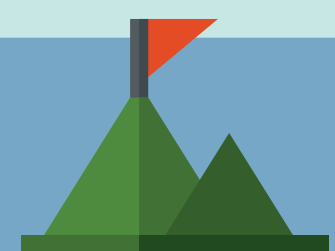


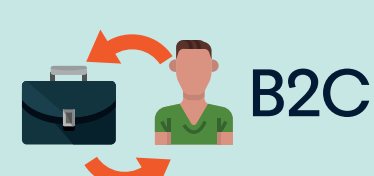
Tendências e Comportamento de Marketing no Brasil 2020

Profissionais de Marketing do Brasil que atuam em empresas com estratégias de negócio B2B, B2C e mistas demonstram suas percepções e movimentações atuais e traçam tendências para o futuro do trabalho com a mídia.

78% dos entrevistados usam o LinkedIn em suas campanhas digitais.



Principais desafios desde o anúncio da pandemia



Corte no orçamento **75%**

Corte no orçamento **74%**

Corte no orçamento **68%**

Redução no time **61%**

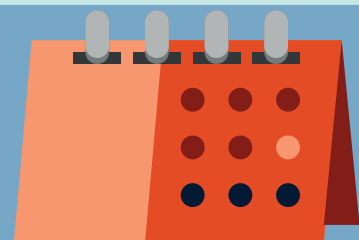
Troca de evento físico por virtual **52%**

Redução no time **56%**

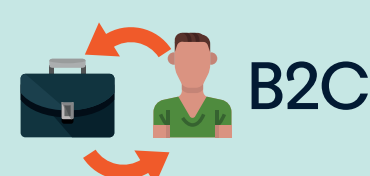
Trabalho remoto **58%**

Trabalho remoto **48%**

Redução de investimento em publicidade **52%**



Pontos de preocupação para os próximos 3 meses



Redução no time **11%**

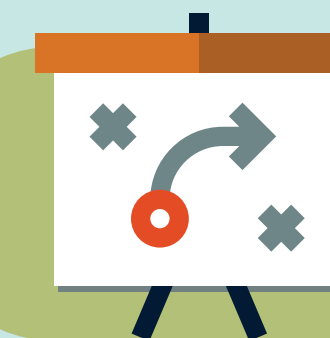
Corte no orçamento **15%**

Falta de colaboração **9%**

Redução de investimento em mídia **10%**

Foco maior na tática **9%**

Mudança de evento físico para virtual **9%**



Resultados positivos gerados a partir das medidas adotadas



Trabalhar em casa **66%**

Aceleração digital **49%**

Eventos online **49%**



Eventos online **52%**

Aceleração digital **48%**

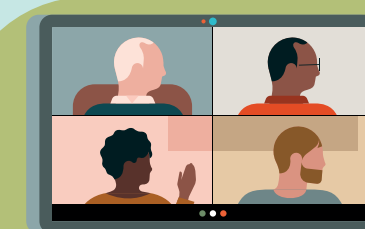
Novos processos **41%**



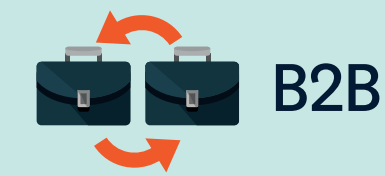
Aceleração digital **57%**

Novos processos **54%**

Eventos online **49%**



Eventos virtuais serão tão eficazes quanto os presenciais?



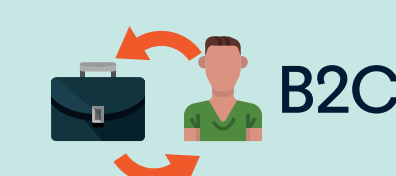
Sim **59%**

Não **41%**



Sim **68%**

Não **32%**



Sim **47%**

Não **53%**

Metodologia

O LinkedIn ouviu 300 profissionais de Marketing de empresas B2B (150), Mistas (50) e B2C (100) das áreas de educação, indústria, telecomunicações, óleo e gás, varejo e produtos e tecnologia entre outras por meio de perguntas de múltipla escolha. Os resultados finais podem não representar a soma de 100% por ser permitida a escolha de mais de uma alternativa e pelo fato de não ser obrigatória a resposta a todas as perguntas.

