



Dossiê Sobre o Mercado de Domínios na Internet

Volume 2 - Edição 3 - Agosto de 2005

Perfil dos Clientes que Registram Domínios

Como operador global de registros para .com e .net, a VeriSign monitora atentamente a situação do mercado de domínios com base em uma série de pesquisas estatísticas e analíticas. Este relatório fornece uma visão geral global dos indivíduos e das organizações que registram domínios, bem como de seus interesses.



Há oportunidades para ampliar o número de registros de domínios entre consumidores.

+ Introdução

No final do segundo trimestre de 2005, o número de domínios registrados totalizava 82,9 milhões: um crescimento de 8% em relação ao primeiro trimestre. Quem registrou estes domínios? As pessoas que registram nomes de domínio são denominadas “Registrants” e formam um grupo altamente diferenciado e seletivo de usuários da Internet que registram um domínio por uma série de razões – tanto corporativas quanto pessoais. Este relatório traça um perfil dos Registrants e oferece informações variadas sobre seus interesses e usos relacionados aos domínios. Este relatório também apresenta as oportunidades potenciais que devem ser exploradas em quatro mercados globais: América do Norte (Canadá, México e Estados Unidos), Ásia (China, Japão e Coreia do Sul), Europa (Reino Unido, Alemanha e Espanha) e América do Sul (Brasil).

+ Visão Geral dos Registrants

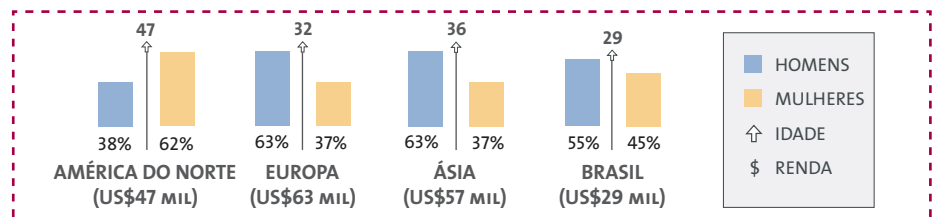
Um estudo realizado recentemente coletou uma amostra de nomes de domínio .com e .net para determinar a classificação dos registros de domínios entre empresas e consumidores, e revelou que a maioria dos registros (75%) são efetuados pelas empresas. Isto confirma as tendências convencionais assim como os resultados de pesquisas anteriores: apenas 22% dos domínios foram registrados por pessoas físicas, sendo os 3% restantes de fonte desconhecida.¹ Considerando a recente explosão de conteúdo gerado pelos usuários da Internet (blogs) e o aumento no uso generalizado da Internet pelos consumidores, a falta de crescimento nos registros de domínios entre os consumidores é surpreendente.

Dados demográficos dos atuais Registrants demonstram uma tendência de os domínios tornarem-se mais um produto de mercado de massa na América do Norte do que algo restrito aos primeiros usuários dispostos a adotá-los. À medida que o mercado de domínios amadurece e deixa de ser considerado tecnologia de ponta, o perfil demográfico dos Registrants assemelha-se mais à média ou a um mercado de massa. Na América do Norte, os consumidores ou Registrants SOHO (small office-home office) são mais velhos e, de um modo geral, do sexo feminino, com renda anual inferior à dos Registrants europeus e asiáticos. De certa forma, a Europa e a Ásia são menos desenvolvidas no setor de domínios, conforme demonstrado por seus Registrants – a maioria é do sexo masculino e mais jovem, refletindo o perfil demográfico dos usuários de tecnologias de ponta. No Brasil, um mercado em desenvolvimento, a base de Registrants SOHO/consumidores é jovem e bem distribuída entre homens e mulheres.²

Dados Demográficos dos Registrants (Consumidores/SOHO)

Fontes: Estudo Europeu sobre Nomes de Domínio, Markitecture, setembro de 2004; Estudo Asiático sobre Nomes de Domínio, Windward Directives, março de 2005; Estudo Norte-americano sobre Nomes de Domínio, Windward Directives, junho de 2005; Estudo Brasileiro sobre Nomes de Domínio, Datafolha, novembro de 2004.

Dados Demográficos dos Registrants (Consumidores/SOHO)



+ Hábitos dos Registrants em Relação à Internet

Os dados sobre os hábitos dos Registrants em relação à tecnologia e à Internet revelam oportunidades de negócio, especialmente ao fazer com que as pessoas se sintam mais à vontade para criar e manter Web sites, principalmente na América do Norte e na Ásia. Apenas 19% dos Registrants norte-americanos se consideram avançados no uso de novas tecnologias e 28% se sentem competentes na criação e manutenção de Web sites. Apenas 21% dos Registrants asiáticos sentem-se à vontade em relação à criação e manutenção de Web sites e a mesma porcentagem se considera avançada em tecnologia. Estes Registrants são novos na área de domínios e tecnologias relacionadas. Além disso, a alta taxa de uso de Internet sem fio na Ásia pode significar que os usuários da Internet estão mais voltados

¹ VeriSign, julho de 2005.

² Exceto quando indicado de outra forma, os dados sobre os Registrants mencionados neste relatório foram coletados dos seguintes estudos: Estudo Europeu sobre Nomes de Domínio, Markitecture, setembro de 2004; Estudo Asiático sobre Nomes de Domínio, Windward Directives, março de 2005; Estudo Norte-americano sobre Nomes de Domínio, Windward Directives, junho de 2005; Estudo Brasileiro sobre Nomes de Domínio, Datafolha, novembro de 2004.

Ferramentas que ajudem os Registrants a criar e manter Web sites são fundamentais para atrair novos registros na América do Norte e na Ásia.

Os Nomes de Domínio Internacionalizados poderiam ser uma grande oportunidade de mercado na Ásia e no Brasil.

Anos de Conexão à Internet (Registrants SOHO/Consumidores)

Fontes: Estudo Europeu sobre Nomes de Domínio, Markitecture, setembro de 2004; Estudo Asiático sobre Nomes de Domínio, Windward Directives, março de 2005; Estudo Norte-americano sobre Nomes de Domínio, Windward Directives, junho de 2005; Estudo Brasileiro sobre Nomes de Domínio, Datafolha, novembro de 2004.

Regiões do mundo com baixa penetração são boas oportunidades para expansão de registros de domínios: Ásia (China, Taiwan); América Latina (Brasil)

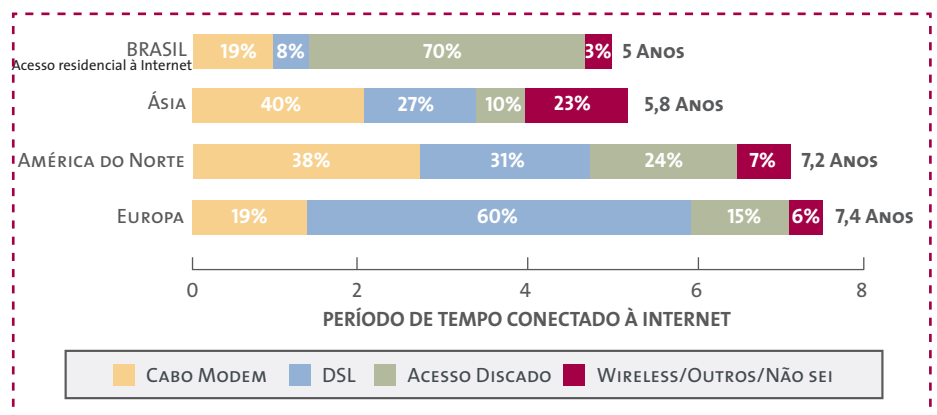
3 Zooknic, julho de 2004 e maio de 2005.

a tecnologias sem fio do que a tecnologias tradicionais, "com fio", como nomes de domínio e Web sites. Por outro lado, a maioria (53%) dos Registrants europeus se considera avançada na adoção de novas tecnologias e 58% sentem-se competentes em relação à criação e ao gerenciamento de Web sites.

De um modo geral, os Registrants corporativos acreditam que a Internet tem contribuído para o desempenho de suas empresas. Os europeus (71%) acreditam fortemente no impacto da Internet em seus negócios. Em seguida, estão os Registrants asiáticos (67%) e os norte-americanos, um pouco menos satisfeitos (58%). Os Registrants corporativos na América do Norte lidam com um ambiente de empresas igualmente distribuído, com clientes internacionais, nacionais, regionais e locais. Os Registrants corporativos da Europa fazem negócios com um grupo basicamente equivalente de clientes internacionais e nacionais, ao passo que os Registrants corporativos da Ásia concentram-se em clientes nacionais.

Na Ásia, os entrevistados SOHO/consumidores coreanos e chineses mostraram-se mais propensos ao uso de IDNs (Nomes de Domínio Internacionalizados) ou nomes de domínio que utilizam caracteres no idioma local. Os entrevistados chineses são mais abertos ao uso de IDNs no futuro. Alternativas de navegação na Web, como palavras-chave da Internet, já foram comercializadas na Ásia, aumentando a conscientização da capacidade de utilização de caracteres não-ASCII para navegar na Internet. Os entrevistados do Brasil também se interessam por IDNs. É bem provável que tal interesse se deva ao nacionalismo e ao orgulho que os brasileiros têm de seu idioma.

Anos de Conexão à Internet (Registrants SOHO/Consumidores)



+ Penetração de Domínios Registrados

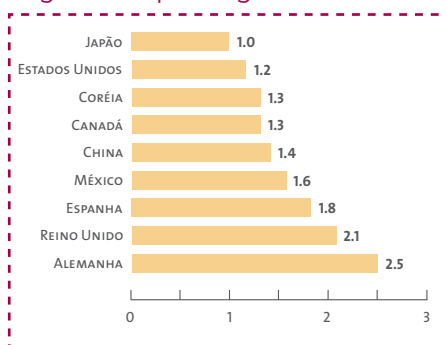
Os países conectados à Internet há mais tempo apresentam uma taxa maior de domínios registrados entre seus usuários. Os Registrants da América do Norte e da Europa já estão online há 7,2 e 7,4 anos, respectivamente, e apresentam o maior volume de registro de domínios entre os usuários de Internet: 14% e 13%, respectivamente. Estes dados também foram corroborados por uma análise estatística, que revelou que a banda larga que conecta um país ao resto do mundo, o número de usuários da Internet e o número de Web sites que usam tecnologias de criptografia para transações pela Web (licenças SSL) são informações relevantes para se explicar e prever o crescimento de registros de domínios.³ Estas variáveis representam características do uso da Internet e não é de surpreender que a América do Norte e a Europa ocupem uma alta posição nessas áreas e que a Ásia esteja se desenvolvendo rapidamente.

A Europa mantém-se à frente da América do Norte no número total de domínios registrados. Quanto às demais regiões analisadas neste relatório, a América do Sul e a África/Oriente Médio – apesar de ainda serem pequenas em relação às regiões mais desenvolvi-

Número médio de Domínios Registrados por Registrant

Fontes: Estudo Europeu sobre Nomes de Domínio, Markitecture, setembro de 2004; Estudo Asiático sobre Nomes de Domínio, Windward Directives, março de 2005; Estudo Norte-americano sobre Nomes de Domínio, Windward Directives, junho de 2005.

Número Médio de Domínios Registrados por Registrant



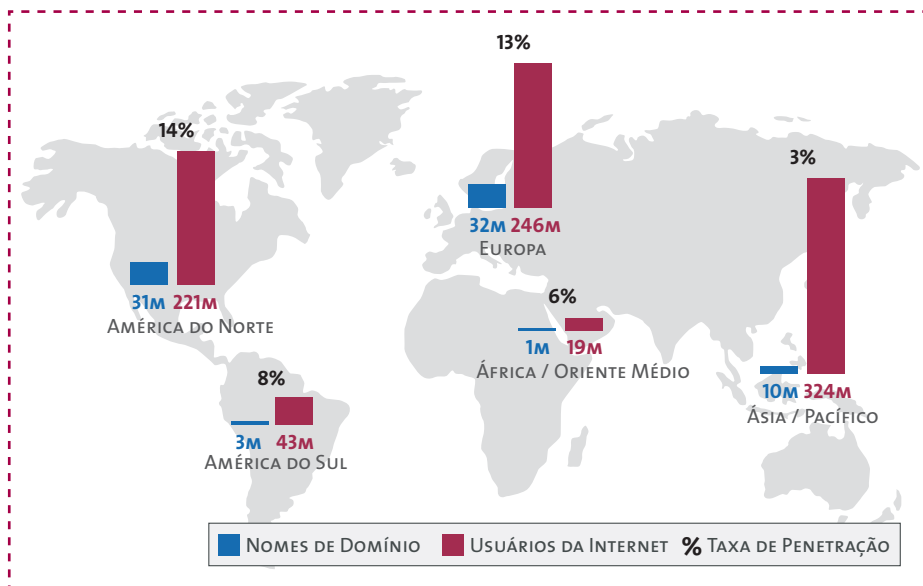
De um modo geral, cada um dos Registrants registrou aproximadamente 1,6 domínios. Estudos recentes revelam que, na classificação geográfica, os Registrants europeus apresentam o maior número de domínios por Registrant. Os Registrants alemães estão no topo da lista, com uma média de 2,5 domínios cada. Os Estados Unidos e o Japão possuem o menor número de domínios por Registrant: 1,2 e 1,0, respectivamente. Os maiores volumes de registros na Europa podem estar associados ao forte uso de ccTLDs (Domínios

de Primeiro Nível com Códigos dos Países) não apenas no próprio país, mas também em toda a Europa. Por exemplo, a Alemanha e o Reino Unido possuem o maior número de ccTLDs em relação à base de domínios registrados.

Registros de Domínios por Área Geográfica

Fontes: Zooknic, julho de 2005; ClickZ Stats, julho de 2005.

Registro de Domínios por Área Geográfica



O atendimento ao cliente está no topo da lista de fatores mais importantes na escolha do distribuidor de domínio

+ Como os Registrants Selecionam os Distribuidores e Utilizam Seus Domínios

Nas quatro regiões, os Registrants selecionam o distribuidor de nomes de domínio de acordo com quatro critérios principais: atendimento ao cliente, facilidade de uso, ajuda na otimização em ferramentas de busca e acesso a serviços de e-mail. Também levam em conta a disponibilidade e a qualidade do suporte no desenvolvimento de Web sites, serviços de hospedagem de domínios e nomes de domínio no idioma local (IDNs). O fator mais importante é a excelência do atendimento ao cliente, embora os Registrants estejam dando um peso cada vez maior à capacidade de incluir seu domínio na lista das principais ferramentas de busca.

Os Registrants procuram nomes de domínio que facilitem sua entrada no mercado global

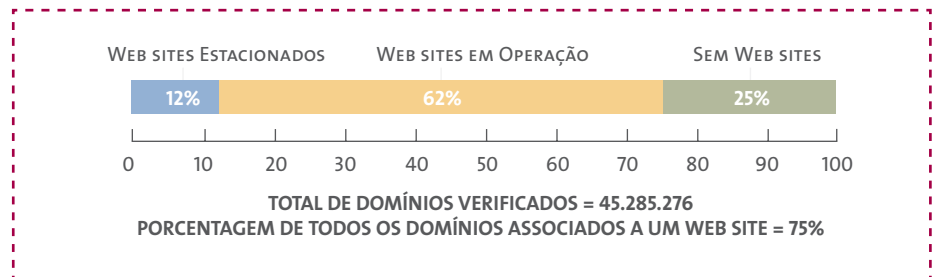
Web Sites .Com/.Net

Fonte: Cyveillance, agosto de 2005

* Os números foram arredondados e, portanto, as porcentagens podem não totalizar 100%.

Os Registrants das quatro regiões geográficas registram nomes de domínio principalmente para enviar e receber e-mails. O estabelecimento de uma imagem profissional para sua empresa ocupa o segundo ou terceiro lugar em todas as regiões. Na Ásia, praticamente a metade dos Registrants registra um domínio para proteger sua marca. O Brasil dá grande importância (86% dos entrevistados) ao acesso ao mercado global. O mesmo se aplica à Europa, principalmente a Alemanha, onde os Registrants consideram as possibilidades de alcance global inerentes a um nome de domínio. Os Registrants também estão utilizando seus domínios para criar Web sites. Em um estudo recente envolvendo todos os nomes de domínio .com e .net, 75% deles estavam associados a um Web site.

Web Sites .Com/.Net*



+ Nível de Satisfação dos Registrants

De um modo geral, os Registrants estão satisfeitos com os domínios que possuem, com Web sites associados e com o serviço de e-mail. Na América do Norte, 69% dos Registrants corporativos estão satisfeitos pois os Web Sites facilitam a identificação da empresa pelos clientes e a comunicação com clientes e fornecedores. As razões mencionadas pelos Registrants consumidores/SOHO da América do Norte estão alinhadas com as dos Registrants corporativos. Segundo eles, os Web sites alcançaram as metas esperadas. Os níveis de satisfação na Europa (Alemanha, Espanha e Reino Unido) são bastante semelhantes aos da América do Norte pelas mesmas razões. Os proprietários de domínios das empresas asiáticas afirmam que “os clientes nos localizam com mais facilidade” e colocam este fator no topo da lista, enquanto o grupo de consumidores/SOHO valoriza os Web sites por favorecerem a comunicação com pessoas de interesses semelhantes. No Brasil, onde a idéia de nomes de domínio entre consumidores ainda é novidade, muitos Registrants se sentiriam mais à vontade com o uso de IDNs em português.

+ Probabilidade de Renovação

Surpreendentemente, tanto os Registrants corporativos quanto os consumidores de todas as áreas geográficas pretendem renovar seus domínios - este número médio é de aproximadamente 71% em todas as regiões.⁴ A vontade de renovar reflete a grande satisfação com os resultados que os domínios proporcionam aos Registrants corporativos e consumidores, seja pelo estabelecimento de uma imagem profissional, pela expansão do alcance global, pela promoção do interesse local, ou pela proteção do nome corporativo ou pessoal. As razões mencionadas por aqueles que não pretendem renovar o seu domínio incluem o custo envolvido na criação e manutenção de um Web site e a interrupção do uso deste domínio.

+ Conclusões e Oportunidades

Embora o perfil dos Registrants varie conforme região e características demográficas, todos compartilham um ponto em comum: o registro de domínios. O crescimento e a penetração cada vez maiores da Internet em todo o mundo dificultam a categorização dos Registrants, refletindo a diversidade do próprio globo.

⁴ A taxa real de renovação de registros para .com e .net no segundo trimestre de 2005 foi 75%. Os 71% incluem respostas para todos os nomes de domínio registrados pelos entrevistados do nosso estudo.

De um modo geral, os Registrants querem que o registro e o uso de domínios seja um processo simples. Querem receber suporte, não apenas para relacionar um Web site e serviços de e-mail a um nome de domínio, mas também para torná-lo uma ferramenta que lhes permita alcançar suas metas, seja ser identificado por clientes potenciais, atender a clientes existentes, estabelecer uma imagem profissional ou simplesmente facilitar a comunicação. Atividades que aumentem a conscientização do registro de domínios e enfatizem a facilidade de uso dos mesmos gerarão benefícios, fazendo com que Registrants potenciais sintam-se mais à vontade com a Internet e com o registro de domínios.

Cada um dos mercados nas áreas geográficas analisadas neste relatório oferece oportunidades variadas para aumentar o número de registros de domínios.

- Na América do Norte, principalmente nos Estados Unidos e no Canadá, o registro de domínios está se tornando cada vez mais um produto do mercado de massa e, portanto, o Registrant potencial conhece menos de tecnologia que no passado. É importante que ele saiba o valor dos nomes de domínio e que receba assistência na criação de um Web site de sucesso. Os Registrants mexicanos encontram-se mais nos estágios iniciais de adoção, mas ainda assim se beneficiariam dos esforços de conscientização e orientação.
- Na Ásia, o uso e o acesso à Internet estão crescendo rapidamente, assim como o número de Registrants. Agora que a China despontou como usuária da Internet, é possível que haja uma explosão no número de registros de domínios. A importância da Internet sem fio e do acesso à Internet de banda larga terá impacto nos métodos utilizados para influenciar Registrants potenciais e valorizar o registro de domínios. Também será possível reforçar os benefícios do registro de múltiplos nomes de domínio.
- Na Europa, a grande oportunidade está nos Registrants tardios, que estão reconsiderando o registro de um domínio. A assistência a estes Registrants potenciais, para que possam criar um Web site de sucesso, torna o registro de um domínio praticamente "obrigatório" e reduz a possibilidade de atrito. Alguns países da Europa, como a Espanha, são menos desenvolvidos em relação aos registros de domínio e oferecem oportunidades para reforçar os seus benefícios.
- No Brasil, há pouca conscientização quanto ao registro e uso de um domínio. É muito importante passar às empresas e aos consumidores de tecnologia avançada a proposta de valor do registro de domínios e ensinar-lhes o processo de registro e utilização. Será muito importante oferecer-lhes soluções de pacotes simples, capazes de captar novos Registrants com rapidez e regularidade. Os Registrants já existentes têm a possibilidade de ampliar o número de registros com domínios múltiplos para usos complementares, além de proteger sua marca. Os brasileiros também estão interessados no uso mais freqüente dos caracteres da língua portuguesa no registro de domínios.

+ Saiba Mais

Para assinar ou acessar arquivos contendo os Relatórios sobre o Mercado de Domínios, acesse www.verisign.com/domainbrief. Envie suas dúvidas ou comentários por e-mail para domainbrief@verisign.com.

+ Sobre a VeriSign

A VeriSign, Inc. oferece serviços de infra-estrutura essenciais para tornar a Internet e as redes de telecomunicações mais inteligentes, confiáveis e seguras. Todos os dias, a VeriSign permite que milhares de empresas e milhões de consumidores se conectem, se comuniquem e realizem transações com segurança.

©2005 VeriSign, Inc. Todos os direitos reservados.

VeriSign, o logotipo VeriSign "Where it all comes together" e outras marcas registradas, marcas de serviço e design são marcas registradas ou não-registradas da VeriSign e suas subsidiárias nos Estados Unidos e em países estrangeiros. 08/05.