

Pesquisa Dia dos Pais 2022 Quais são as tendências desse ano? all in opinion box

força e disponibilidade de compra para os consumidores, afinal 'tá tendo' loja física aberta e muito e-commerce funcionando! Vem saber então sobre a intenção de compra neste evento que está por vir. Tem intenção de presentear no Dia dos Pais?

O Dia dos Pais está chegando e estamos vivendo um cenário mais positivo que no ano passado, já que o comércio tem retomado com mais

68% Sim Não ainda não sabem

Para os que não pretendem comprar na data... a maioria não tem alguém para dar o presente e 13% não tem o hábito de trocar presentes, ta aí uma ótima oportunidade de fazer propaganda para conquistar esses clientes que não tem o hábito de comprar presentes para alguém, mas podem presentear a si mesmo. E tem mais: Por que não pretendem presentear? Não tenho quem 55% presentear

Não tenho o hábito 13% de presentear Preciso economizar 12% Não tenho um motivo 12% determinado Outros Não estou animada (o) para comemorar Ainda não me sinto seguro (a) em razão pandemia | 20% 40% 60% *dados referentes aos 20% dos consumidores que não tem intenção de presentear na data

as lojas físicas, que voltaram com tudo - ainda com índices melhores que em 2021. Na hora de pesquisar, preferem...

Pelos aplicativos das lojas Em sites de busca (Google, Bing)

Nas próprias lojas físicas

45%

42%

42%

E por onde estão na hora de pesquisar?

É fato que os aplicativos das lojas fazem muito sucesso, principalmente porque tem a opção de favoritar produtos e enviar notificações por push, um ótimo canal de comunicação, mas os sites de buscas continuam presentes no favoritismo, incluindo

No Instagram Em sites de cupons 25% Direto nos e-commerces Em comparadores de preço Pela indicação de 19% amigos/conhecidos

Pelos comunicados das próprias 19% lojas (email, sms, notificações) Nos comerciais de TV No Facebook 13% Pelo whatsapp da loja e/ou dos Nos anúncios em panfletos ou Pela indicação de artistas e 7% influenciadores Via QR Codes em campanhas publicitárias Não vou pesquisar 20% 30% 40% 35% do público de 16 a 29 anos pretendem pesquisar pelo Instagram, contra 29% de 30 a 39 anos e 23% de 50+. 24% do público masculino pesquisará ofertas em comparadores de preço,

contra 18% do público feminino.

Na semana Com duas semanas Com mais de duas de antecedência semanas de antecedência do evento

*dados referentes aos 80% dos consumidores que têm intenção ou estão em dúvida se vão comprar para o Dia dos Pais.

Quando pretendem comprar?

E como o histórico de pesquisas já nos mostra, grande parte dos consumidores pretendem comprar na semana do evento ou até com duas semanas de antecedência, mas ainda há uma parcela de 20% que está mais adiantada. Com essas informações, você tem tempo de segmentar suas comunicações e interagir com esse público de forma personalizada para chegar nas pessoas certas e converter em vendas.

Quais fatores são essenciais para comprar? É, sabemos que as promoções são o ponto fraco da maioria e também o melhor gatilho de compra segundo os consumidores, mas vale destacar que qualidade do produto, vantagens no frete e uma visão omnichannel de estratégia de compra x logística também são relevantes para eles.

Já compraram

*dados referentes aos 80% dos consumidores que têm intenção ou estão em dúvida se vão comprar para o Dia dos Pais.

No dia do evento

Não sabem

Bons preços e promoções Ter vantagens no frete

Ter a garantia de qualidade dos produto

Falta de suporte/atendimento

Falta de opções de pagamento Não confiar que o desconto é real Não ter como comprar online Não poder retirar na loia

Nada me faria desistir de uma boa

Moda e acessórios

*dados referentes aos 80% dos consumidores que têm intenção ou estão em dúvida se vão comprar para o Dia dos Pais. Mas, apesar de promoções serem o que eles mais gostam, não é o suficiente para fechar uma compra, afinal os consumidores desistiriam de comprar por taxas de frete ruins, falta de confiança e prazos de entrega não muito agradáveis. Esse é aquele momento de pensar em converter a situação com um atendimento impecável antes, durante e após a compra, além de estratégias de cashback ou algum benefício de pontos que faça o cliente retornar e confiar suas próximas compras à marca. O que faria desistir de uma compra? Prazos de entrega ruins Avaliações negativas no site ou nas redes sociais Não confiar na loja ou site Nota baixa em sites de reputação Falta de opções de produto (numeração, tamanho, cor, modelo) Falta de informações/detalhes do

Eletrodomésticos **Alimentos** Beleza e Cosméticos e Eletroportáteis e bebidas Viagens Multicategoria Livraria e Turismo

E mais: Produtos artesanais 10%; Não sabem 10%; Casa e decoração 9%; Supermercado 8%; Jóias 7%; Farmácia e Saúde 5%; Clube de assinaturas 5%; Bringuedos 3%; Petshop 3%; Outros 1%.

*dados referentes aos 80% dos consumidores que têm intenção ou estão em dúvida se vão comprar para o Dia dos Pais.

■ E o pós-compra, hein?

Falamos em diversos materiais que a jornada de compra não se encerra depois que o cliente faz a compra, ainda há muito processo para fidelizar e continuar com um relacionamento duradouro. Nesse caso, o pós-compra faz toda diferença, afinal muitos esperam atenção da loja nesse período:

20%

*dados referentes aos 80% dos consumidores que têm intenção ou estão em dúvida se vão comprar para o Dia dos Pais.

Categorias de produtos que pretendem comprar:

Eletrônicos

e informática

40%

Esportes



Fidelização

Dito e feito: olha o atendimento como o principal quesito para fidelização aí! 67% dos consumidores consideram esse fator essencial para recompra e 38% voltariam se tivessem um cashback. Outro ponto importante está na personalização, que citamos acima, pois 35% acreditam que ofertas personalizadas fazem a diferença.

O que faria comprar na mesma loja do ano anterior?

67%

27%

30%

20%

Ter tido uma boa experiência de compra e atendimento

Ter recebido cashback para voltar

Receber ofertas personalizadas com itens que gosto

Saber pelas redes sociais que a loja tem o que procuro

A loja física ser perto da minha casa/trabalho

Saber pelas comunicações (SMS e-mail, push) que a loja tem o que procuro

Ainda não sei quanto irei gastar

Entre R\$101 e R\$200

Entre R\$201 e R\$ 300

Fntre R\$301 e R\$400

Entre R\$401 e R\$500

Entre R\$51 e R\$100

Mais de R\$500

0%

Até R\$50

Saber das promoções

Voltaria se fosse repetir o presente Nunca compraria itens da mesma Outros motivos 20% 40% *dados referentes aos 80% dos consumidores que têm intenção ou estão em dúvida se vão comprar para o Dia dos Pais.

Quanto pretendem gastar?

Se pudéssemos, daríamos o mundo de presente para pessoas que amamos, mas já que não é possível, vamos entender quanto os consumidores estão dispostos a gastar neste Dia dos Pais.

13%

10%

*dados referentes aos 80% dos consumidores que têm intenção ou estão em dúvida se vão comprar para o Dia dos Pais.

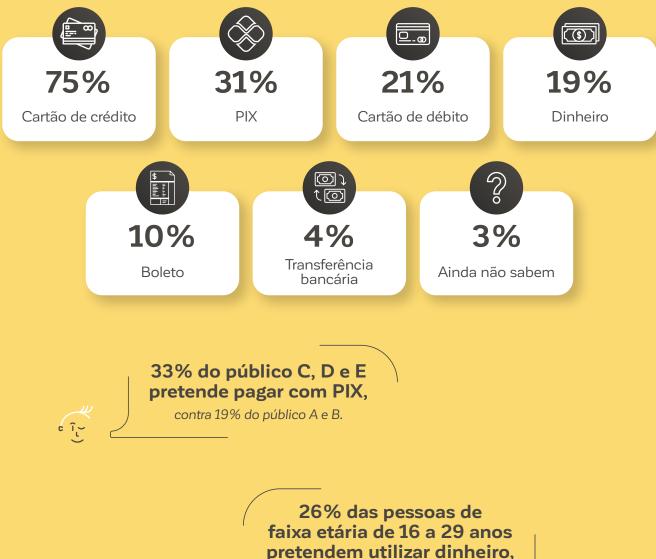
Quais formas de pagamento pretendem usar?

6%

6%

7%

24%



contra 18% de 30 a 39 anos e 12% de 50+.

*dados referentes aos 80% dos consumidores que têm intenção ou estão em dúvida se vão comprar para o Dia dos Pais.

E aí, concorda?

E chegou aquele momento de entendermos o que nossos consumidores pensam sobre determinadas frases do Dia dos Pais: é só uma data comercial? Os presentes estão realmente mais caros este ano? Vem saber o que eles pensam sobre o assunto e mais:

O Dia dos Pais é apenas uma data comercial.

Mesmo sendo uma data muito comercial, faço questão de celebrar o Dia dos Pais.

nem discordo

Não concordo

nem discordo

Não me importo de gastar muito no Dia dos Pais.

Discordo

parcialmente

parcialmente

Discordo

parcialmente

totalmente

Discordo totalmente

Discordo

totalmente

Relatório

Dia dos

Pais 2021

Sinto que os presentes estão mais caros este ano. Discordo Discordo Não concordo parcialmente Dia dos Pais é todo dia.

Concordo

Concordo

Pesquisa

all in opinion□boo

Social Commerce 2.0 Tendências de consumo nas redes sociais.

Concordo

totalmente

