



Pesquisa Social Commerce 3.0

Tendência de consumo nas redes sociais

wake opinion box

Índice

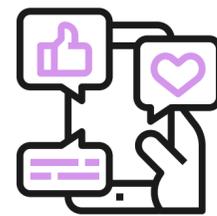
Introdução	3
Destaques	4
Perfil dos respondentes	5
Intenção de compra	6
Tem o hábito de fazer compras online?	7
Usa as redes sociais para pesquisar produtos?	8
E por que pesquisa nas redes sociais?	9
Tá sabendo?	10
Conhece o conceito de Social Commerce?	11
WhatsApp	13
Por que você costuma comprar através do WhatsApp?	14
Por que não adota o Social Commerce?	15
Pretendem adotar o Social Commerce?	16
A opinião dos consumidores	17
A opinião dos consumidores	18
Onde estão? Onde habitam?	20
Mais detalhes sobre as redes sociais e a jornada de compra...	21
Live Commerce	24
Live Commerce	25
O que te faz ser adepto ao Live Commerce?	27
Mais estudos sobre a experiência do consumidor	29
Realização	30

Introdução

Entra ano, sai ano, e a **pesquisa de Social Commerce** continua sendo muito requisitada pelo varejo, afinal, nossos dados mostram que **88% dos usuários têm hábito de fazer compras online** e as redes sociais com certeza fazem parte desse fato. Uma prova disso é como o Instagram continua sendo o mais utilizado para pesquisa de produtos e também para compras. Não podemos negar que a essa rede se atualizou em relação a aba shopping e isso trouxe um bom resultado.

Mas calma, aqui também falaremos da relevância de outras redes, incluindo aquelas usadas para Live Commerce e o destaque do WhatsApp na jornada de compra. O comportamento mostrado, é que os consumidores estão cada vez mais adeptos aos aplicativos que possuem a maioria dos itens em um lugar só. Vem saber do que eu to falando, é só continuar a leitura!

Destques



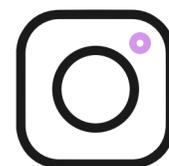
74% dos consumidores usam **redes sociais para fazer compras**



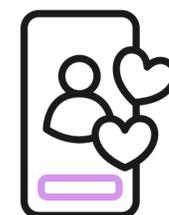
Informações sobre **preços lideram pesquisas** em redes sociais



54% dos usuários relatam **experiências positivas e negativas**



Instagram é a rede social mais usada para **pesquisa, compras e avaliações**

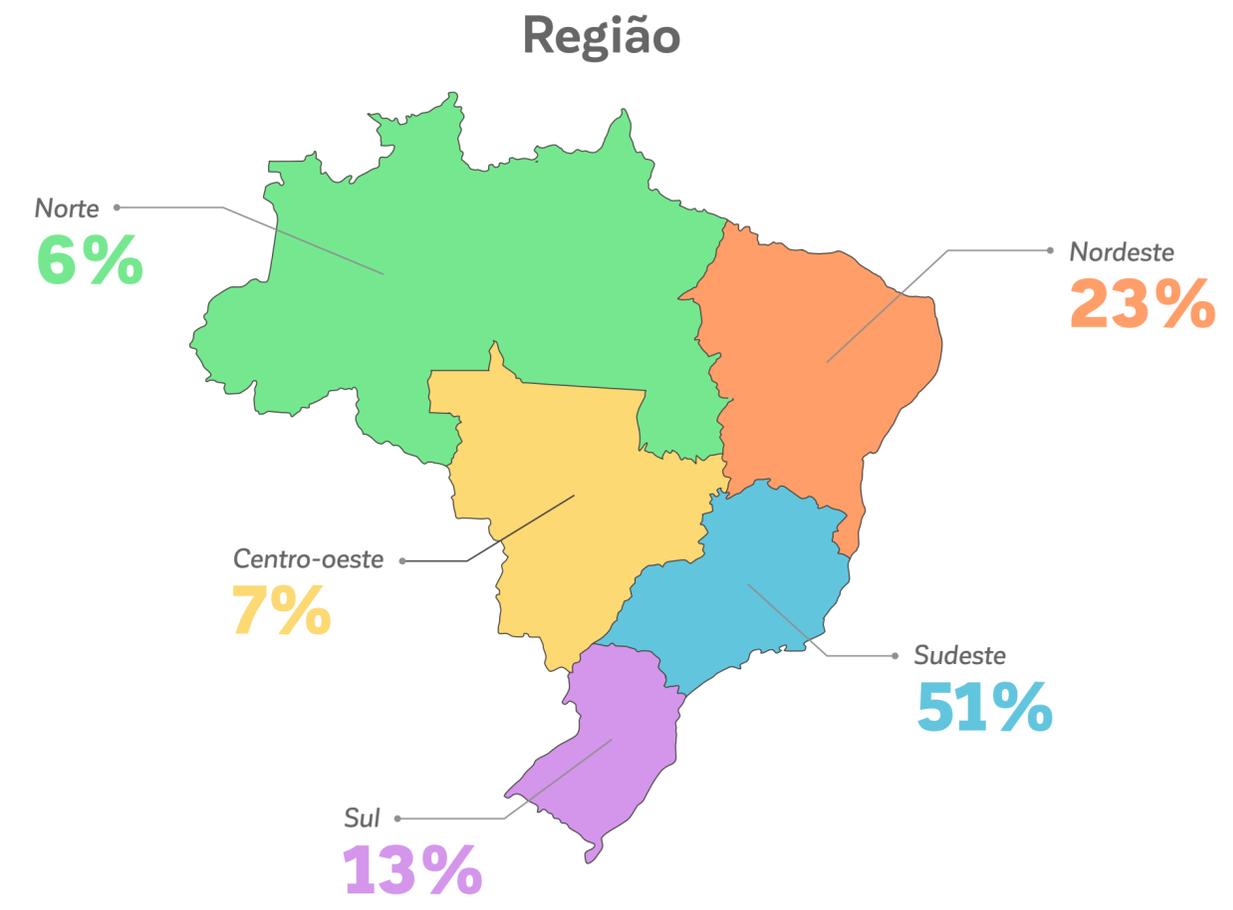
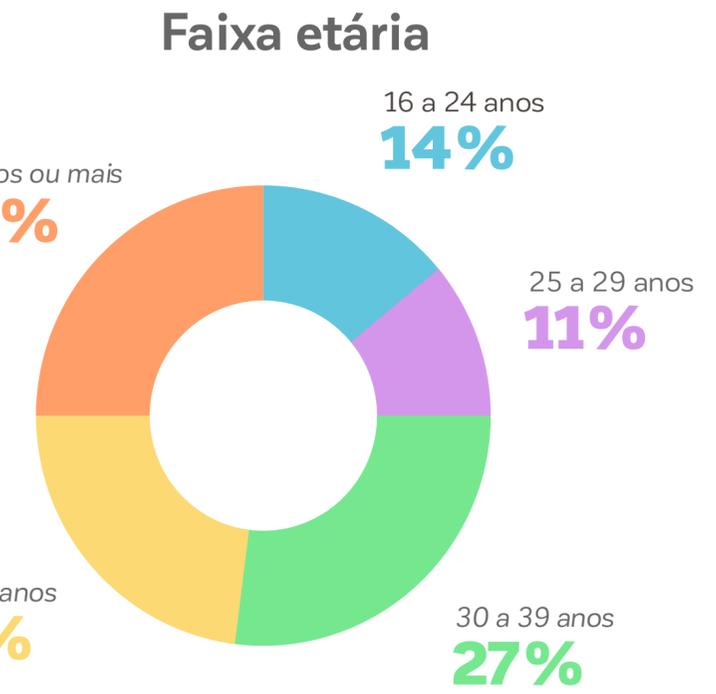
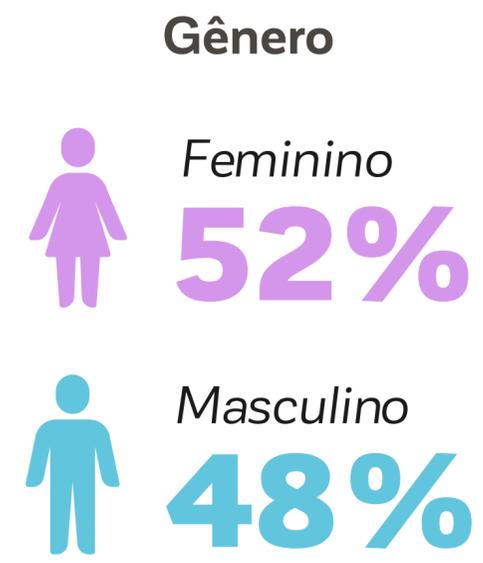


Adeptos ao **Live Commerce** preferem o canal pelos **descontos e detalhes dos produtos**

Perfil dos respondentes

Pesquisa feita entre os dias 22 e 27 de fevereiro de 2023, essa pesquisa tem um grau de confiança de 95%, com margem de erro de 2.9 pontos percentuais. Em parceria com o Opinion Box, ouvimos 1152 pessoas, sendo homens e mulheres de várias classes sociais, com idade acima de 16 anos.

Os detalhes da pesquisa demográfica você confere ao lado:



Intenção de compra



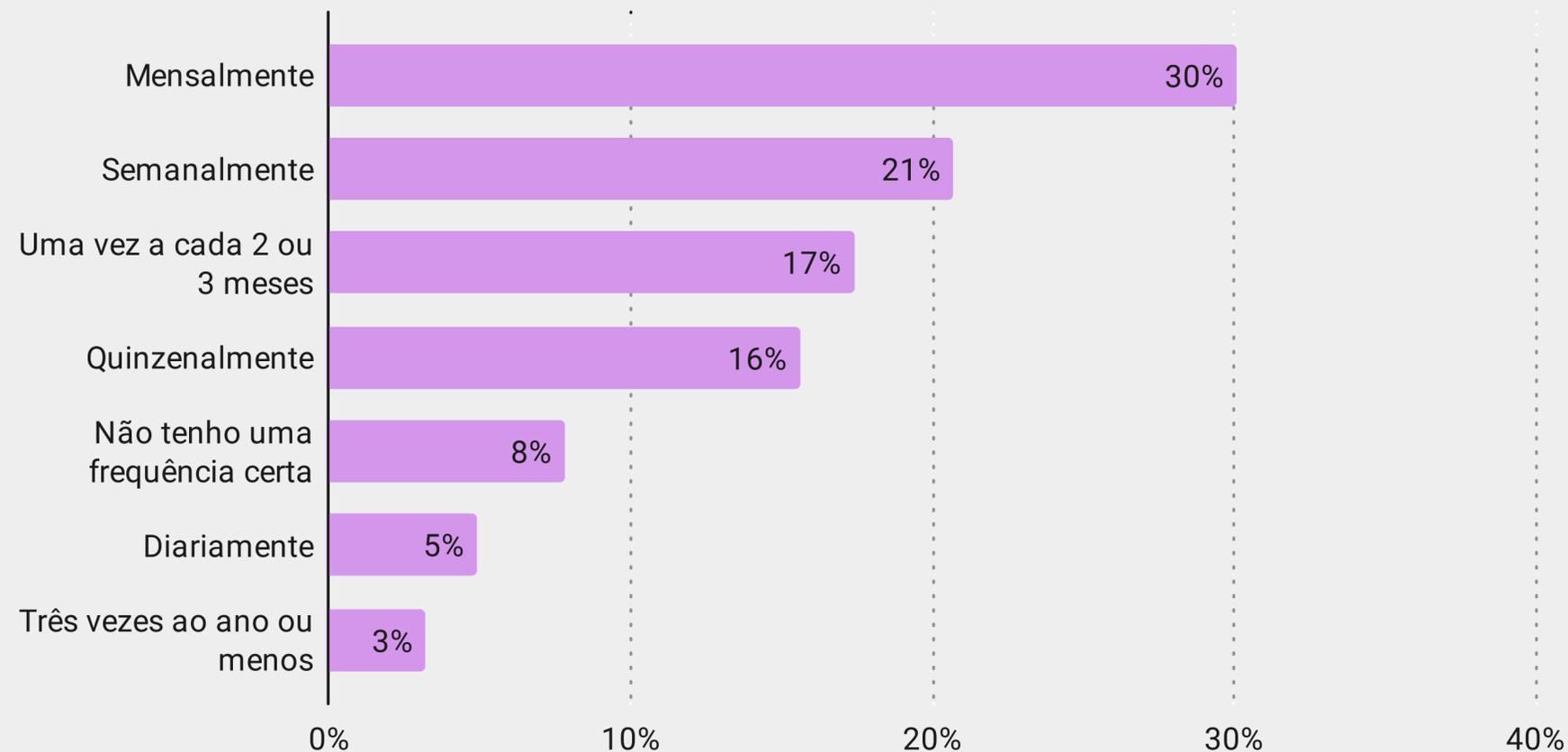
Tem o hábito de fazer compras online?

O spoiler já foi dado na introdução: **88% dos consumidores fazem compras online** e esse é um número que já vem se mantendo estável desde a nossa primeira pesquisa sobre o assunto, ou seja, já é mais do que um hábito entre os usuários. E se o isolamento social trouxe um maior número de adeptos, as marcas têm corrido atrás de melhorar a usabilidade dos e-commerces e a confiança nesse tipo de compra, pois assim todo mundo sai ganhando, podendo aumentar a frequência das comprinhas mensais ou até semanais.

Tem o hábito de fazer compras online?



Com que frequência faz compras online?



*dados referentes aos 88% dos respondentes que fazem compras online

Usa as redes sociais para pesquisar produtos?

E é claro que antes da compra, o consumidor precisa dar uma pesquisada nos preços e conferir se a loja é de fato legítima. Como podemos ver, confiança é o mais importante para a maioria das pessoas, isso sem falar em outros fatos que é garantia nas redes sociais para alguns usuários, como a diversidade de imagens dos produtos e a organização de alguns dados da empresa, como frete, endereço do site ou loja física e até os meios de contato.

Usa as redes sociais para pesquisar produtos?



O que mais costuma pesquisar sobre os produtos nas redes sociais?



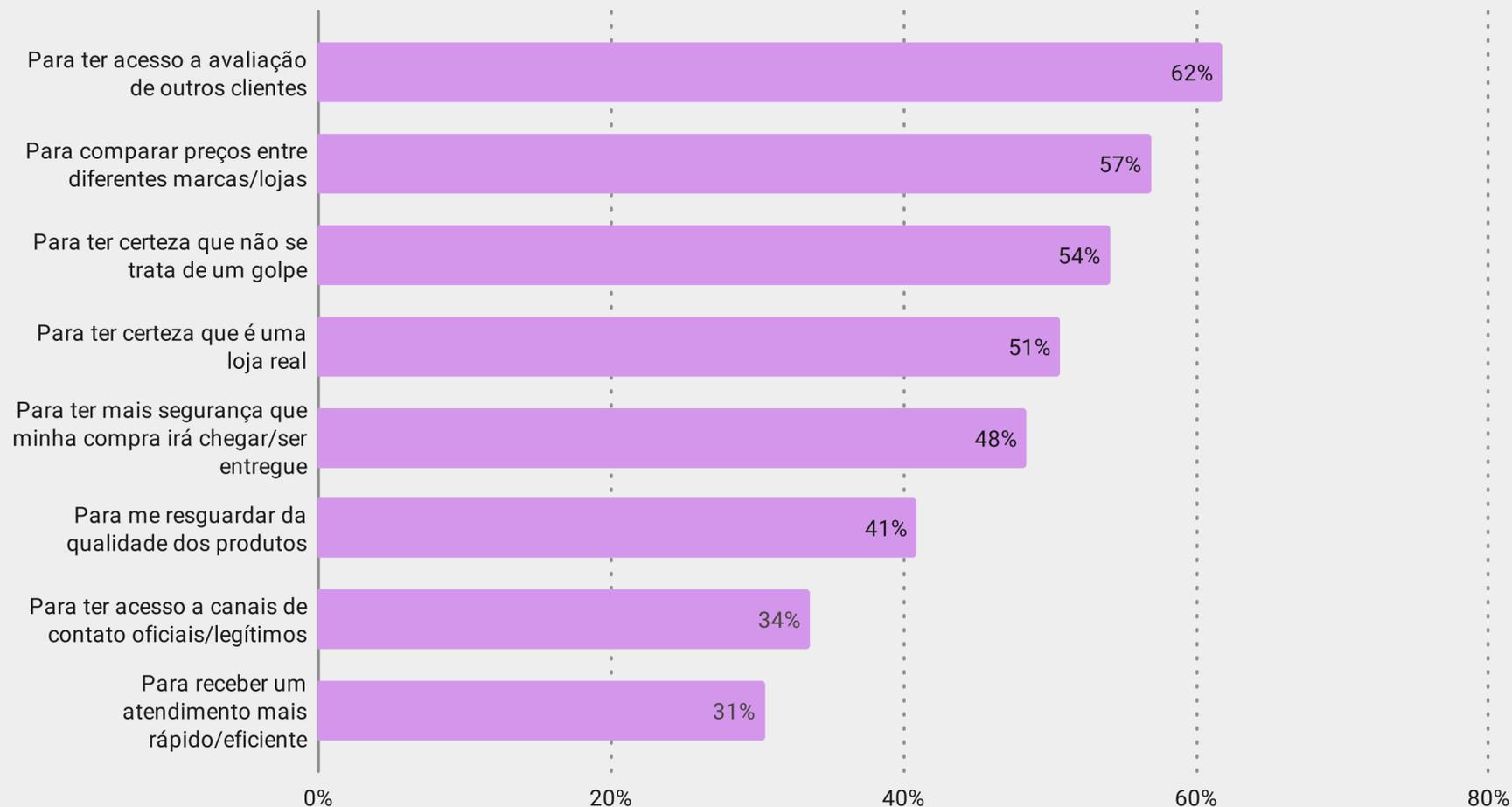
*dados referentes aos 74% dos respondentes que usam as redes sociais para pesquisar produtos

E por que pesquisa nas redes sociais?

Mas e aí, por que as redes sociais são tão importantes para os usuários além do Google ou sites de reputação, por exemplo? Porque, como o nome já diz, a rede social possui interação, sendo possível entender o que outros clientes acham do produto ou da logística de entrega, bem como comparar preços de outras lojas e até conferir se a marca é de fato real - tudo em um lugar só.

Então se a sua marca ainda não está ativa nas redes sociais, nosso gráfico mostra alguns motivos pelo qual você precisa recorrer a isso urgente.

Por que pesquisa nas redes sociais?



*dados referentes aos 74% dos respondentes que usam as redes sociais para pesquisar produtos

Quais redes sociais você usa com mais frequência para pesquisar sobre produtos?



E mais: Tiktok 11%; Pinterest 10%; Twitter 8%; outra 2%

*dados referentes aos 74% dos respondentes que usam as redes sociais para pesquisar produtos



Tá sabendo?

Conhece o conceito de Social Commerce?

As compras e pesquisas online, já são quase o braço direito dos usuários. Mas e o Social Commerce, hein? Para quem não sabe, esse termo é sobre as compras pelas redes sociais e a maioria das pessoas desconhecem o nome, mas ao explicarmos, **72% dos consumidores afirmaram que compram por esses canais.** Então simhora falar mais do que deu origem a essa pesquisa.

Conhece o conceito de Social Commerce?

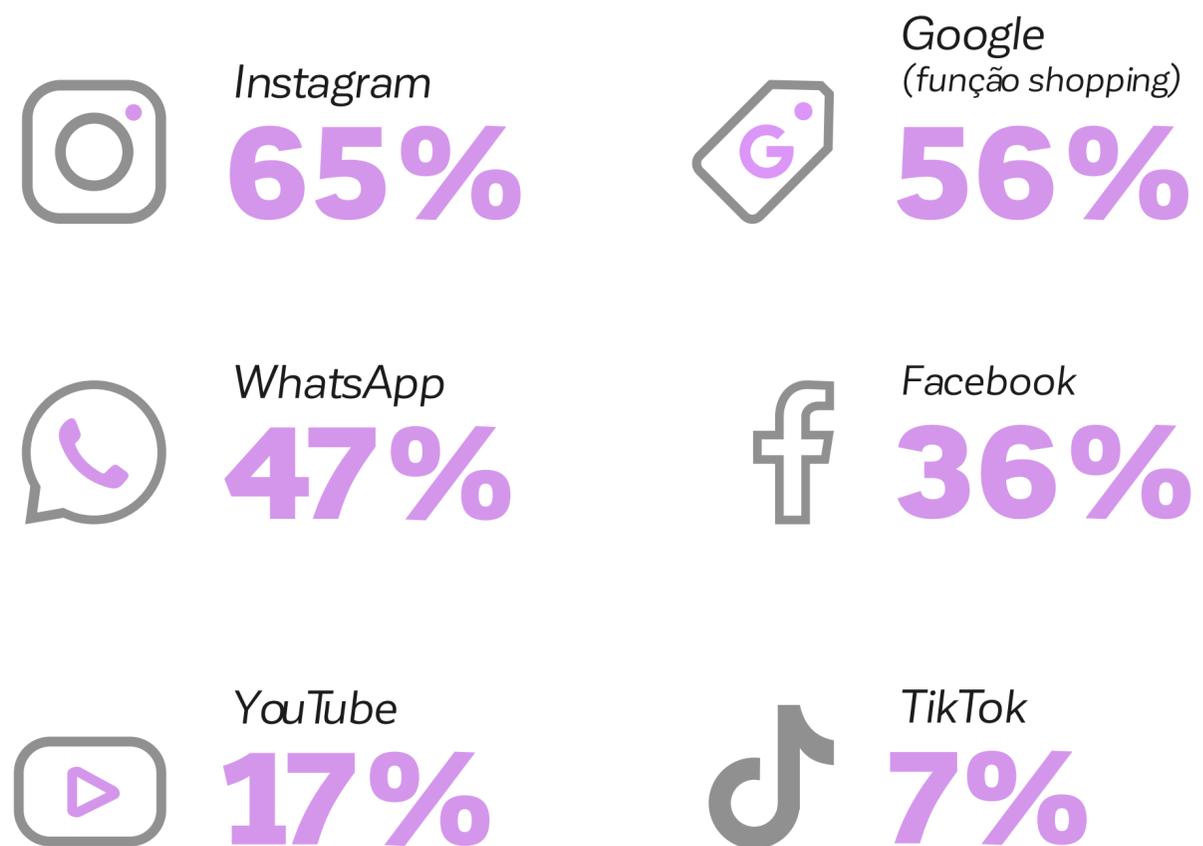


Sabendo o que é social commerce, você diria que ele faz parte da sua rotina de consumo?



*dados referentes aos 45% dos respondentes que conhecem o conceito de Social Commerce

E em quais redes sociais você costuma comprar?



E mais: Pinterest 5%; Twitter 5%; outra 4%.

*dados referentes aos 45% dos respondentes que conhecem o conceito de Social Commerce





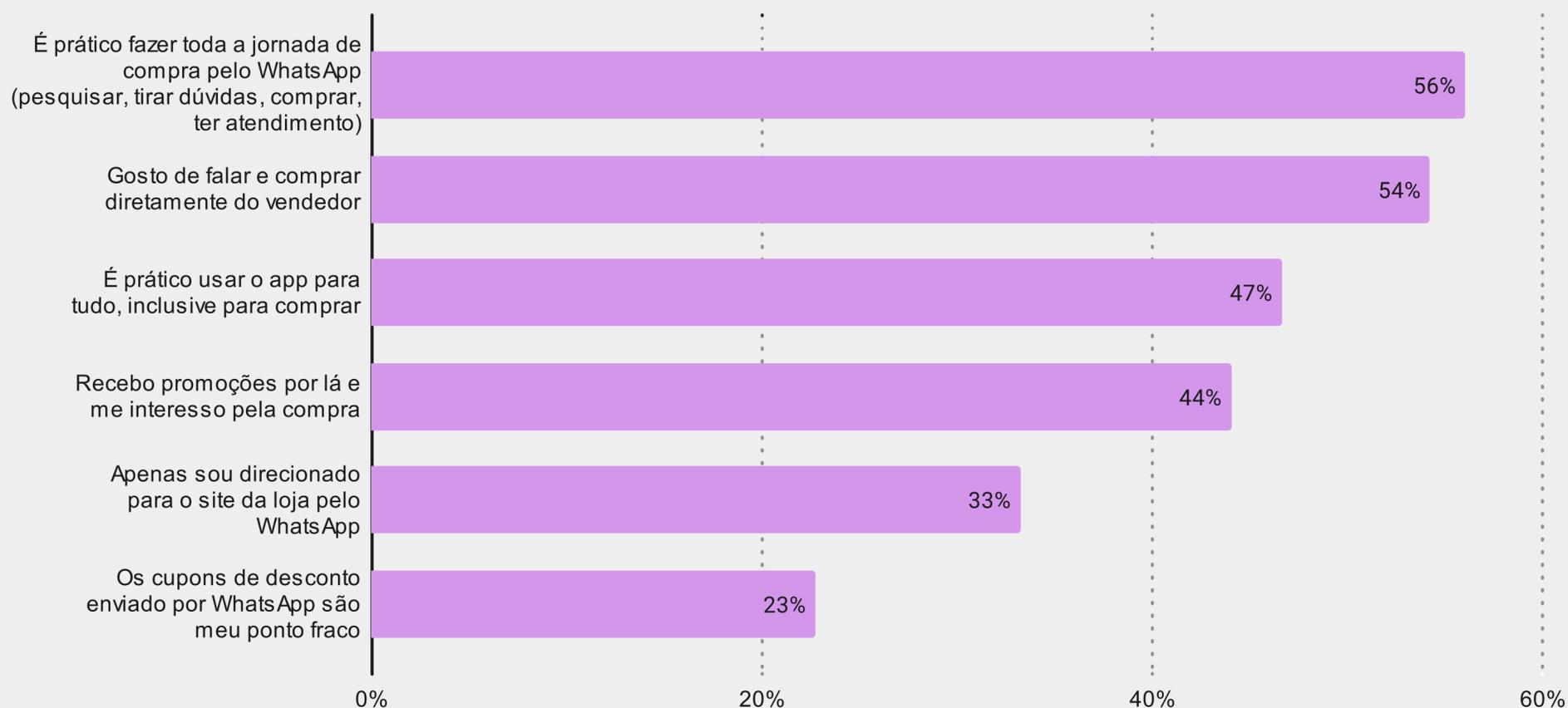
WhatsApp

Por que você costuma comprar através do WhatsApp?

WhatsApp, o principal meio de comunicação dos brasileiros, viu nesse dado e no seu crescimento a grande chance de ser algo a mais. Isso não é segredo para nós, mas como somos especialistas em dados e experiências, aqui estão algumas coisas que são novidades para o varejo e você precisa saber também.

Já falamos diversas vezes sobre jornada de compra e os usuários sabem bem sobre o assunto, por isso, **56% dos consumidores compram pelo WhatsApp** porque é mais prático ter toda a jornada por lá, desde a pesquisa, até o processo de tirar dúvidas, fazer as compras e ainda contar com o atendimento. Isso é o que chamamos de **experiência**.

Por que você costuma comprar através do WhatsApp?



*dados referentes aos 46% dos respondentes que compram por WhatsApp

Muitos ainda enfatizam a importância de ter um atendimento humanizado e poder falar diretamente com o vendedor da loja pelo WhatsApp, além de ser prático já ter todas as possibilidades e informações em um só aplicativo.

Falando em informar, vale avisar sobre cupons e descontos? Com certeza, 44% dos consumidores se interessam pela compra a partir das ofertas que recebem no WhatsApp. Ou seja, tem tudo pra dar certo! Só não esqueça do LGPD, hein?

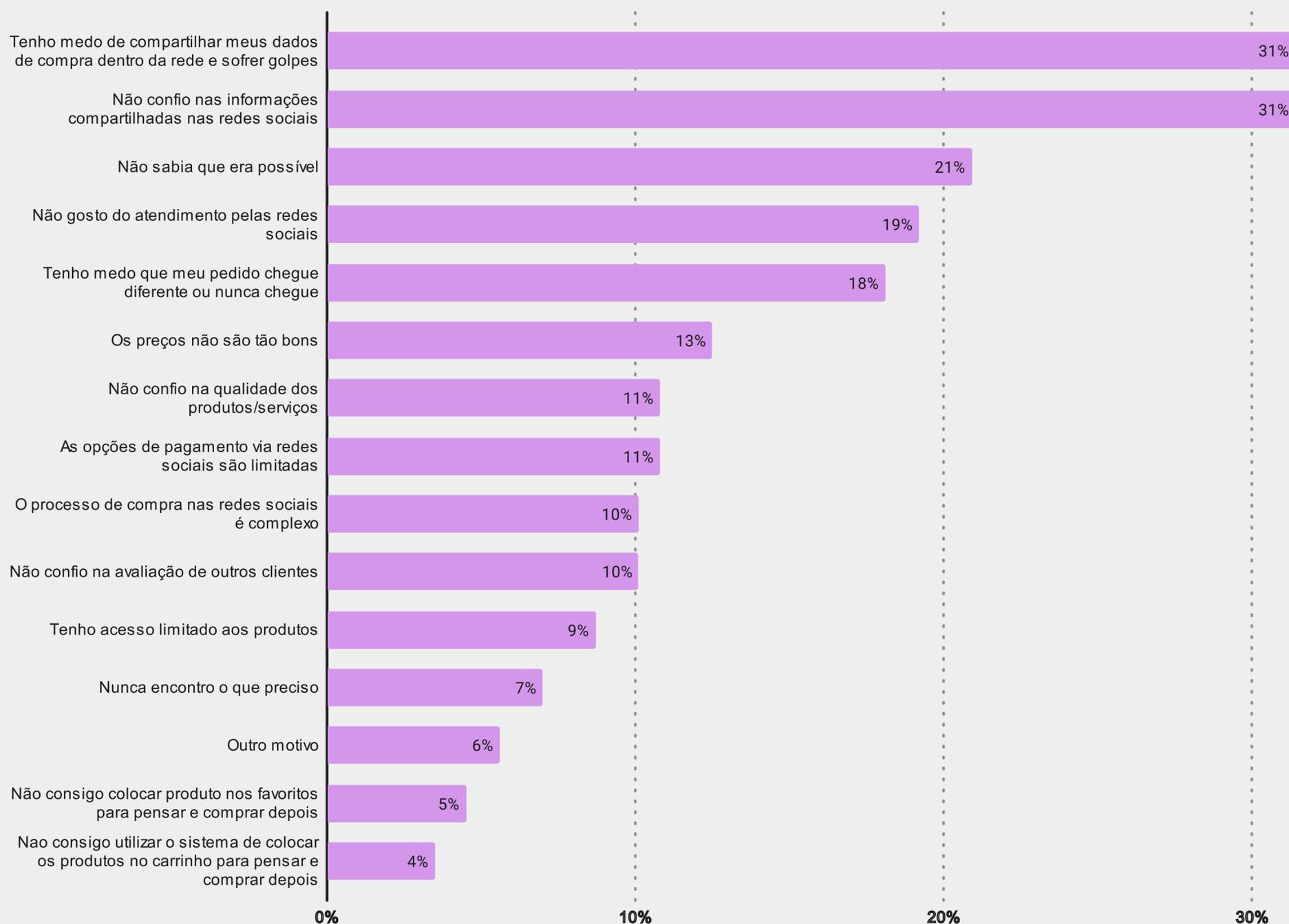
Por que não adota o Social Commerce?

Já aqueles 28% que não adotariam o Social Commerce...

Têm opiniões bem diversas sobre o assunto, mas a gente garante que algumas delas tem soluções, como o medo de compartilhar dados ou a falta de confiança nas informações desse canal, que podem ser solucionadas com um contato mais humano, stories de outras pessoas que compraram e receberam o produto, cases de sucesso, telefones de contato para tirar dúvidas e a forma de pagamento ser de uma empresa autenticada e responsável.

Além disso, alguns não sabiam da possibilidade de comprar por lá e outros não gostam do atendimento por redes sociais. Então, vale lembrar que as redes sociais são uma ótima porta para lojas pequenas que estão começando seu negócio e ainda não tem uma grande estrutura, mas também são muito importantes para marcas que já são conhecidas, pois podem expor mais seus produtos por lá e criar uma rede de contato entre clientes.

Por que não adota o Social Commerce?



*dados referentes aos 28% dos respondentes que não compram por redes sociais.

Pretendem adotar o Social Commerce?

E será que eles pretendem adotar mais pra frente? A maioria ainda está em dúvida, então que tal sua loja usar as dicas acima e os dados mostrados nesta pesquisa para melhorar esse cenário e aumentar as possibilidades de venda, hein?

Qual a probabilidade de você adotar o Social Commerce nos próximos 6 meses?



*Para quem respondeu não.



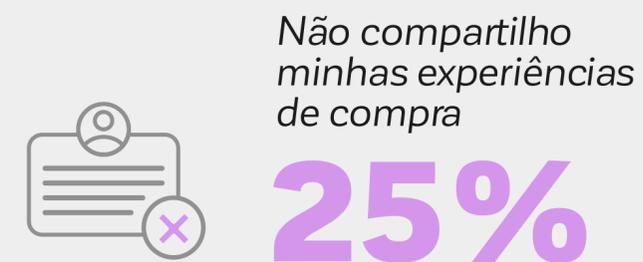
A opinião dos consumidores



A opinião dos consumidores

Você se importa com a opinião dos outros? A sua loja deveria, afinal **54% dos consumidores relatam experiências positivas e negativas** e a melhor forma de reagir a isso é sempre responder e garantir um atendimento de qualidade, sem medo das avaliações negativas. O que importa é a reação da marca em relação a isso, que deve colocar o cliente como foco.

Tem hábito de avaliar as lojas ou marcas das quais você compra?

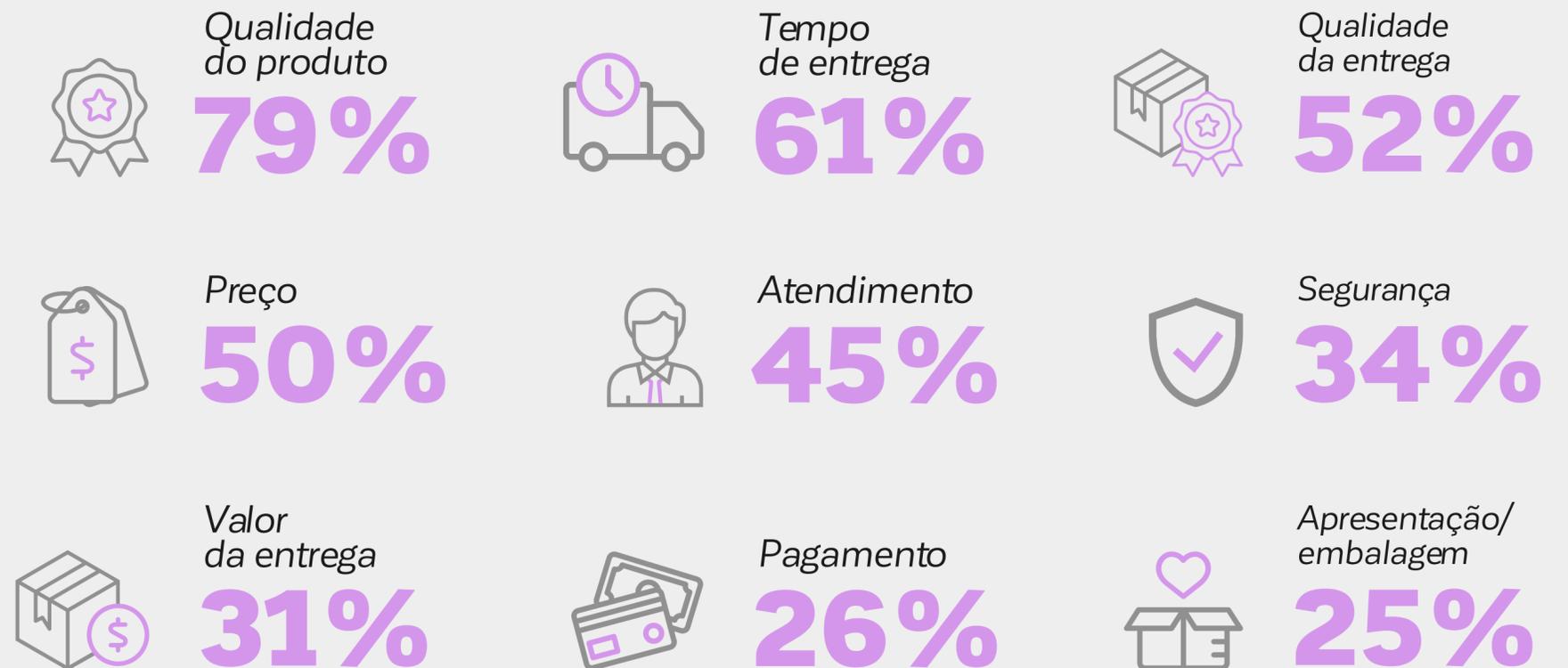


*dados referentes a todos os respondentes

A opinião dos consumidores

E o principal item avaliado é a qualidade do produto, seguido de tempo e qualidade da entrega. Ou seja, as redes sociais trazem maior transparência em relação às vendas e logísticas, por isso é importante preparar a sua equipe de atendimento para ficar de olho por lá.

Quais itens avalia?

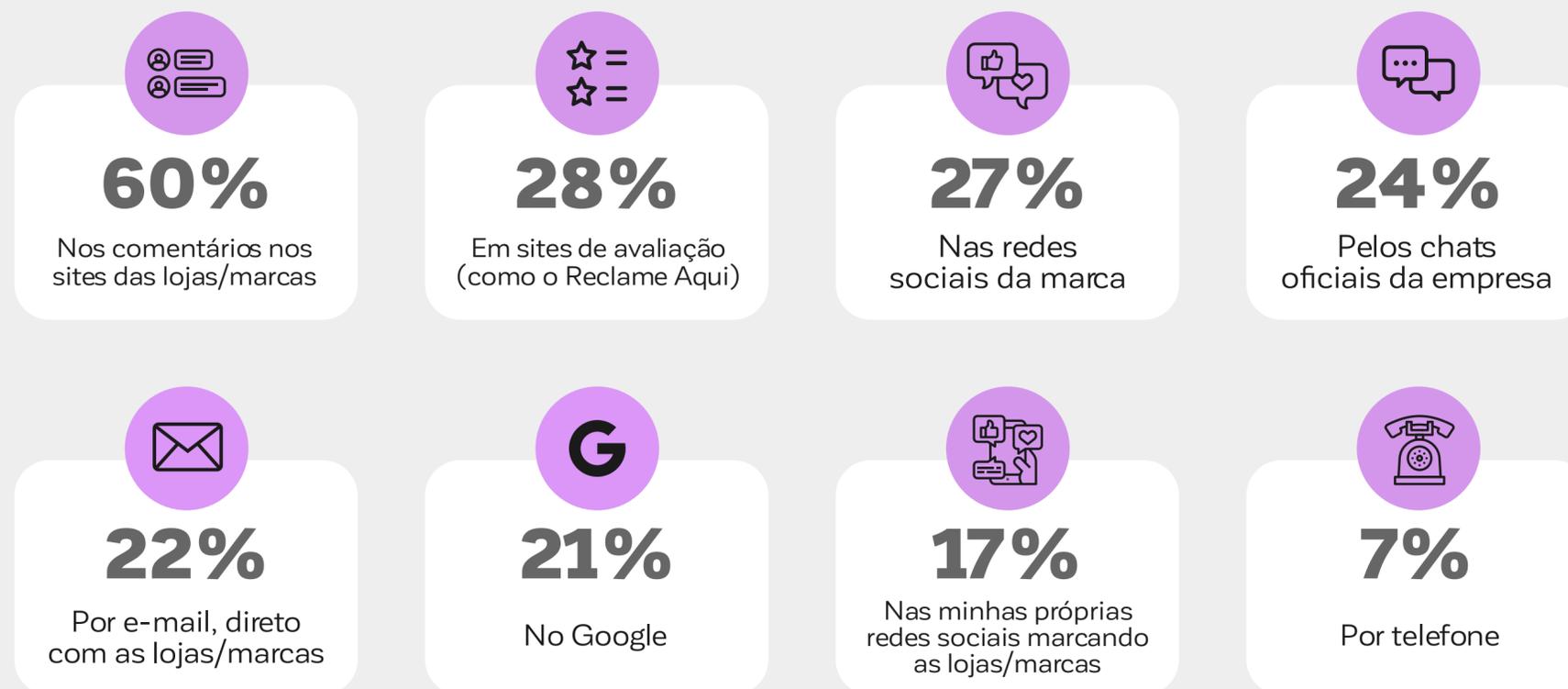


*dados referentes aos 15% dos respondentes que relatam apenas experiências positivas; 54% que relatam experiências positivas e negativas; 5% que relatam apenas experiências negativas.

Onde estão? Onde habitam?

Eles estão em todos os lugares disponíveis para avaliar, mas em maioria nos próprios comentários dos sites das lojas, no Reclame Aqui e nas redes sociais, sendo o **Instagram responsável por 75% do uso** nesse caso. A gente já sabe, mas sempre vale reforçar, a jornada de compra não acaba na etapa do carrinho e pagamento, hein? Bora cuidar do atendimento e fidelizar esse cliente com um relacionamento pra lá de bom, no momento ideal e no canal que ele estiver.

Onde costuma compartilhar suas avaliações?



Em quais redes sociais costuma usar para avaliar marcas ou lojas?



*dados referentes aos 27% dos respondentes que avaliam nas redes sociais das marcas ; 17% Nas minhas próprias redes sociais, marcando as lojas/marcas.

Mais detalhes sobre as redes sociais e a jornada de compra...

A facilidade de comprar pelas redes sociais me faz comprar mais do que comprava antes.



Tenho medo de cair em golpes ao comprar pelas redes sociais.



Mais detalhes sobre as redes sociais e a jornada de compra...

Fico mais disposto a comprar quando o produto tem o preço exibido nas redes sociais.



Gosto quando o processo de compra é todo feito nas redes sociais, desde pesquisar o produto até realizar o pagamento.



Mais detalhes sobre as redes sociais e a jornada de compra...

Deixo de comprar quando a empresa não tem redes sociais ativas.





Live Commerce

Live Commerce

Há quem diga que esse modelo de vendas veio pra ficar e outros que não são tão adeptos assim. Se as lives ficaram escassas com o fim do isolamento social, isso veremos mais pra frente, mas o que importa é que esse é um modelo que pode sim trazer lucro, principalmente porque há uma parcela de **28% dos consumidores que adoram o canal** e, desses, **45% compram**, de fato, produtos por lá.

Costuma assistir Live Commerce?

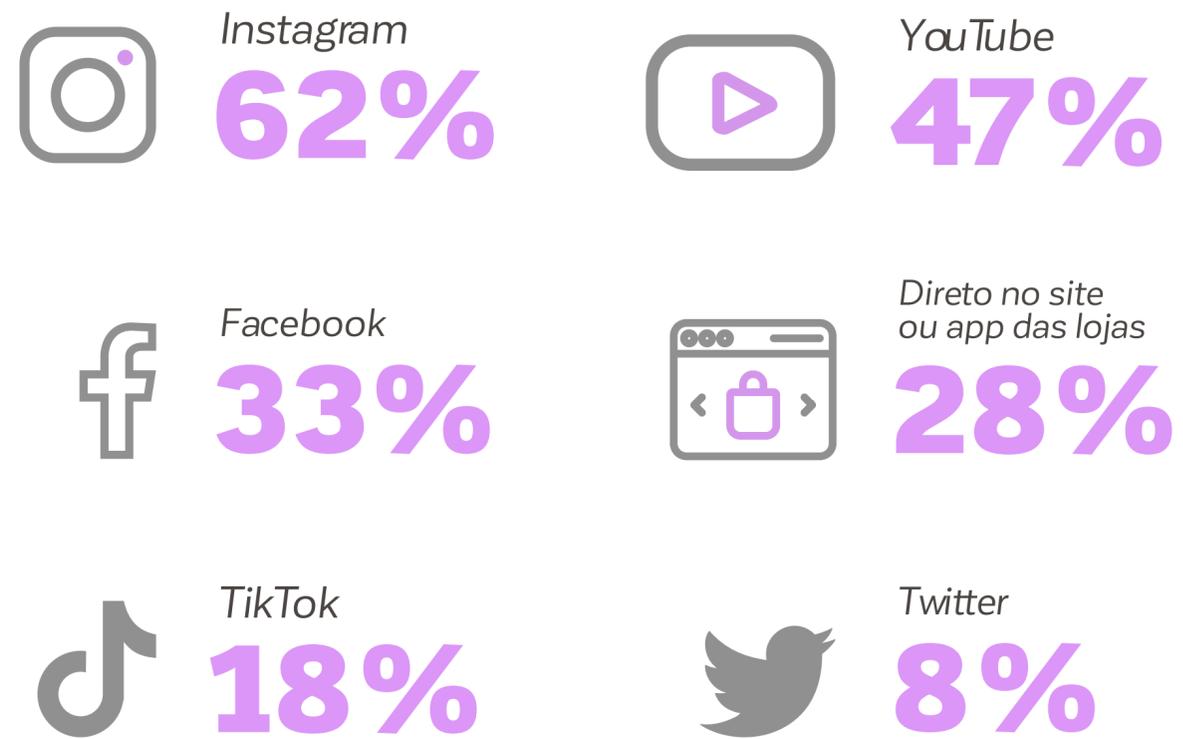


Já comprou produtos citados em uma live?



*Dados referentes aos 28% dos respondentes que assistem live commerce.

Em qual plataforma costuma assistir a lives?



E mais: Twitch 6%; outra 4%.

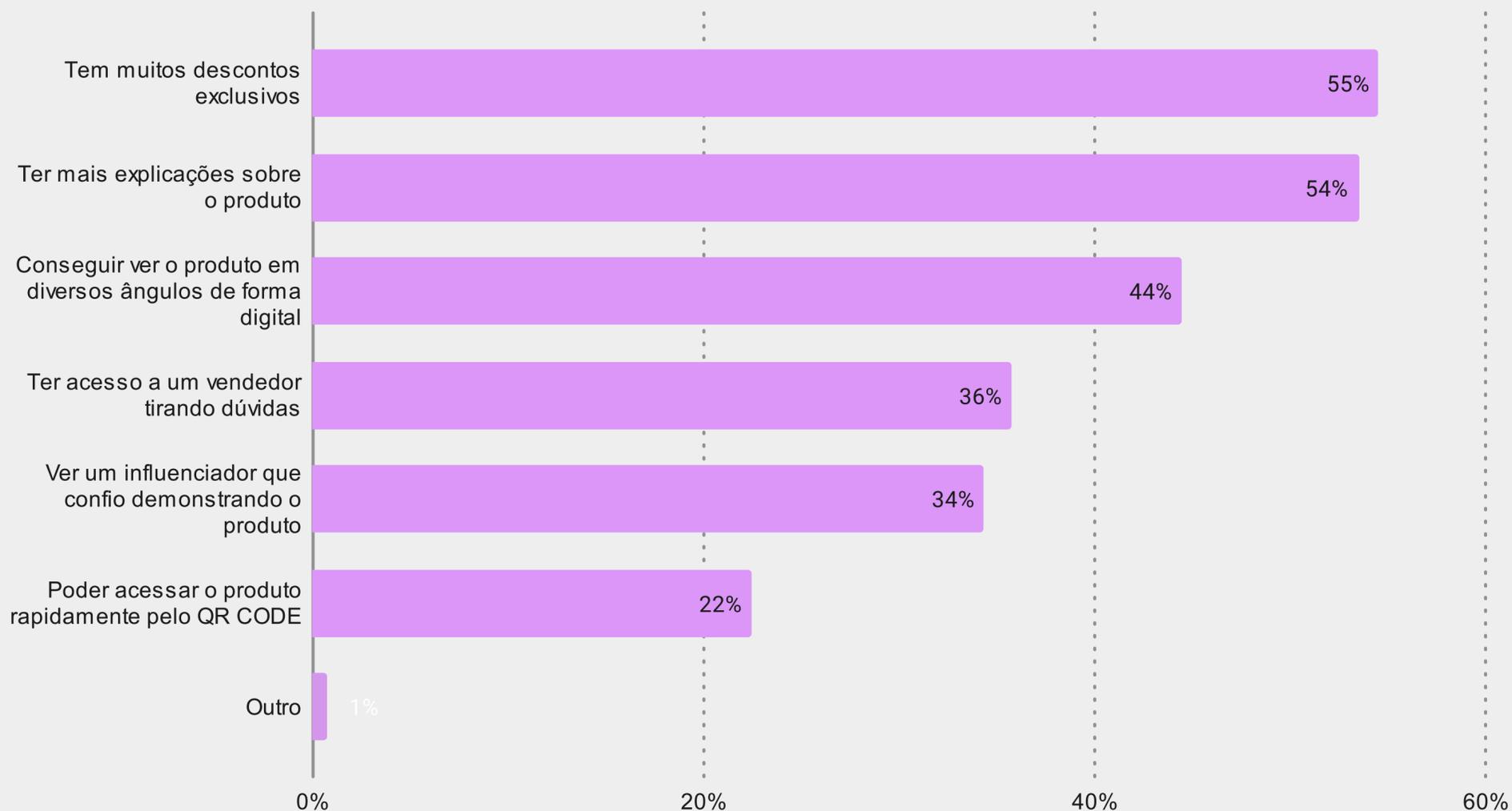
*Dados referentes aos 28% dos respondentes que assistem live commerce.



O que te faz ser adepto ao Live Commerce?

E agora o que mais importa sabermos, os motivos pelo qual a Live Commerce é interessante para algumas pessoas e claro que os descontos exclusivos e maiores detalhes sobre o produto lideraram a pesquisa, afinal, todos gostam de pagar barato e já vimos aqui que as redes sociais são um ótimo meio de garantir mais informações sobre os itens vendidos, seja por imagens, vídeos e até por transmissões ao vivo.

Por que é adepto a Live Commerce?



* Dados referentes aos 45% dos respondentes que 'sim, compram frequentemente' produtos citados em uma live e 42% que já compraram, mas não tem costume de comprar.

O que te faz ser adepto ao Live Commerce?

Comecei a ver lives na pandemia e não parei mais.



Lives com pessoas famosas chamam mais a minha atenção.



Lives de pequenas marcas também despertam meu interesse.



– Mais estudos sobre a experiência do consumidor

Calendário do Varejo 2023



Realização



Idealização

A **Wake** é uma iniciativa da Locaweb Company, criada para atender negócios de médio e grande porte, capaz de construir e gerenciar digitalmente toda a jornada de consumo e digitalização do varejo, de ponta a ponta, desde o momento da aquisição, passando pela conversão, transação e fidelização de clientes. A Wake oferece soluções únicas e complementares em diversos segmentos: **Wake Commerce**, plataforma de digital commerce omnichannel headless; **Wake Experience**, solução que transforma dados em experiências por meio de inteligência comportamental; e **Squid by Wake**, plataforma de marketing de influência baseada em dados que conecta marcas e influenciadores digitais.



Idealização

O Opinion Box desenvolve soluções digitais inovadoras para pesquisa de mercado e customer experience.

Ao combinar o knowhow do time de especialistas com as nossas plataformas exclusivas, entendemos o comportamento e os desejos dos consumidores com agilidade e a um preço acessível. Assim, ajudamos empresas a tomar decisões mais inteligentes, baseadas em dados e não em achismos.