



Natal 2022

Pesquisa de intenção de compra

all in opinion box



Índice

Introdução	3
Perfil dos respondentes	4
Intenção de compra	5
Vão às compras?	6
E se você está se perguntando...	8
O que vão comprar?	9
O que vão comprar?	10
Quando e onde vão buscar ofertas?	11
Quem vão presentear?	13
Quem vão presentear?	14
Vão ser fiéis às marcas?	16
Quanto e como vão pagar?	18
Quanto e como vão pagar?	19
Natal x Black Friday	22
Confira se e como os consumidores estão aproveitando as ofertas de Black...	23
A BF passou?	24
Realização	26

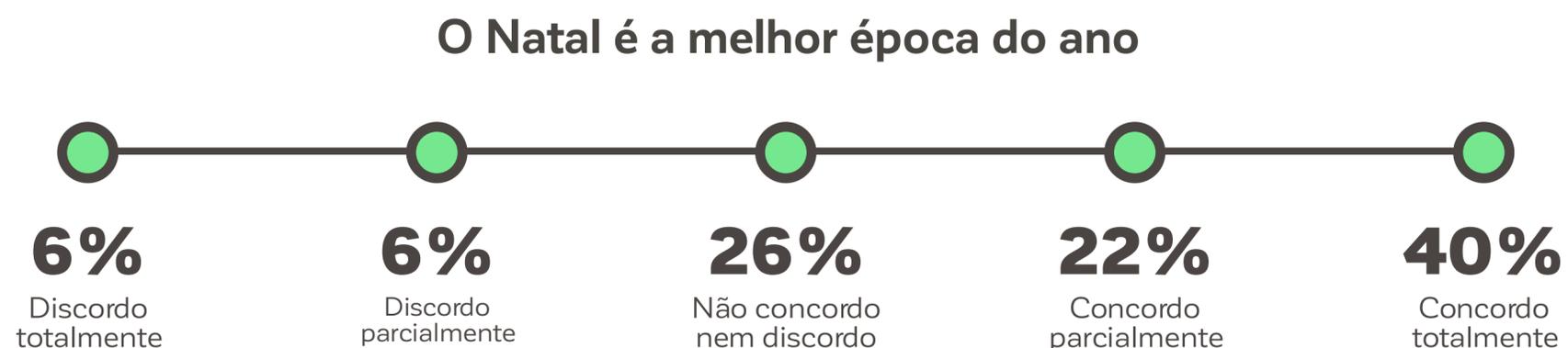
Introdução

Confraternização de amigos, almoço em família, muitos presentes e a criançada encantada com o clima de festa — quem aí acredita que o Natal é a melhor época do ano? De acordo com a nossa pesquisa de intenção de compra para a data, pelo menos 62% dos consumidores concordam com essa afirmação.

A data, que tem um forte apelo emocional, também é um grande evento para o varejo. Em 2021, por exemplo, o e-commerce cresceu 17,9% no período, de acordo com o Neotrust, atraindo diversos públicos, inclusive as pessoas que não conseguiram aproveitar as ofertas de Black Friday.

Vale dizer, porém, que mais da metade do público interessado já começou a procurar ofertas e 91% estão aproveitando ou pretendem aproveitar os descontos da BF para garantir alguns presentes.

Então que tal saber mais sobre o que esperar do consumidor no período, além de conferir dicas para usar essas tendências nas suas estratégias e comunicação?
#Vem!

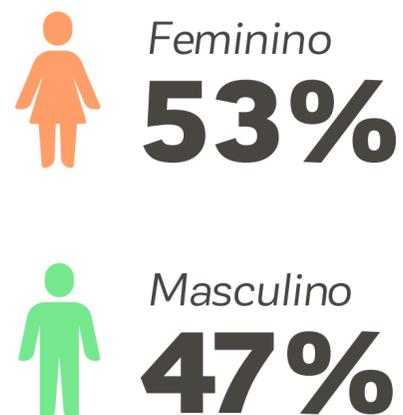


*dados referentes a todos os respondentes

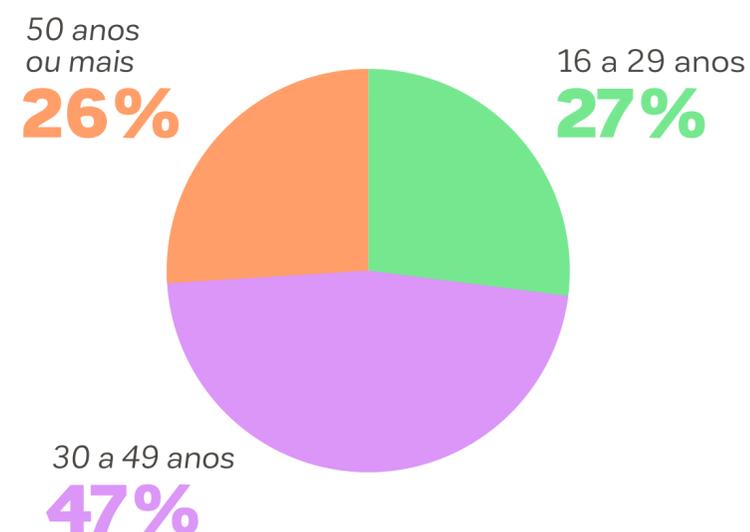
Perfil dos respondentes

Para essa pesquisa ouvimos 1077 consumidores brasileiros, entre os dias 02 e 07 de novembro de 2022, respeitando as proporções de sexo, idade, renda mensal e distribuição geográfica. Deste modo, o nível de confiança do estudo é de 95%, com uma margem de erro de 3 pontos percentuais. Você pode consultar mais detalhes sobre o perfil sociodemográfico dos respondentes nos gráficos.

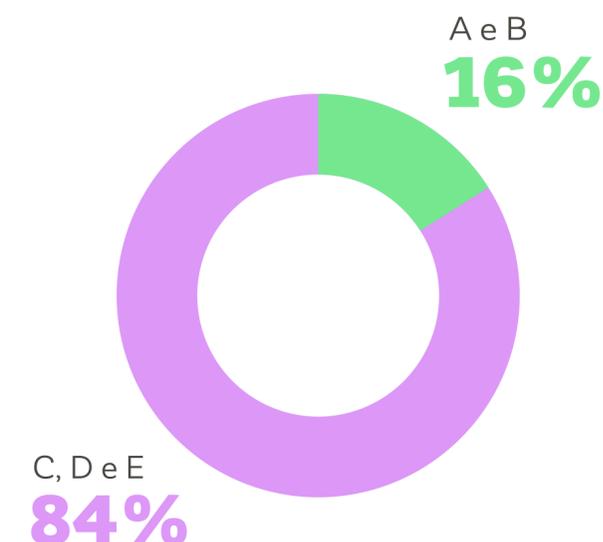
Gênero



Faixa etária



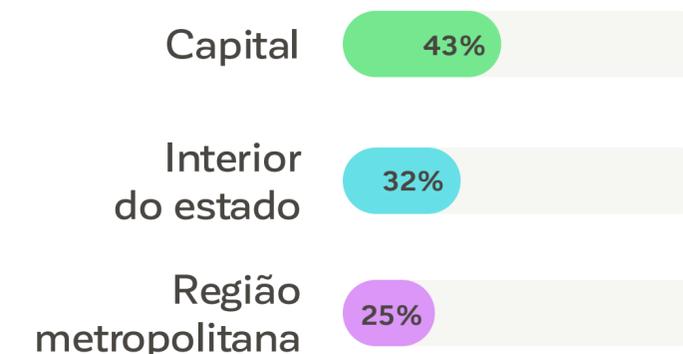
Classe



Região



Localidade





Intenção de compra

Vão às compras?

Para você, que curte o Natal: incomodam as propagandas e promoções voltadas para o evento? É que nosso estudo indica que para 56% dos consumidores, o Natal não deveria ser uma data tão comercial.

Mas, calma! Não é o caso de cancelar as campanhas, afinal 60% estão decididos a ir às compras e outros 8% já estavam comprando a mais de seis semanas do evento.

Existem formas de suavizar a comunicação, como indica nosso **Guia de Comunicação Humanizada e Estratégias**: “sabemos que nossos textos vão aparecer na tela de um computador ou celular. Mas, acredite, as pessoas confiam e concordam mais com os computadores quando eles são mais humanos, apresentam emoções autênticas e soam empáticos¹”.

¹ Corina Yen and Clifford Nass - “The Man Who Lied to His Laptop”, 2010

O Natal não deveria ser uma data tão comercial



*dados referentes a todos os respondentes

Você pretende ir às compras para o Natal deste ano?



*dados referentes a todos os respondentes

E se você está se perguntando...

Tem como o consumidor mudar de ideia? A resposta é sim. Existe um público para o qual benefícios — como uma boa oferta, cupom ou frete grátis — fariam toda diferença.

Portanto siga as dicas do nosso [Guia para oferta de benefícios](#) para otimizar investimentos e ver como distribuir recursos de acordo com a fase da jornada de compra do seu consumidor e sua intenção de fechar um pedido.

Um bom exemplo está na comunicação, que deve trazer o benefício explícito já no título, mensagens curtas e objetivas e uma chamada para a ação (CTA) em evidência.

O que faria você mudar de ideia e decidir ir às compras?



*dados referentes a 12% dos respondentes que não pretendem comprar

O que faria você desistir de ir às compras para o Natal?



*dados referentes a 87% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar ou estão comprando





O que vão
comprar?

O que vão comprar?

De quais categorias pretende comprar ou já está comprando para este Natal?



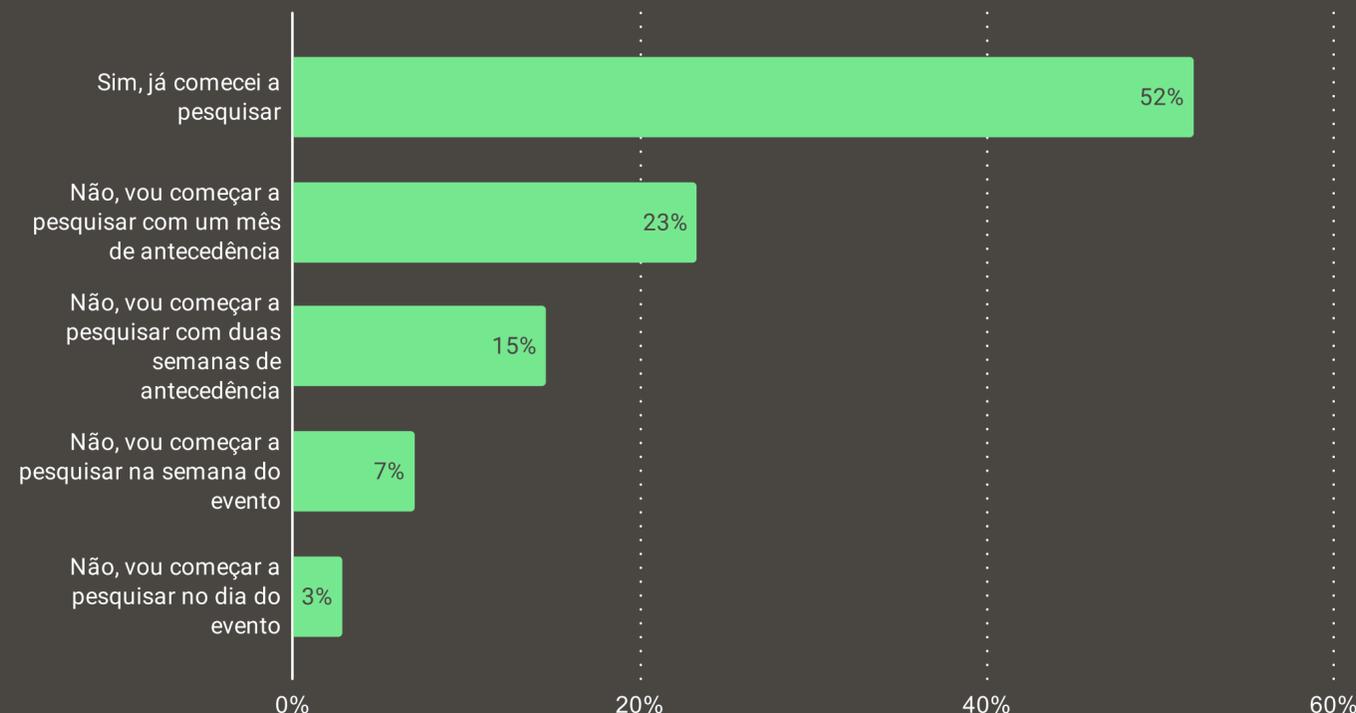
*dados referentes a 87% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar ou estão comprando

Quando e onde vão buscar ofertas?

Nosso estudo mostra que **o público do Natal se planeja**: antecipa as pesquisas por ofertas, diversifica as fontes de consulta — especialmente no universo digital — e compra de forma híbrida, transitando entre os canais online e offline.

E ainda sobre canais, uma curiosidade no delivery: no Natal não só se come, mas se prepara a refeição em casa. Comida pronta mesmo, pelos aplicativos, apenas para 17% dos consumidores.

Já começou a pesquisar por ofertas?



*dados referentes a 87% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar ou estão comprando

Onde você pretende pesquisar ou está pesquisando pelos presentes de Natal?



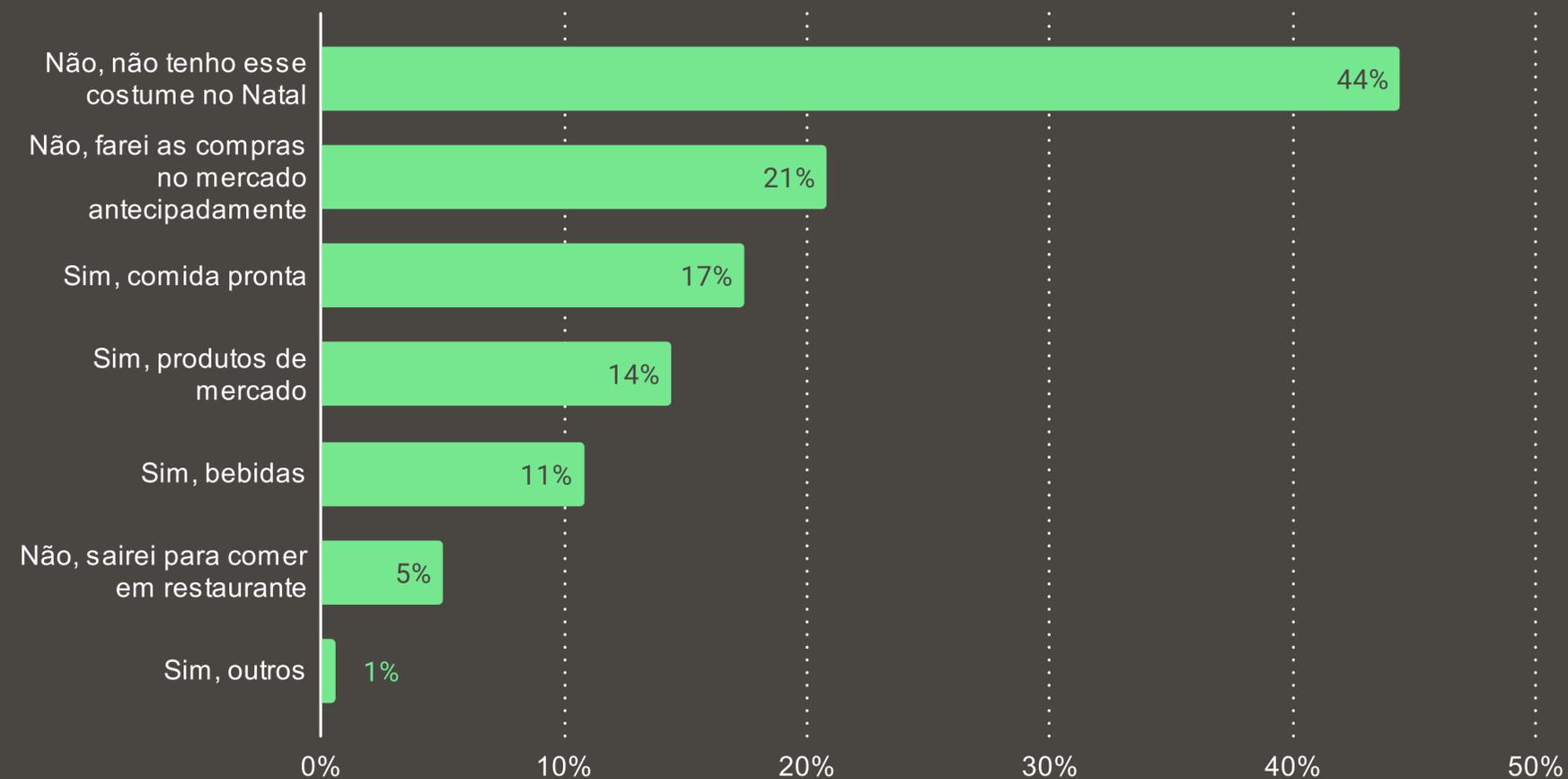
*dados referentes a 87% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar ou estão comprando

E onde você pretende comprar ou está comprando os presentes de Natal?



*dados referentes a 87% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar ou estão comprando

Pretende comprar ou consumir produtos de aplicativos de delivery no feriado do Natal?



*dados referentes a todos os respondentes

Quem vão
presentear?



Quem vão presentear?

Estatisticamente, eu faço parte dos 43% dos consumidores que acreditam que trocar presentes pode ser a melhor parte do Natal — nada mais gostoso que mimar quem a gente ama. Contudo, é importante dizer também que para 31%, dar e ganhar presentes não faz tanta diferença assim.

Independentemente do cenário, o fato é que **81% do público pretende presentear mais de uma pessoa neste Natal** — em especial filhos, mães, cônjuges e a si mesmo, afinal, por que não?

#Dica

Além de evocar emoções com foco no outro, como pede a data, a dica aqui é também investir no apelo do autocuidado, já que cerca de $\frac{1}{3}$ dos consumidores pretendem aproveitar as ofertas da data para se presentear. Vendas casadas, cross sell de produtos e até categorias pouco exploradas podem ganhar nova vida nessas campanhas.

A melhor parte do Natal é dar e ganhar presentes



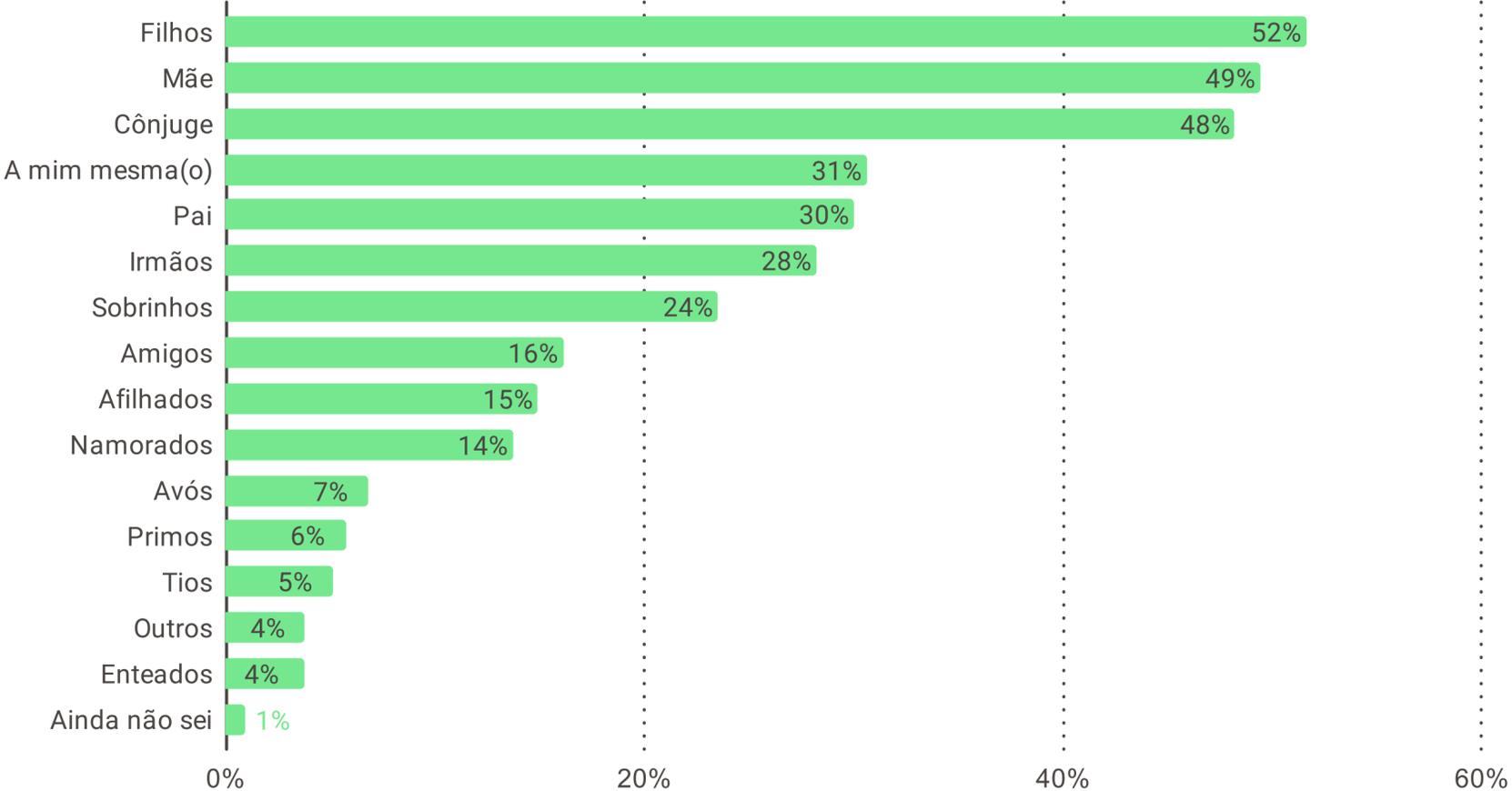
*dados referentes a todos os respondentes

Quantas pessoas pretende presentear no Natal?



*dados referentes a 88% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar, estão comprando ou já compraram

Quem você vai presentear neste natal?



*dados referentes a 88% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar, estão comprando ou já compraram



Vão ser fiéis às marcas?

A jornada de compra é cíclica e todo mundo sabe que ela não acaba na primeira conversão. Porém, apesar de exigirem muito menos investimento em relação a atração, por exemplo, as etapas de retenção e fidelização muitas vezes são negligenciadas, quando na verdade o objetivo deveria ser exatamente estreitar o relacionamento: se manter presente na lembrança e conectado para quando o cliente precisar, sua marca poder ajudá-lo e incentivar uma nova compra.

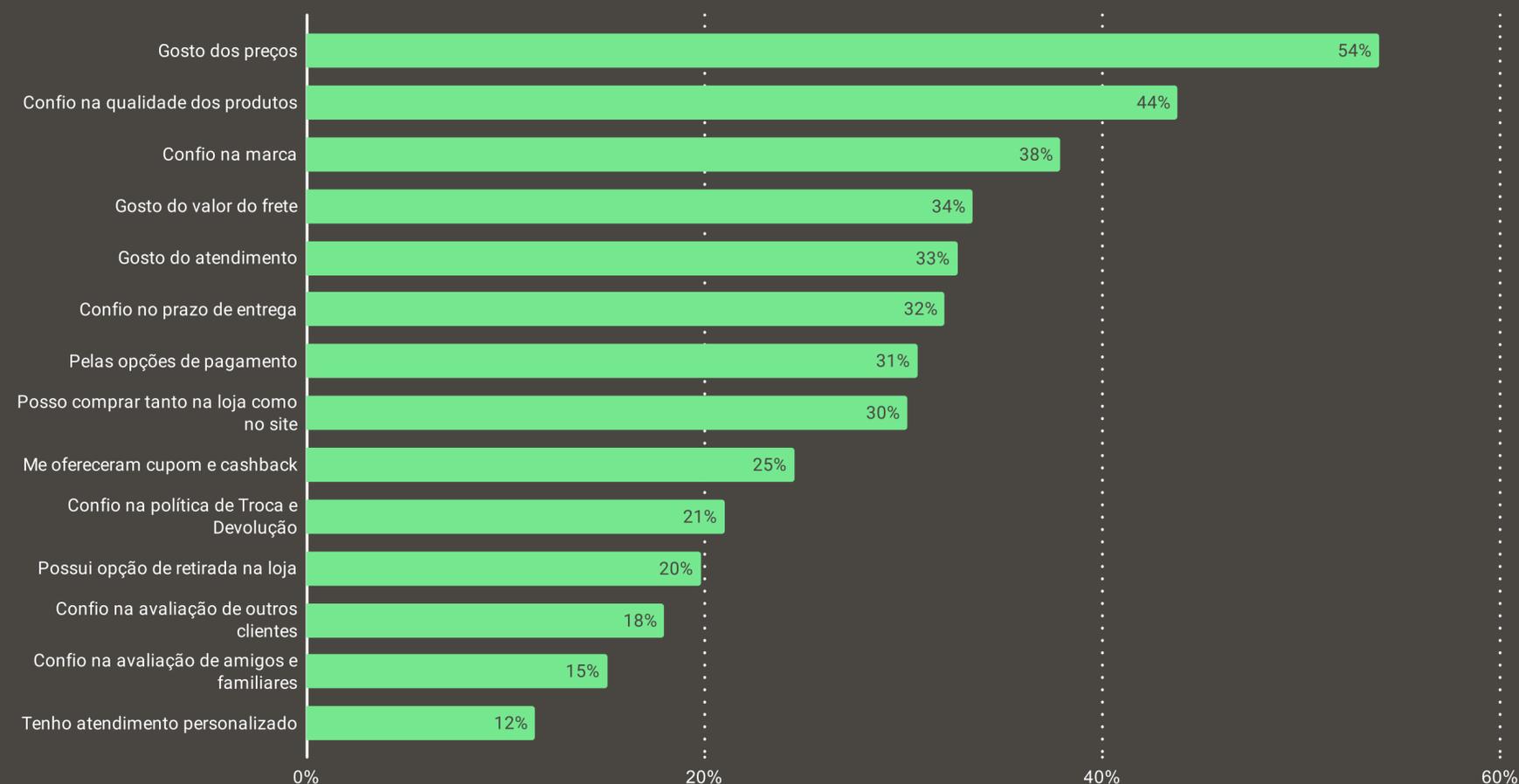
Não à toa, apenas 32% dos consumidores têm certeza sobre comprar na mesma loja em que consumiram durante o Natal passado — e essa fidelidade se deve em especial à confiança na qualidade e processos da loja, assim como nas condições de preço e vantagens que ela oferece. Confiança e bom preço são, aliás, também os principais fatores que podem levar seus clientes para a concorrência.

Você pretende comprar ou já está comprando nas mesmas lojas em que comprou no Natal de 2021



*dados referentes a 87% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar ou estão comprando

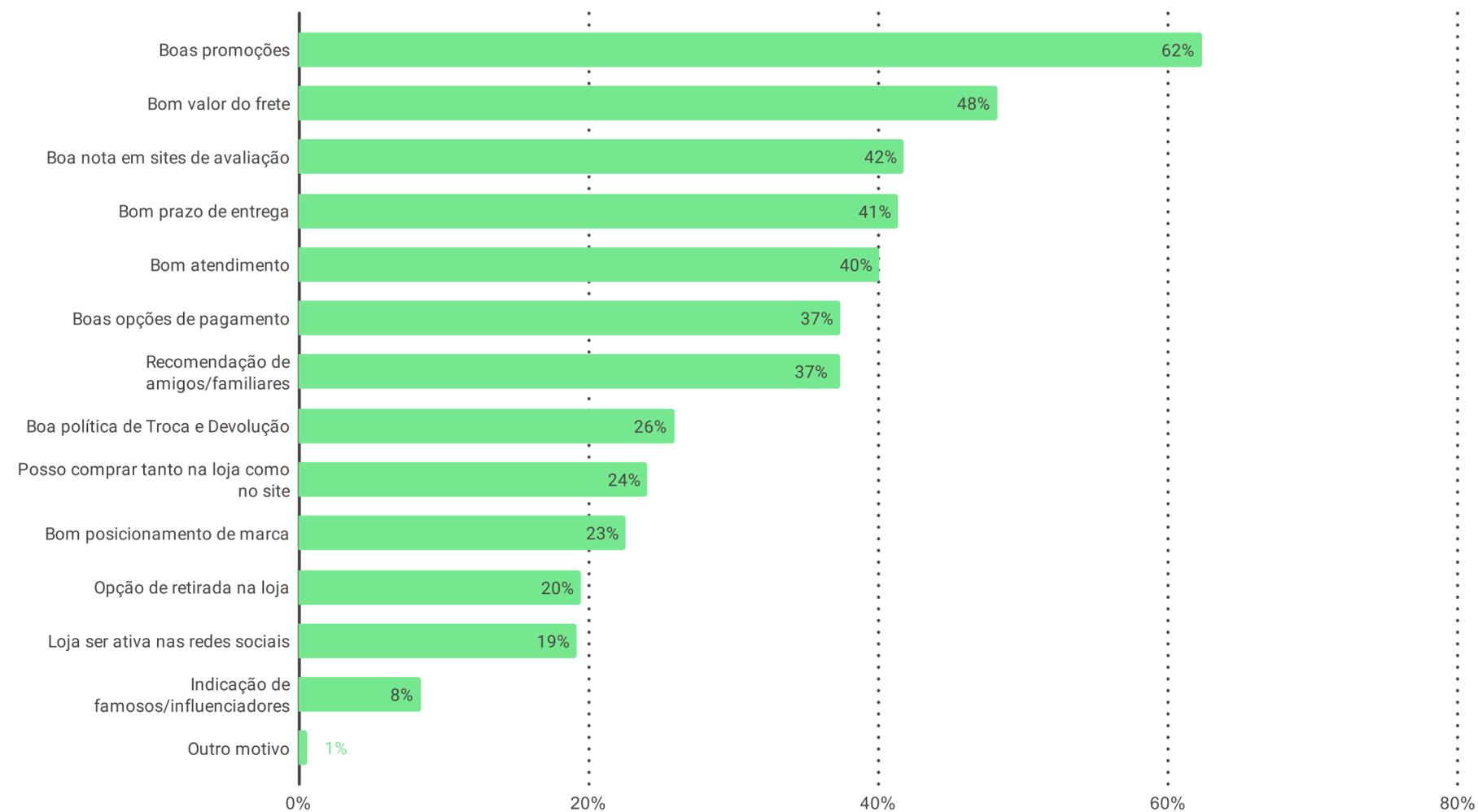
Por que comprar na(s) mesma(s) loja(s)?



*dados referentes a 76% dos respondentes que ainda não sabem ou vão comprar nas mesmas lojas em que compraram para o Natal de 2021



O que te levaria a consumir de uma loja ou estabelecimento que ainda não conhece?



*dados referentes a 76% dos respondentes que ainda não sabem ou vão comprar nas mesmas lojas em que compraram para o Natal de 2021

Quanto e
como vão
pagar?



Quanto e como vão pagar?

Não está fácil para ninguém. 81% dos consumidores acreditam que os presentes estão mais caros neste ano. Mas isso não significa que as pessoas pretendem economizar, afinal 32% são indiferentes a gastar mais durante o período e a maioria pretende investir mais de R\$500 nas compras.

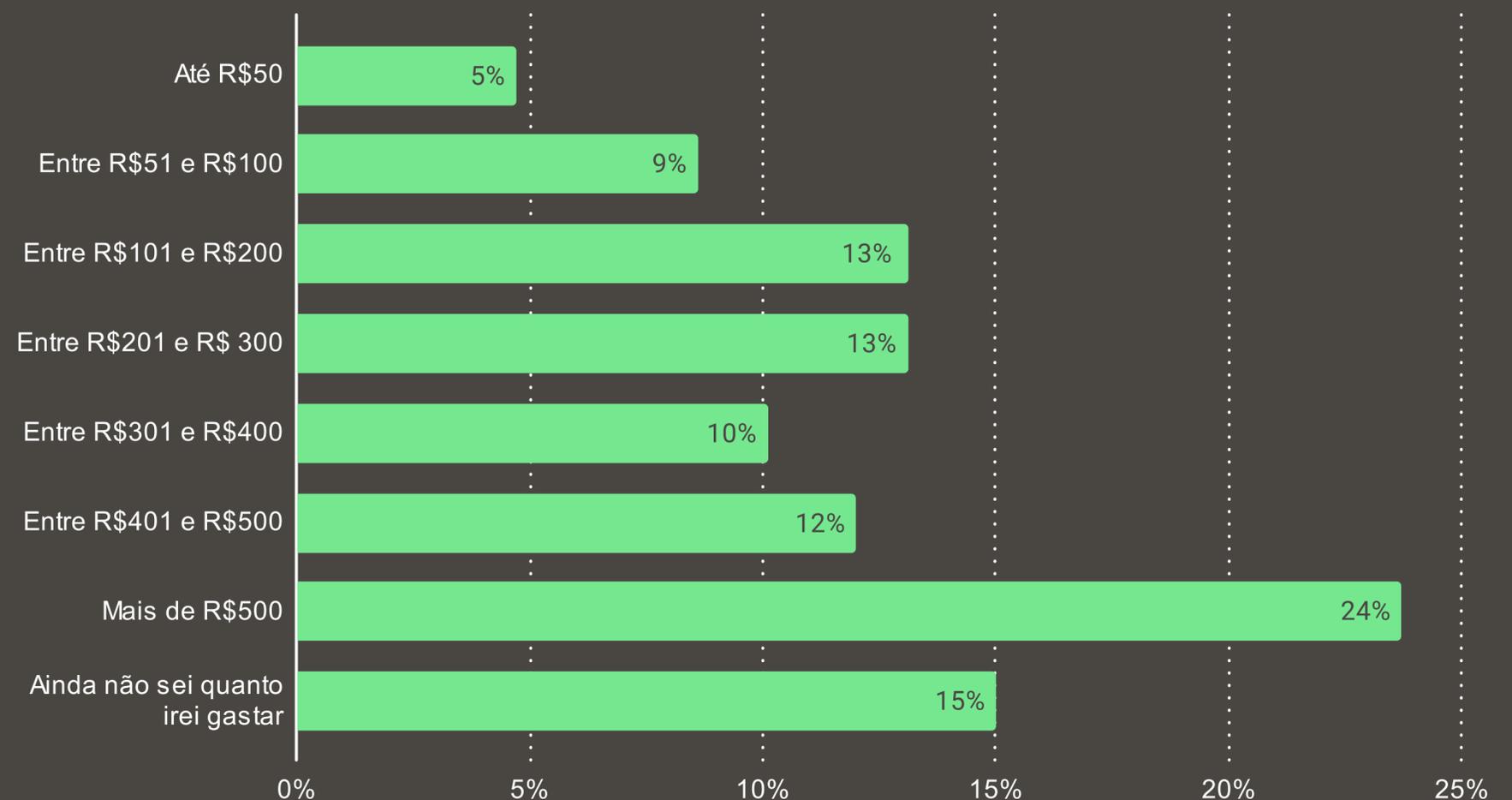
Agora, se 70% não tem nem intenção de dividir o presente, entre aqueles que buscam apoio na hora de ir às compras, 18% vai recorrer ao marido e/ou esposa.

Sinto que os presentes estão mais caros este ano



*dados referentes a todos os respondentes

Quanto você gastou ou pretende gastar com presentes de Natal deste ano?



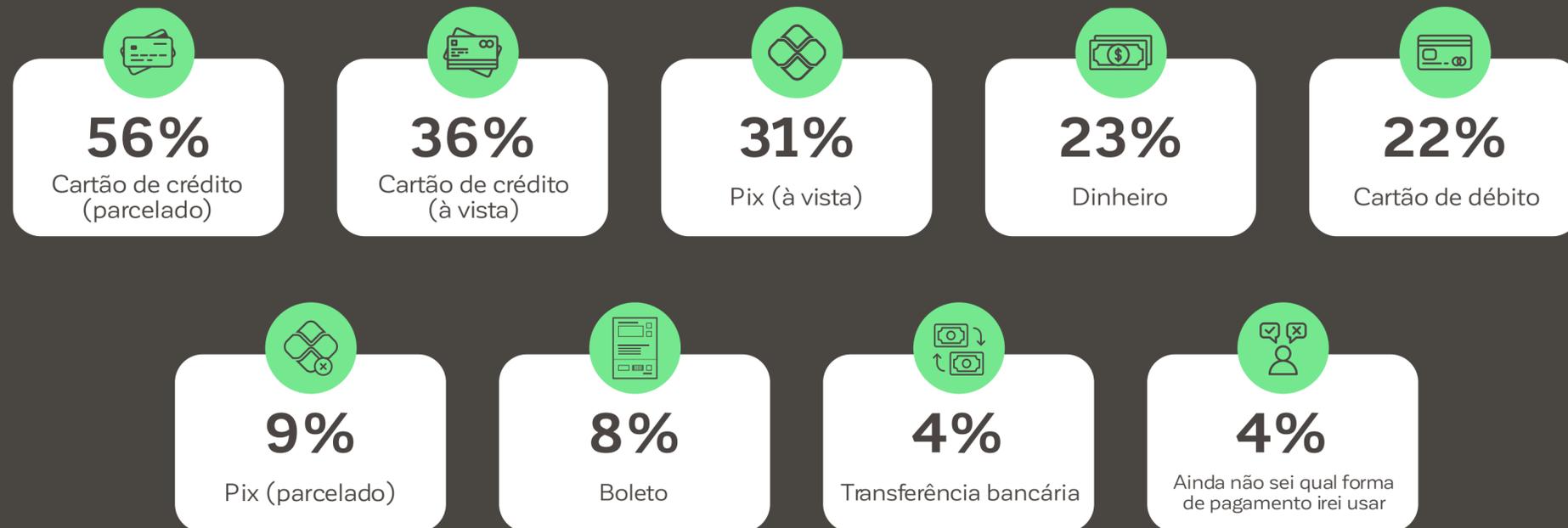
*dados referentes a 88% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar, estão comprando ou já compraram

Não me importo de gastar muito no Natal



*dados referentes a todos os respondentes

Quais formas de pagamento você usou ou pretende usar?

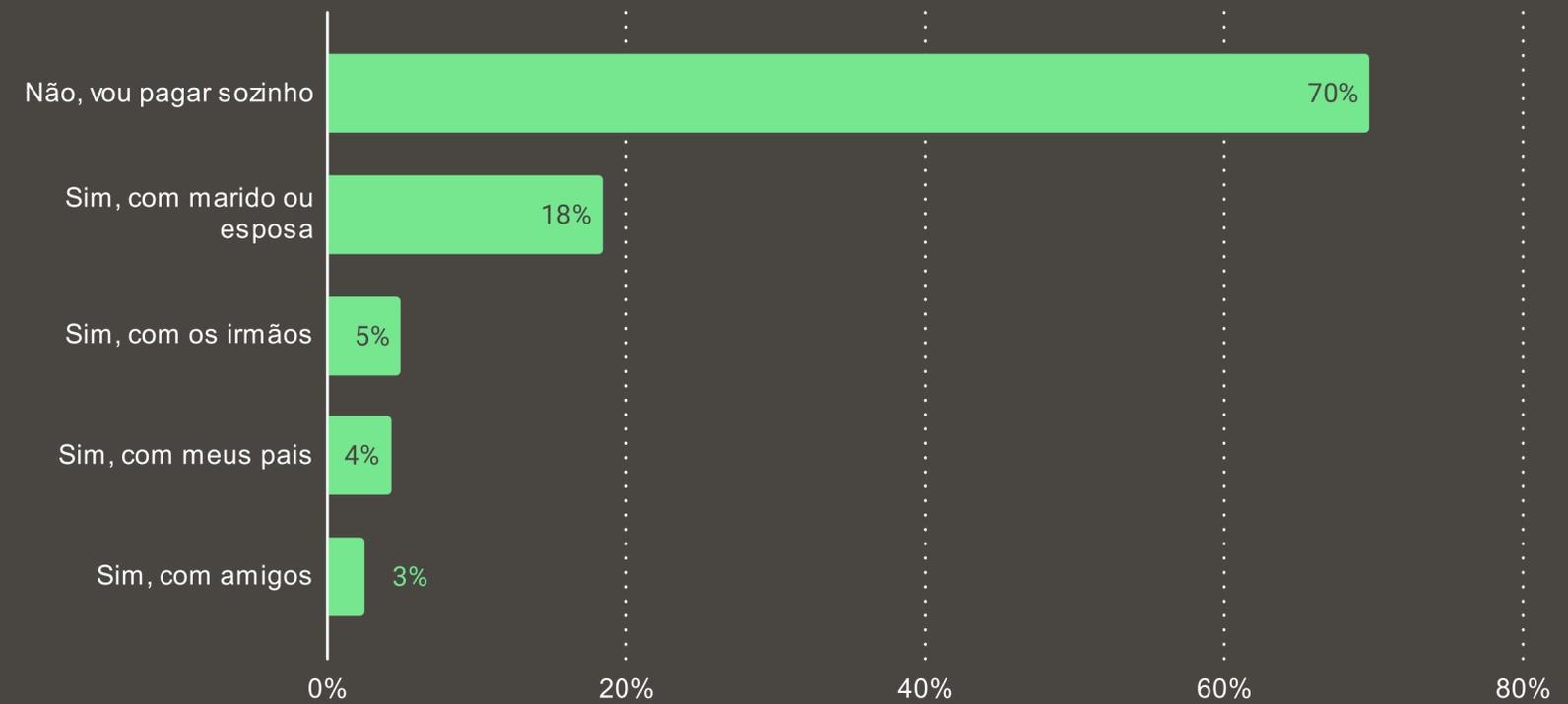


*dados referentes a 88% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar, estão comprando ou já compraram





Pretende dividir o valor dos presentes com alguém?



*dados referentes a 87% dos respondentes que ainda não sabem, vão comprar ou estão comprando

Por quais motivos pretende dividir o valor dos presentes com alguém?



*dados referentes a 30% dos respondentes que pretendem dividir o valor dos presentes com alguém





Natal x

Black Friday



Confira se e como os consumidores estão aproveitando as ofertas de Black Friday para o Natal

Um número extraordinário: **91% dos consumidores** já estão aproveitando ou pretendem aproveitar as ofertas da BF para o Natal, com investimentos altos, especialmente entre os R\$501 a R\$1000.

#Dica

Considerando que grande parte do público já terá feito suas pesquisas, chegando ao dia da BF bem mais consciente e pronto para a conversão, você terá a oportunidade de incentivar o engajamento, portanto use as ferramentas de marketing e comunicação para guiar a navegação dos visitantes, leve-os a páginas de ofertas e promoções pelas quais eles já demonstraram interesse e, se possível, dê aquele empurrãozinho final com vantagens como frete grátis, mais opções de pagamento, cashback, entre outros.

A BF passou?

A maior data comercial do ano deixa um legado também para o Natal e, se bem trabalhada, a base de consumidores que se conectaram durante a Black Friday voltam aos sites para uma compra ou eventual recompra nos meses seguintes ao evento.

Então, para as campanhas de Natal, lembre-se de agrupar os leads entre os que compraram e os que não compraram durante a BF.

#Dica

Junto aos que compraram, aproveite para nutrir a relação, seja através de atendimentos mais atenciosos, seja agradecendo-o pela compra ou informando sobre as novidades da marca. Já para aqueles que não compraram, você pode proporcionar uma nova jornada, baseando-se nos dados de comportamento como as categorias e produtos visitados recentemente, e mandando campanhas personalizadas, com ofertas e promoções que mantenham o lead ativo, engajado e que incentivem a compra.

Você está aproveitando ou pretende aproveitar as ofertas da Black Friday para fazer suas compras de Natal?



*dados referentes a 69% dos respondentes que vão comprar, estão comprando ou já compraram

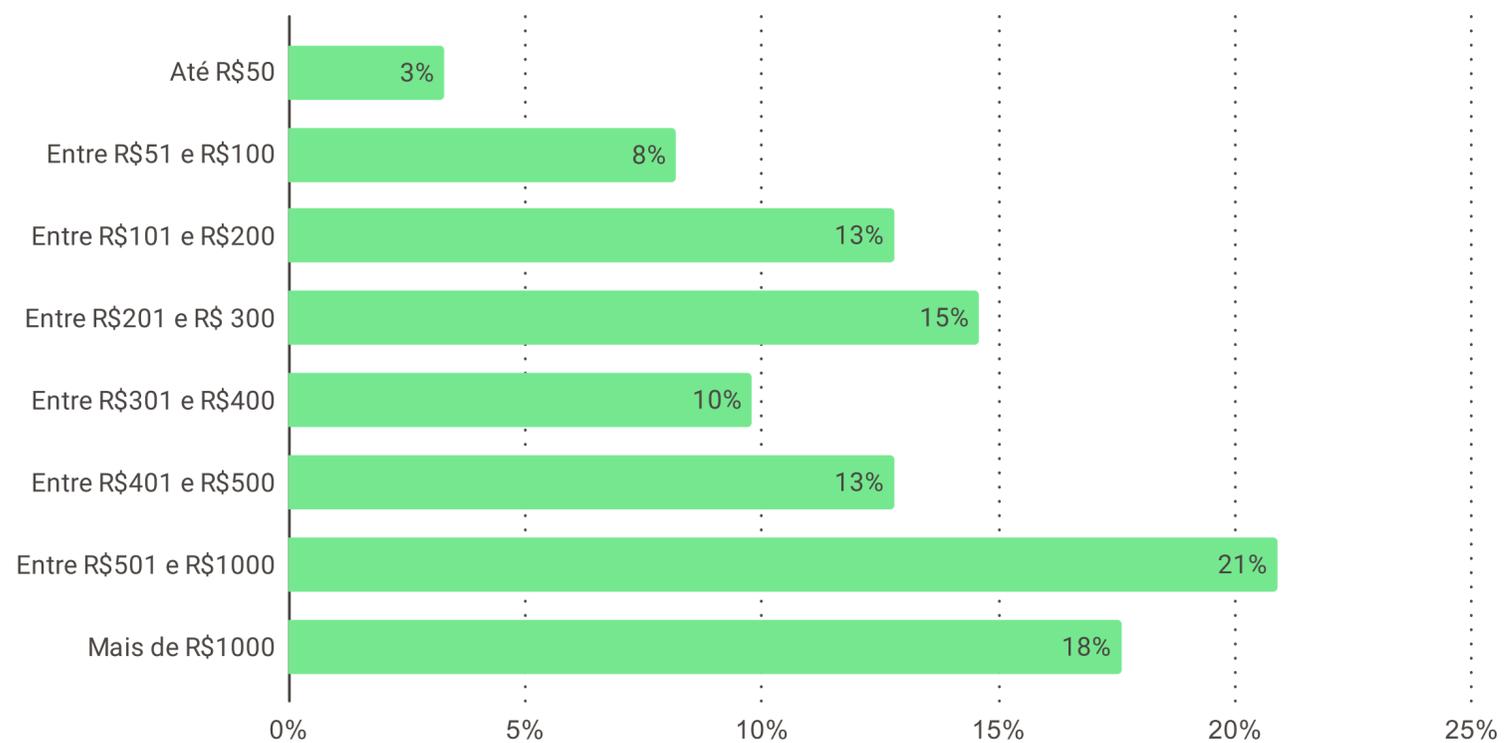
Porque você está fazendo ou pretende fazer as compras de Natal na Black Friday?



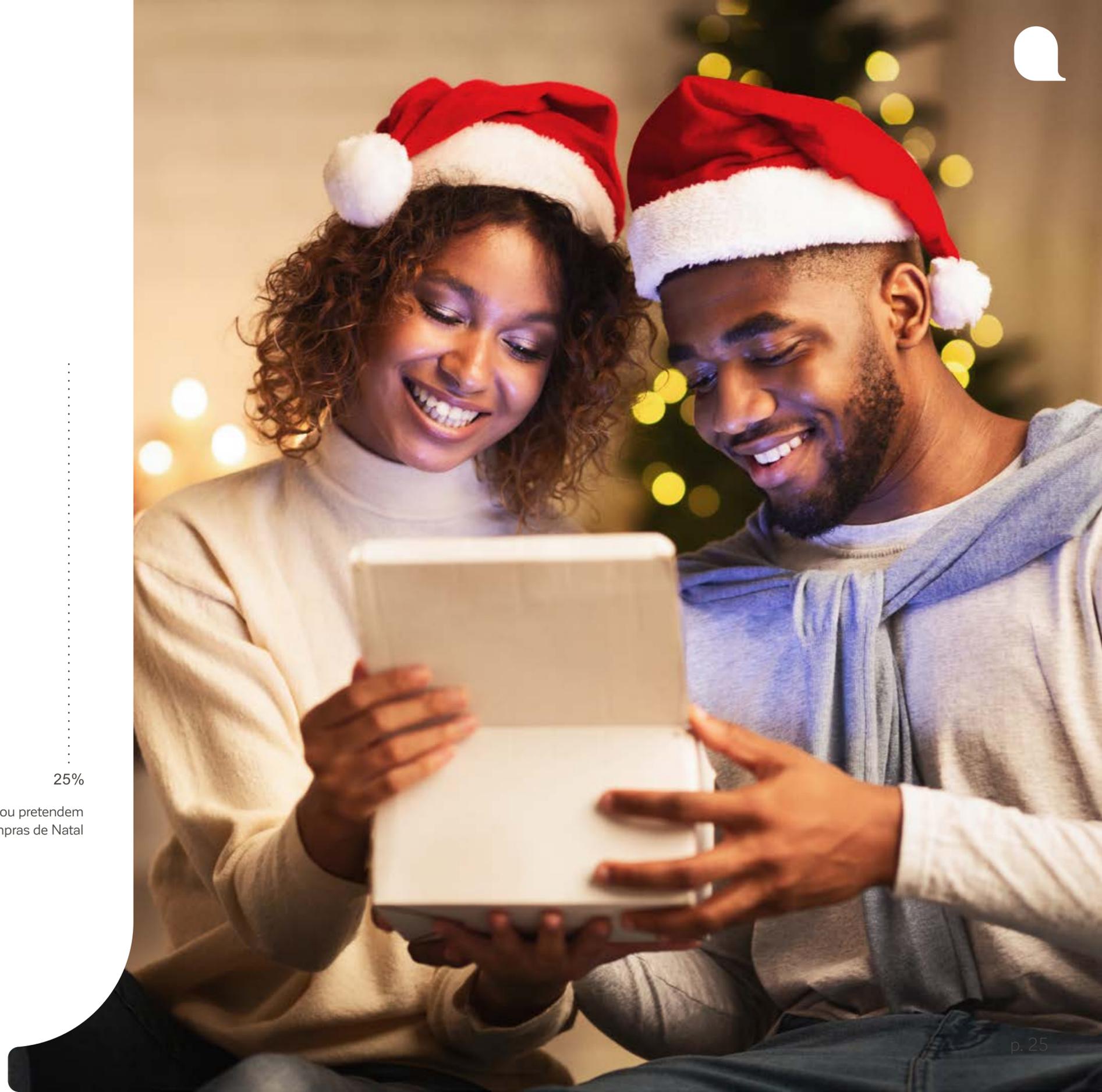
*dados referentes a 91% dos respondentes que estão aproveitando ou pretendem aproveitar as ofertas da Black Friday para fazer suas compras de Natal



E quanto você investiu ou pretende investir nos presentes de Natal comprados na Black Friday?



*dados referentes a 91% dos respondentes que estão aproveitando ou pretendem aproveitar as ofertas da Black Friday para fazer suas compras de Natal





Realização



The logo for 'all in' is displayed in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters 'a', 'l', and 'l' are connected together, and the 'i' and 'n' are separate. The text is positioned on the left side of the slide against a white background.

all in

Idealização

Compondo o Grupo Locaweb Company, a All in é uma empresa de tecnologia que une inteligência artificial, automação e humanização para oferecer uma suíte de soluções que ajuda marcas a transformar dados em experiências de consumo personalizadas e omnichannel, otimizando investimentos, aumentando as vendas e trabalhando a retenção.



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.

