



hello
research
Inteligência de mercado

ESTUDO PROMOÇÕES 2016

INTRODUÇÃO

A Hello Research foi a campo investigar como funciona a relação do consumidor brasileiro com as **promoções:**

Quais tipos de promoção mais influenciam?

Qual a preferida dos consumidores?

Que marcas são lembradas quando esse é o assunto?

Quais lojas são referência para os compradores?



INTRODUÇÃO

Para chegar ao resultado a seguir a Hello Research entrevistou pessoalmente 1.280 consumidores de todas as classes e regiões do país.

A pesquisa abordou os consumidores a respeito de promoções de **bens duráveis e de consumo**.

A margem de erro da pesquisa é de 3 pontos percentuais para mais ou para menos, e o nível de confiança é de 95%.

A coleta de dados foi realizada em junho de 2016 e os resultados são comparados com os da edição de 2014 deste mesmo estudo.

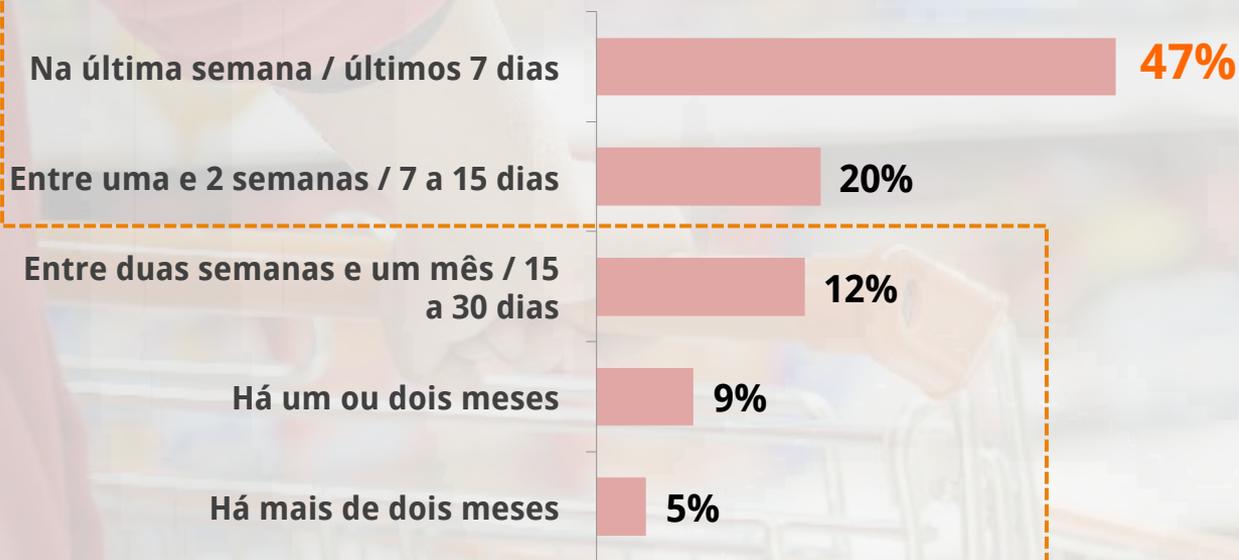


A close-up, slightly blurred photograph of a person's hand in a pink sleeve pushing a metal shopping cart with a yellow handle. The background shows a brightly lit supermarket aisle with shelves of products.

BENS NÃO DURÁVEIS

FREQUÊNCIA NO PONTO DE VENDA

QUANDO VOCÊ FOI AO SUPERMERCADO PELA ÚLTIMA VEZ?



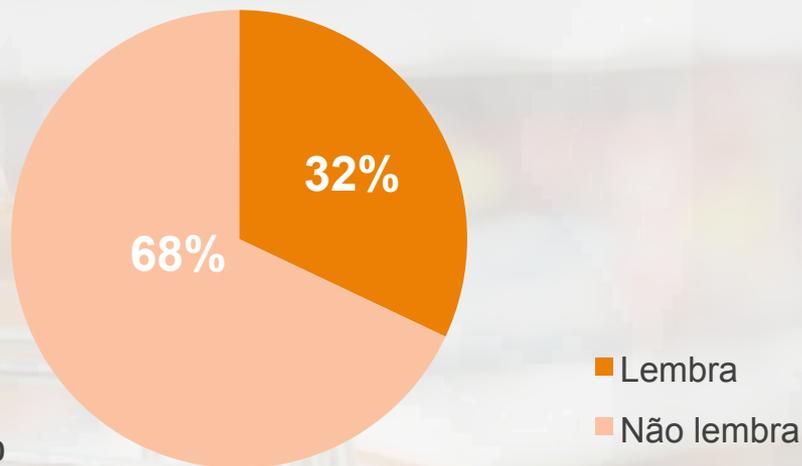
BASE: 1.280

Em 15 dias **67%** dos consumidores frequentaram algum hiper ou supermercado

Nas classe A+B chega a **72%** essa proporção e, no SUDESTE, a **74%**

LEMBRANÇA DE PROMOÇÃO

Perguntado se lembrava de alguma promoção que tenha chamado sua atenção, apenas 32% dos consumidores responderam positivamente



Base: 1.280

LEMBRANÇA DE PROMOÇÃO

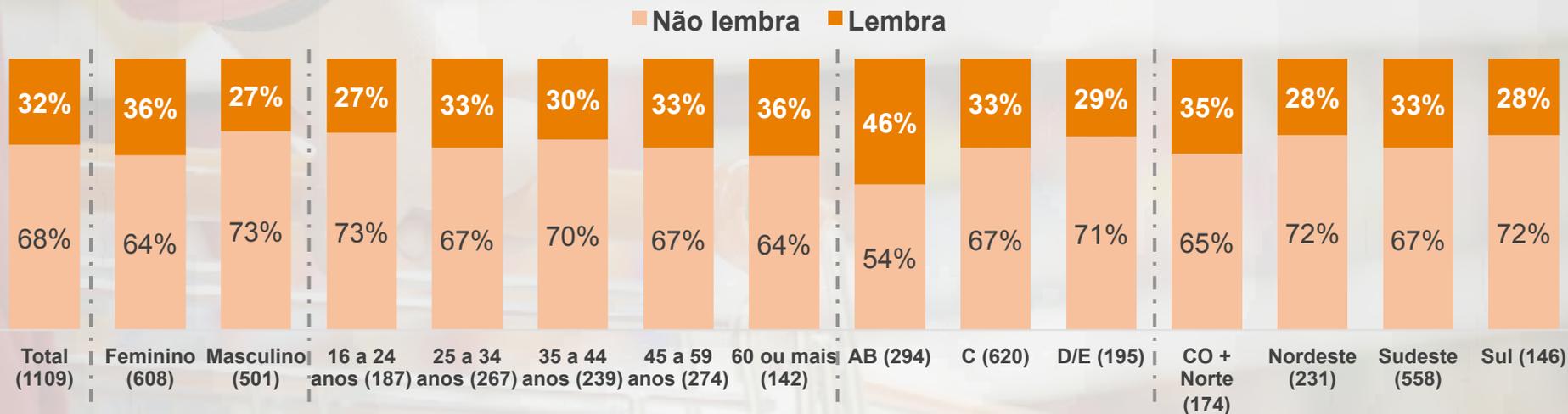
EVOLUÇÃO

Comparando com 2014, o resultado é praticamente o dobro



LEMBRANÇA DE PROMOÇÃO

As classes mais altas tendem a apresentar um maior nível de relacionamento com as promoções.



Base: frequentou supermercado nos últimos 2 meses

LEMBRANÇA DE PROMOÇÃO

Redução de preço é a mais lembrada pela maioria e também a que é utilizada com maior frequência pelo PDV, seguida por Leve e Pague



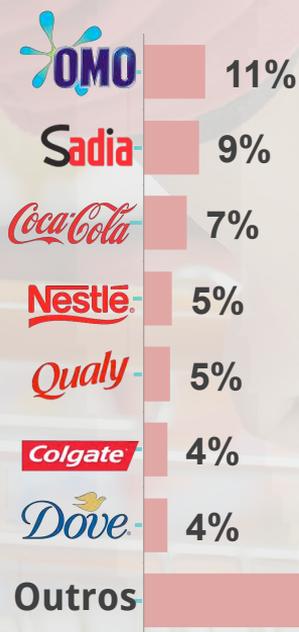
PREFERÊNCIA DE PROMOÇÃO

Redução de preço é também a preferida, pois traz benefício imediato para o consumidor, ganhando importância em 2016 em detrimento das demais



MARCAS EM PROMOÇÃO

As marcas mais reconhecidas pela população por fazerem promoções:



Base: 351



P13) Qual(is) são as marcas que você lembra que estavam com promoções na última vez em que você foi ao supermercado?
Alguma outra?

P14) Qual era o tipo de promoção que a marca fazia nesse dia?

| | OMO | Sadia | Coca-Cola |
|--|------|-------|-----------|
| Desconto no preço | 65% | 61% | 73% |
| Degustação | - | 15% | 4% |
| Leve 3 Pague 2 e outros do gênero | 19% | 6% | 8% |
| Amostras grátis | 3% | 3% | |
| Compre e Ganhe - compra um produto e vem outro junto | 5% | 3% | 4% |
| Base: | (37) | (33) | (26) |

MARCAS EM PROMOÇÃO

Comparando com 2014, vemos que há um maior número de consumidores que se lembram de ações das marcas, o que demonstra a consolidação das marcas:



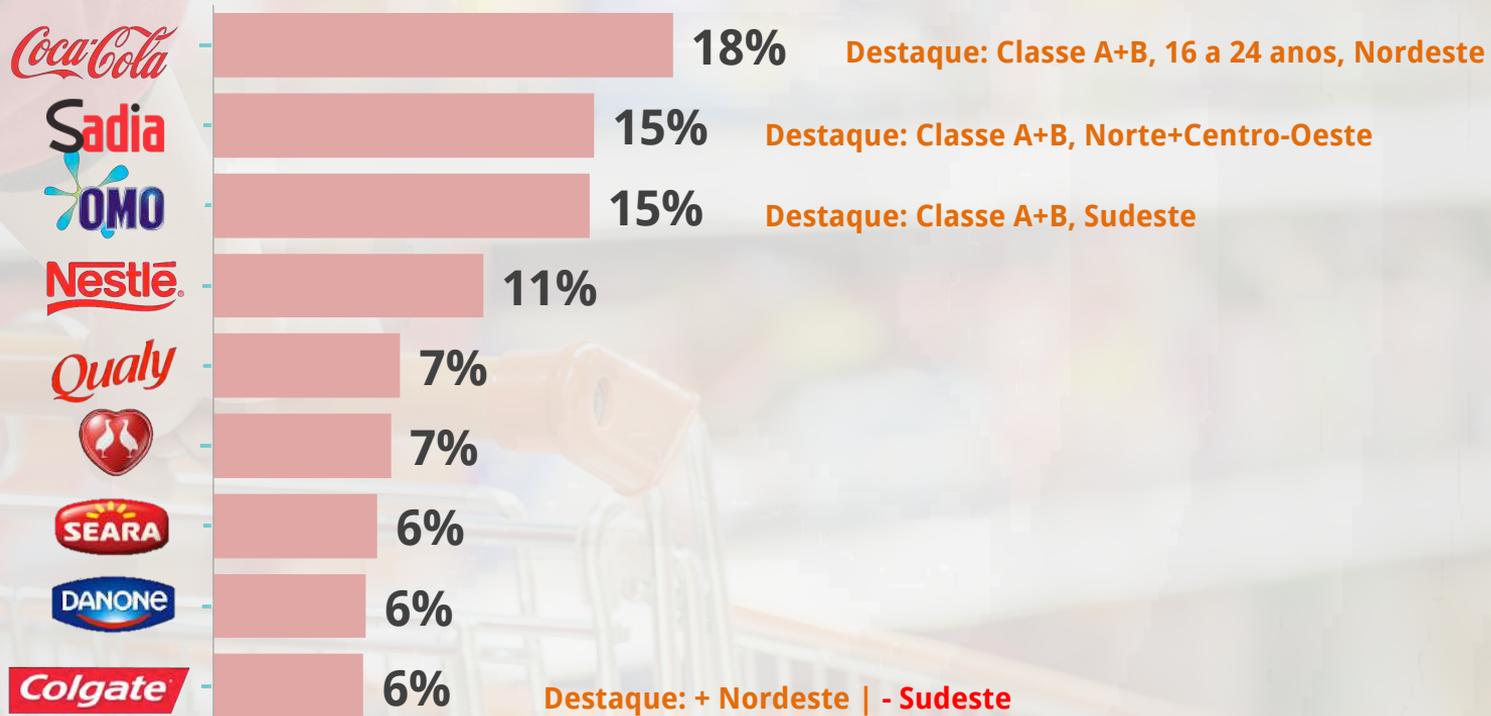
MARCAS EM PROMOÇÃO

Agupamento das marcas:



MARCAS EM PROMOÇÃO

QUEM FAZ AS MELHORES PROMOÇÕES?



MARCAS EM PROMOÇÃO

QUEM FAZ AS MELHORES PROMOÇÕES?

RANKING BRASIL

1º   

2º   

3º   

SUDESTE

SUL

NORTE + CENTRO-OESTE

NORDESTE

MARCAS EM PROMOÇÃO

QUEM FAZ AS MELHORES PROMOÇÕES?

RANKING BRASIL

CLASSE C

CLASSE A+B

CLASSE D+E



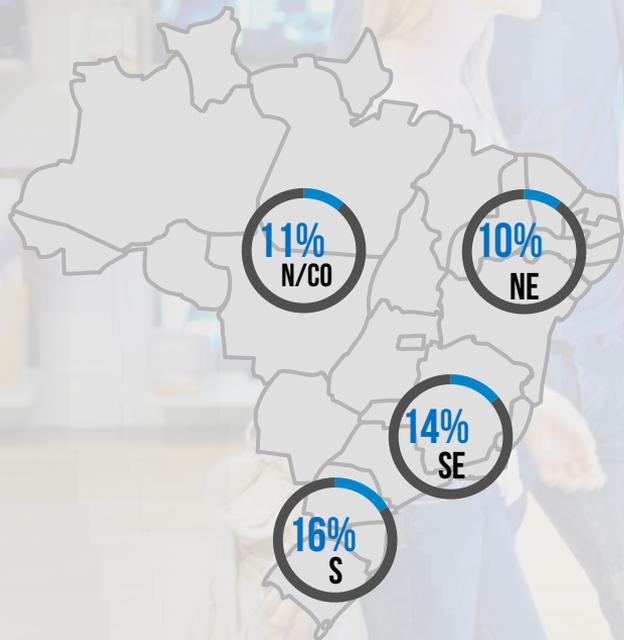
  

BENS DURÁVEIS

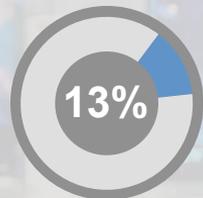
COMPORTAMENTO DE COMPRA - REGIONAL

13% da população entrevistada **COMPROU** algum eletrodoméstico ou eletroeletrônico nos últimos 3 meses.



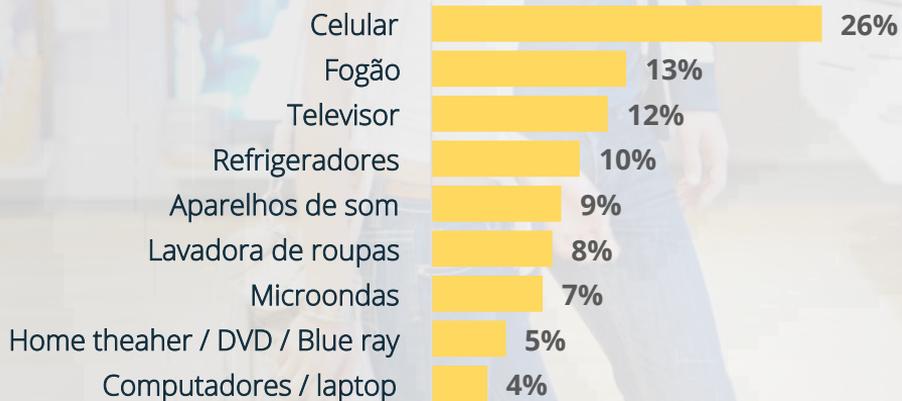
Consumidores das regiões **Sul** e **Sudeste** foram os que mais compraram no período

COMPRA DE BENS DURÁVEIS

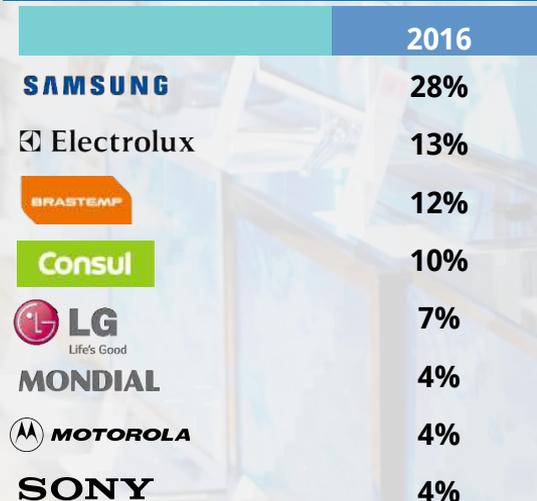


compraram algum eletrodoméstico ou eletroeletrônico nos últimos 3 meses, mesmo patamar de 2014.

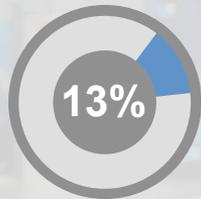
QUAL ITEM + COMPRADO?



MARCAS

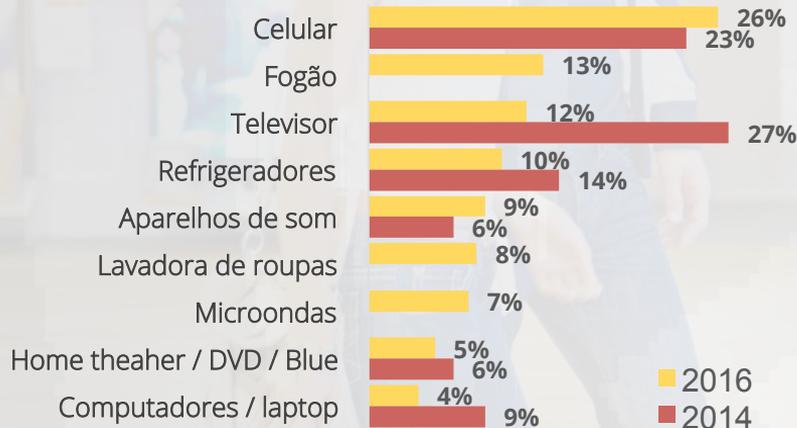


COMPRA DE BENS DURÁVEIS

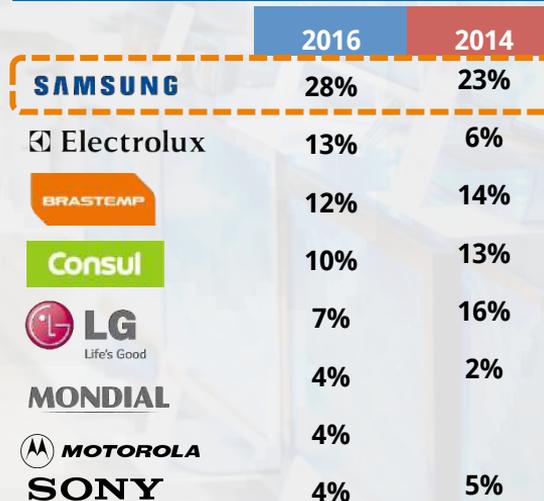


compraram algum eletrodoméstico ou eletroeletrônico nos últimos 3 meses, mesmo n° de 2014.

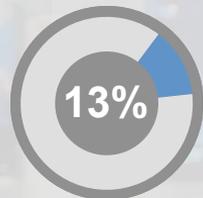
QUAL ITEM + COMPRADO?



MARCAS



COMPRA DE BENS DURÁVEIS



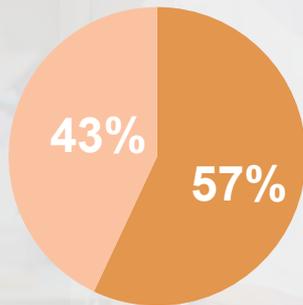
compraram algum eletrodoméstico ou eletroeletrônico nos últimos 3 meses, mesmo n° de 2014

ONDE COMPRARAM

| | 2014 | 2016 |
|---|------|------|
|  | 36% | 27% |
|  | 7% | 13% |
|  | 6% | 11% |
|  | 2% | 9% |
|  | 5% | 6% |
|  | 6% | 4% |

COMPRA DE BENS DURÁVEIS

O BEM ESTAVA EM PROMOÇÃO?

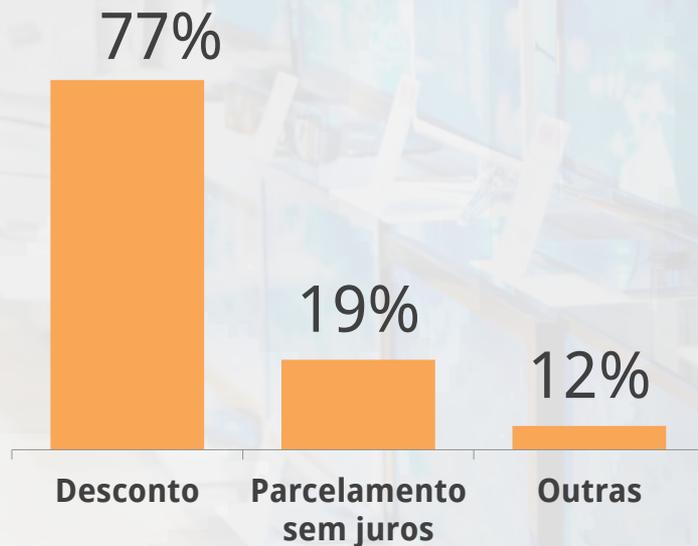


SIM

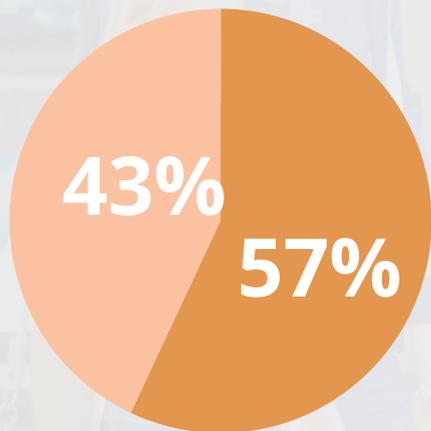
NÃO

BASE: 189

QUAL ERA A PROMOÇÃO?



COMPRA EM PROMOÇÃO



Base: 189

■ SIM
■ NÃO



Smartphone

19%



Fogão

14%



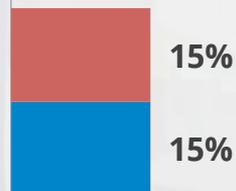
Refrigeradores

10%

BASE: 107

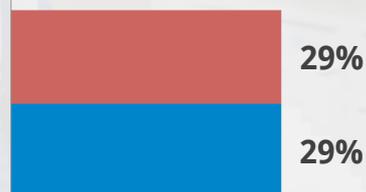
INFLUÊNCIA DA PROMOÇÃO NA DECISÃO DE COMPRA

Esse produto com essa promoção estava em um patamar superior de qualidade/ sofisticação do que você pretendia comprar inicialmente



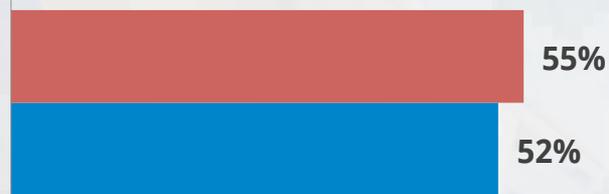
UPGRADE

A promoção te motivou a adquirir um produto que não era necessário no momento



COMPRA DE IMPULSO

A promoção te motivou a comprar essa marca, e não outra que você estava pensando



TROCA DE MARCA



ESTUDO PROMOÇÕES 2016



Rua Dr. Alceu de Campos Rodrigues, 229, conj. 811
Vila Nova Conceição – São Paulo/SP



+ 55 11 3777-6600



contato@helloresearch.com.br



facebook.com/HelloPesquisa



www.helloresearch.com.br

