



CONSUMIDORES CONECTADOS



facebook IQ

COM QUEM CONVERSAMOS?



HOMENS E MULHERES
1003 BRASILEIROS, 15+
QUE ACESSARAM A INTERNET E
PRETENDIAM FAZER COMPRAS
EM LOJAS FÍSICAS EM DEZEMBRO'14

A woman with long dark hair is looking upwards and to the right in a supermarket aisle. She is standing between tall metal shelving units filled with various products. The scene is brightly lit, and the overall color palette is dominated by shades of blue.

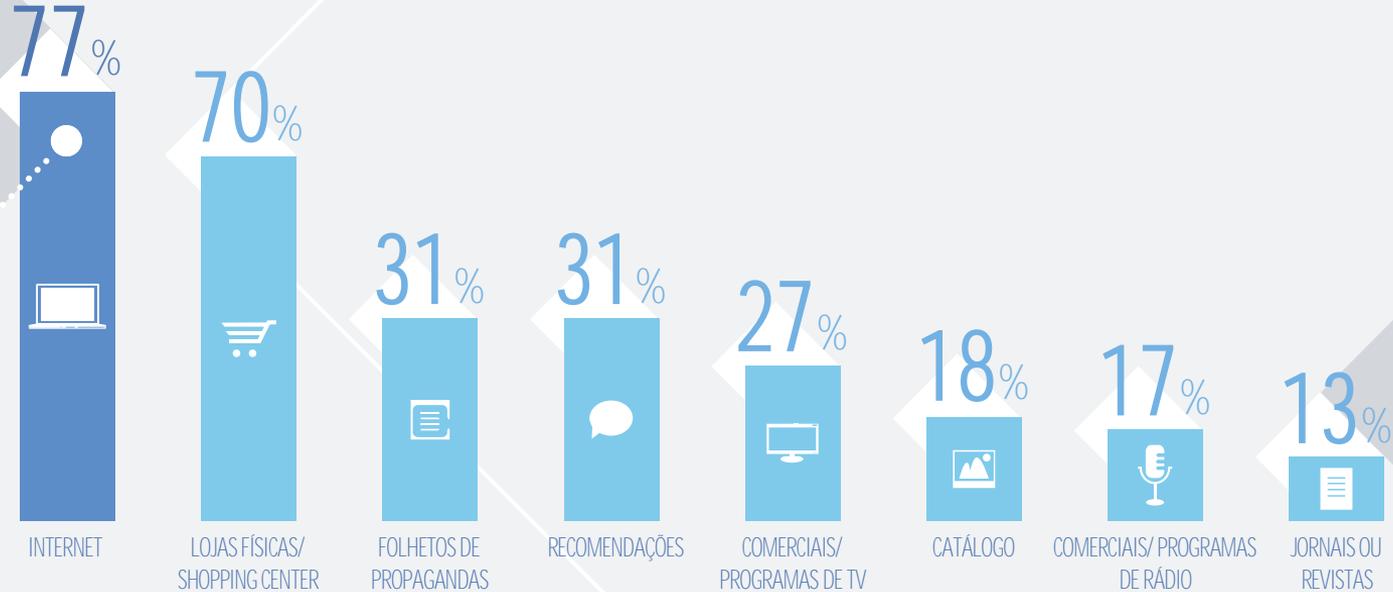
O QUE
VOCÊ JÁ
SABE SOBRE O
CONSUMIDOR
ATUAL

+ CONECTADOS
+ COMPLEXOS

O
CAMINHO
DAS COMPRAS
TAMBÉM ESTÁ MAIS
COMPLEXO

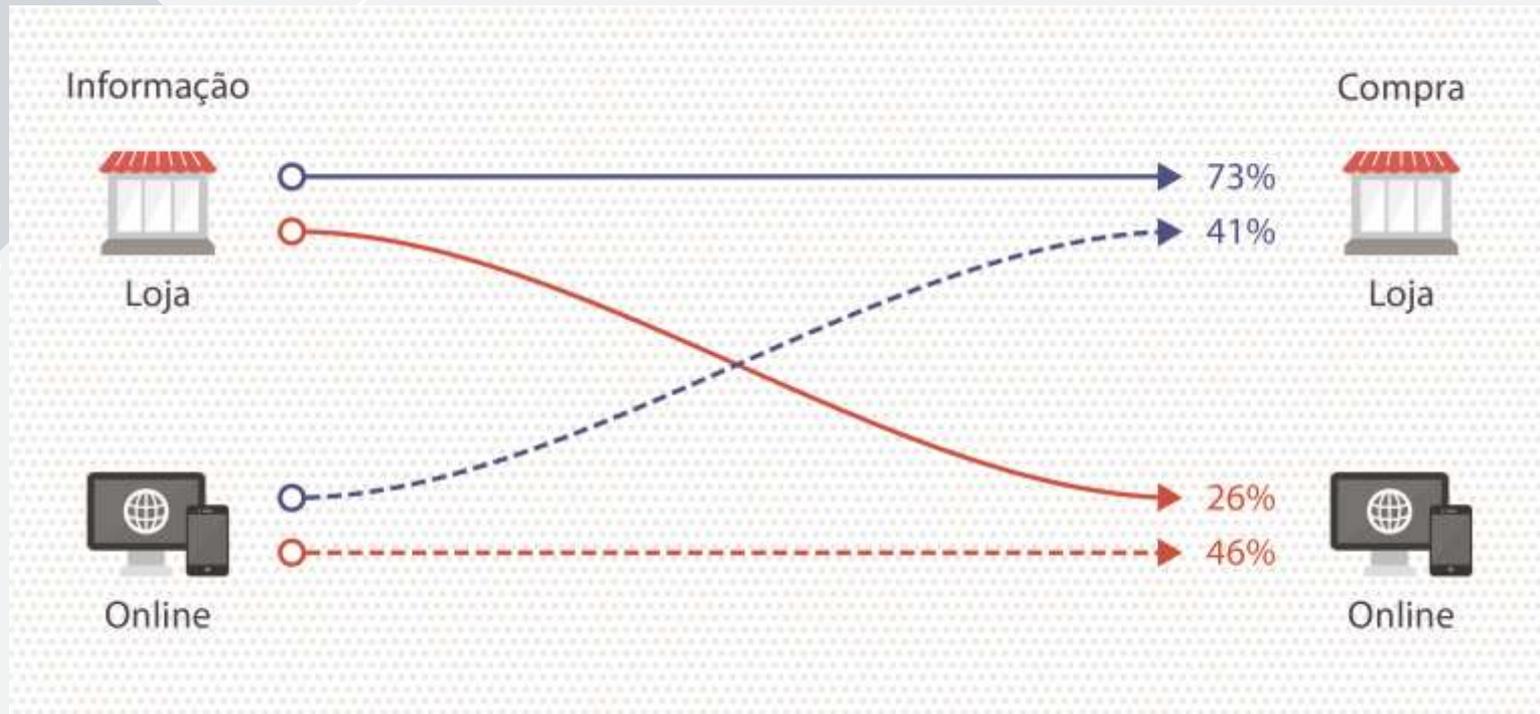


A INTERNET É A PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO NO PLANEJAMENTO DE COMPRA

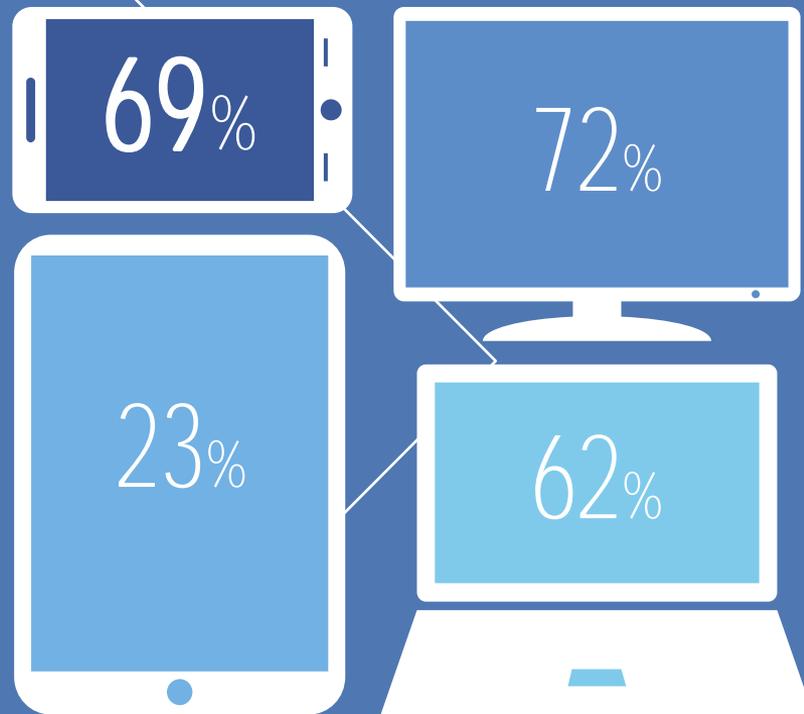


4 A CADA 10 DECISÕES DE COMPRA

EM LOJAS FÍSICAS SÃO INFLUENCIADAS PELA INTERNET



AS INFORMAÇÕES SOBRE COMPRAS PASSAM POR DIVERSOS DEVICES

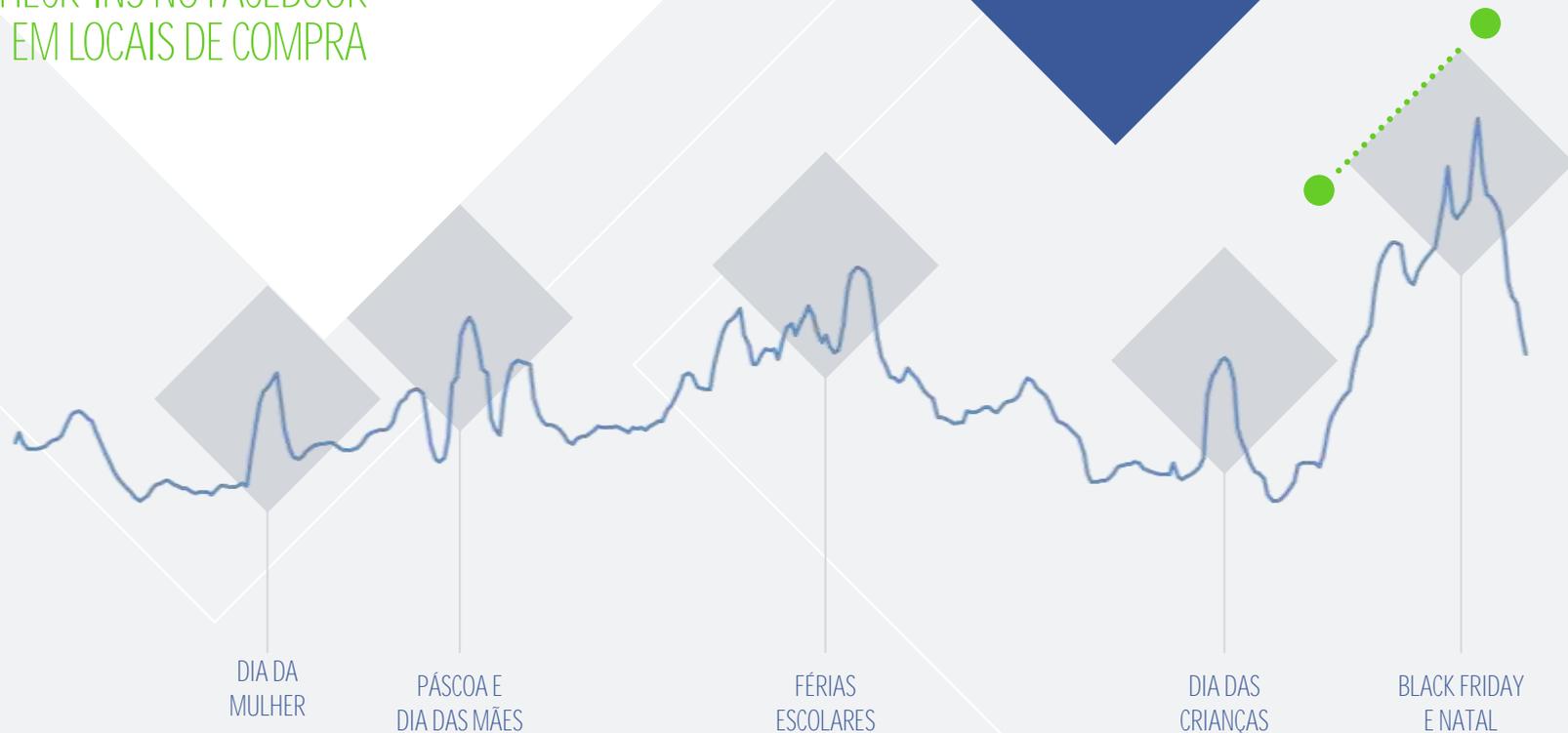


MAS O SMARTPHONE É
CADA VEZ MAIS IMPORTANTE

INCLUSIVE SEUS MOMENTOS DE COMPRAS

CHECK-INS NO FACEBOOK
EM LOCAIS DE COMPRA

facebook



E AS REDES SOCIAIS FAZEM PARTE DE TODAS ETAPAS DE COMPRA



ANTES
DA COMPRA

79%

SE INFORMAM
SOBRE A MARCA

79%

SE INFORMAM
SOBRE OS PRODUTOS/SERVIÇOS

76%

QUEREM RECOMENDAÇÕES E OPINIÕES DE
OUTROS CONSUMIDORES SOBRE O PRODUTO



DURANTE
A COMPRA

37%

INTERAGEM COM
A MARCA

32%

FAZEM "CHECK-IN"
PARA OBTER DESCONTOS

30%

PEDEM OPINIÃO PARA AMIGOS E
FAMILIARES SOBRE A COMPRA



DEPOIS
DA COMPRA

63%

POSTAM INFORMAÇÕES
SOBRE O PRODUTO

63%

RECOMENDAM O PRODUTO

61%

RECOMENDAM O VAREJISTA

PESSOAS

+
CONECTADAS

=

+
VENDAS ONLINE

85%

FAZEM COMPRAS ONLINE

43%

PELO MENOS 1X POR MÊS

ONDE?

62%

56%

27%

13%

MAS AINDA EXISTEM MUITAS OPORTUNIDADES

FACEBOOK PERMITE A APROXIMAÇÃO
DAS PESSOAS COM OS PRODUTOS,
TORNANDO MAIS REAL A
EXPERIÊNCIA ONLINE

15%
NÃO



FAZ
COMPRAS
ONLINE

GOSTO DE VER OS PRODUTOS QUE ESTOU COMPRANDO

51%

NÃO CONFIO NOS SITES DE VENDAS ONLINE

39%

TENHO MEDO DE ROUBAREM MEUS DADOS PESSOAIS

34%

NÃO TENHO CARTÃO DE CRÉDITO

32%

O DINHEIRO AINDA FALA FALA MAIS ALTO

COMO PRETENDEM PAGAR PELAS COMPRAS?

77%



DINHEIRO

59%



CARTÃO DE
CRÉDITO

30%



DÉBITO EM
CONTA

19%



BOLETO
BANCÁRIO

facebook

SIMPLIFICANDO
A APROXIMAÇÃO DE
PESSOAS E MARCAS





O QUE AS PESSOAS ESPERAM DAS MARCAS NO FACEBOOK?

CONHECER NOVOS PRODUTOS E LANÇAMENTOS

68%

GOSTO DA MARCA

60%

RECEBER NOTIFICAÇÕES DE PROMOÇÕES E DESCONTOS ESPECIAIS

58%

QUERO ESTAR ATUALIZADO(A) SOBRE A MARCA/EMPRESA

50%



ESSA CONEXÃO DIÁRIA É UMA CONVERSA VALIOSA

99%

DAS
PESSOAS AFIRMARAM
QUE LEEM OS POSTS
DAS MARCAS

93%

PRESTAM
ATENÇÃO
NOS ANÚNCIOS NO
FACEBOOK

A grayscale photograph of a person's hands holding a smartphone. The image is overlaid with two large blue diamond shapes and a dotted line with three blue dots. The text is placed within these shapes.

CONSUMIDORES
CONECTADOS

E EXPERIÊNCIAS
DE COMPRA
"ALWAYS ON"

TUDO ISSO EM GRANDE ESCALA

96M

ESTÃO
CONECTADOS AO
FACEBOOK TODO MÊS,
SENDO QUE

67M

ENTRAM
TODOS OS
DIAS
(1)

84M

PESSOAS
ATIVAS MENSALMENTE
VIA CELULARES

57M

PESSOAS
ATIVAS DIARIAMENTE
VIA CELULARES

O QUE LEVAR DA APRESENTAÇÃO?

A MÍDIA DIGITAL
É O PRINCIPAL LOCAL DE
INFORMAÇÃO E INFLUÊNCIA
PARA CONSUMIDORES QUE
COMPRAM ONLINE E OFFLINE

O QUE LEVAR DA APRESENTAÇÃO?



CONSUMIDORES
CONECTADOS, COM
EXPERIÊNCIAS DE COMPRA
"ALWAYS ON"

EXIGEM MARCAS PRESENTES EM
TODOS OS MOMENTOS, EM
QUALQUER LUGAR

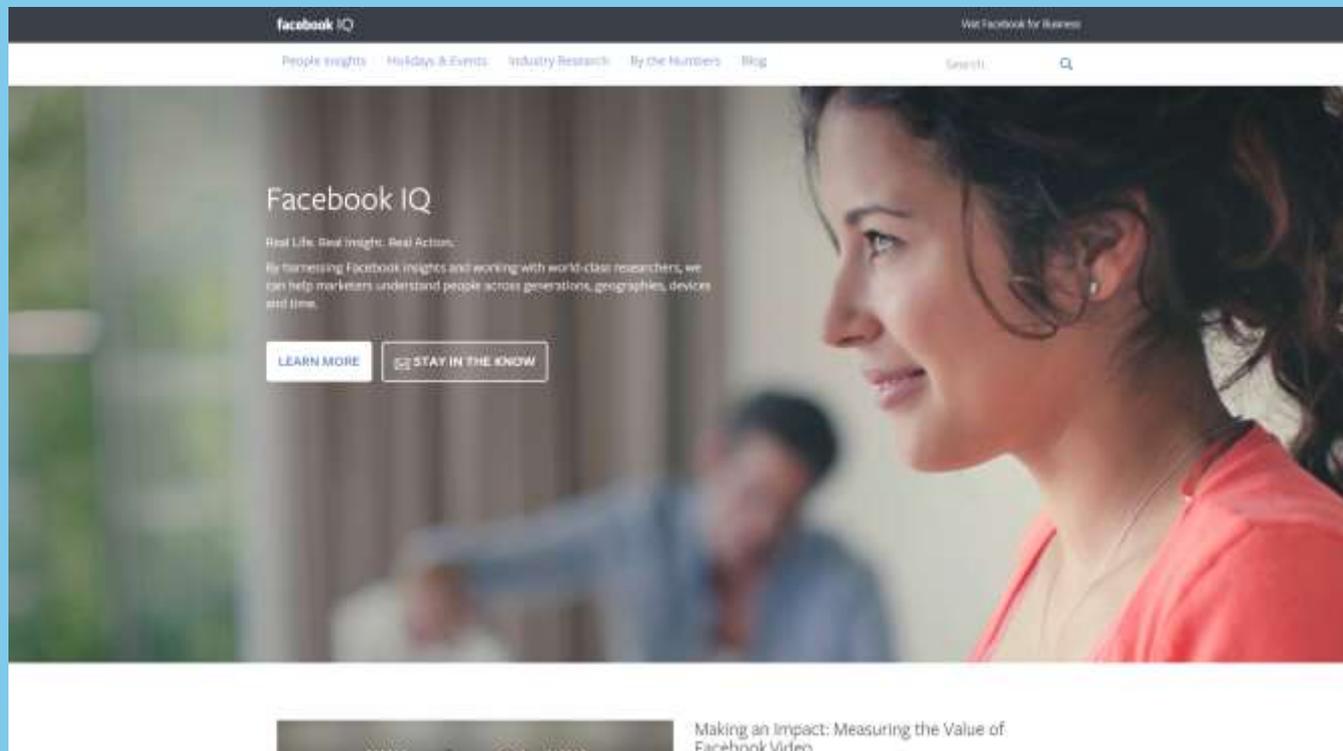
O QUE LEVAR DA APRESENTAÇÃO?



PESSOAS ESTÃO
ABERTAS À COMUNICAÇÃO
COM AS MARCAS, PORÉM
QUEREM CONTEÚDOS
INTERESSANTES E RELEVANTES

ONDE SE INFORMAR MAIS

- insights.fb.com





facebook IQ