

SHOPPING MONITOR ELECTRO

Visão dos consumidores sobre o varejo e seus hábitos de compra de eletrônicos.

Responsável: Andre Silva
Edição final: 16 de Novembro de 2016

Shopping Monitor Electro

É uma análise profunda do comportamento de compra, preferência dos consumidores, imagem do varejista, posicionamento e tendências do mercado varejista para as categorias de eletroeletrônicos.

Conteúdo

O que há no Shopping Monitor Electro?

- Um estudo que prove insights do comportamento de compra.
- Utilizado por varejistas e fabricantes para desenvolver e refinar estratégias de marketing.

O que analisa o estudo?

- Comportamento de compra e perfis do comprador.
- Escolha da loja e fatores de influência.
- Varejistas preferidos, imagem e conhecimento (perfil de varejistas).
- Escolha do produto e fatores de influência.
- Penetração de categorias e preferência de marcas.
- Importância do canal Online.

Que setores, linhas e categorias estão inclusas?

- Linha Marrom (Ex.: TV, Blue Ray ou DVD Player, MP3 Player CD Player, Radio, Navegação, etc).
- Linha Branca (Ex.: Fogão, Máq. Lavar Roupa, Lava Louças, Freezer, etc).
- Eletroportáteis (Ex.: Ferros, Aspiradores, Secador Cabelo , Dep./Barbeadores, etc).
- Telefonia (Ex. Smart- Feature Phones, Tel. Fixos , etc).
- Foto (Ex. Câmeras Digitais, Filmadoras, etc).
- IT (Ex. PC, Laptop, Tablet, Impressoras, Mouse, Teclado, etc).
- Entretenimento (Ex. DVD, Games,Soft, Game Consoles, etc).

Insights para Varejistas e Fabricantes

Quem? – Perfil do comprador

- Gênero, idade;
- Renda, local de residência;
- Educação;
- Tamanho da família.

Os resultados são estruturados por características sócio-demográficas.

O que? – Escolha do produto / preferências

- Categorias compradas;
- Plano dos próximos 12 meses;

- Marcas prediletas em uma categoria particular.

Onde? – Conhecimento do produto / varejista

- Quais varejistas que os consumidores conhecem;
- Quais varejistas visitaram;
- Varejistas preferidos para certos produtos;
- Desejo de recomendar;
- Experiência.

Como? – Critérios de produto / varejista

- Que fatores influenciam e levam o consumidor a comprar;
- Que fatores influenciam os consumidores a escolher determinado varejista.

Benefícios do estudo

Entendemos as necessidades de perguntas, como:

- **O que influencia os consumidores** a comprar um produto?
- Como convencer os consumidores **para que comprem na minha loja / site?**
- Em que **produtos e categorias** deveria me **concentrar?** Em que **marcas** deveria focar e em que categorias?
- Como posso **melhorar minha estratégia de marketing** para alcançar meu público alvo?
- Qual é meu **posicionamento competitivo** na mente do consumidor e como se desenvolve?
- Que argumentos tenho para utilizar nas **negociações com meus fornecedores?**
- Qual é o **impacto da internet** no comportamento de compra?

Público alvo

Indústria: Direcione suas ações de forma a construir relacionamentos fortes e duradouros com seus clientes.

Varejo: Identifique as tendências e desenvolva oportunidades e estratégias de crescimento.

Bancos e Investidores: Acompanhe a percepção atual do mercado e saiba o que o consumidor pensa do seu cliente.

Agências: Saiba como o consumidor pensa e tenha margem para incorporar novas campanhas.

Informação geral

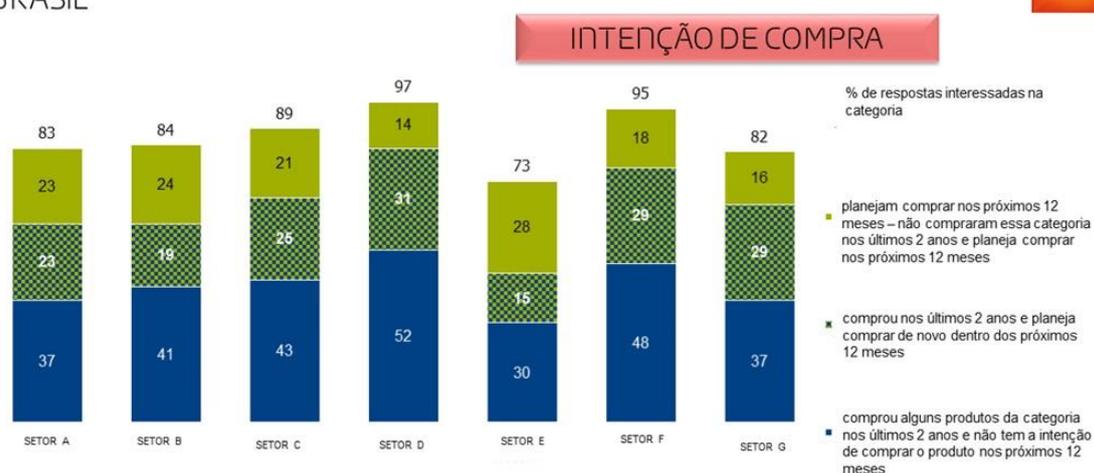
Escopo do estudo

1. **Metodologia:** estudo comprovado, estabelecido pela GfK em 1997, em mais de 15 países.
2. **Pesquisa:** entrevistas on line, realizadas entre Abril e Maio de 2016 sobre uma amostra de **1000 consumidores** que compraram produtos nos últimos 2 anos / planejam comprar nos próximos 12 meses.

3. **Varejistas:** Serão inclusos os varejistas que sejam mencionados, independente se compõem nosso Painel ou não.
4. **Respostas:** As mesmas contem **opiniões subjetivas** dos clientes pesquisados.
5. **Dados:** Se encontram disponíveis em forma de **Tabelas** e **Gráficos**.

Exemplos de Análises

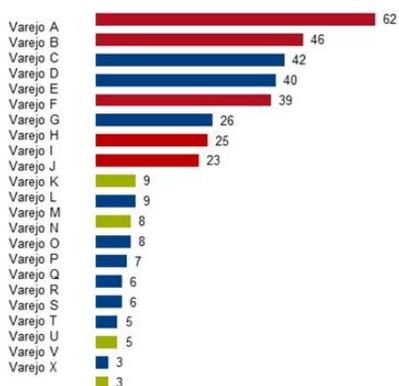
A COMPRA DE BENS DURÁVEIS: POTENCIAL DE CONSUMO BRASIL



Pergunta: Nos últimos 2 anos, você comprou alguns produtos da categoria? E você planeja comprar alguns produtos da categoria nos próximos 12 meses?

Resultados em %
Base: 1001, toda a amostra

AWARENESS ESPONTÂNEO



AWARENESS DOS VAREJISTAS

Pergunta: Qual loja de varejo ou Internet/loja online que você lembra que vende o sortimento de produtos mencionados? (Consumer Electronics * Linha Branca * Eletroportáteis * Telefonia * Foto * IT * Entertainment El. Media). Qual você lembra? Alguma outra?

© GfK 2016 | Shopping Monitor Electro 2016

MARCAS PREFERIDAS DE PRODUTO

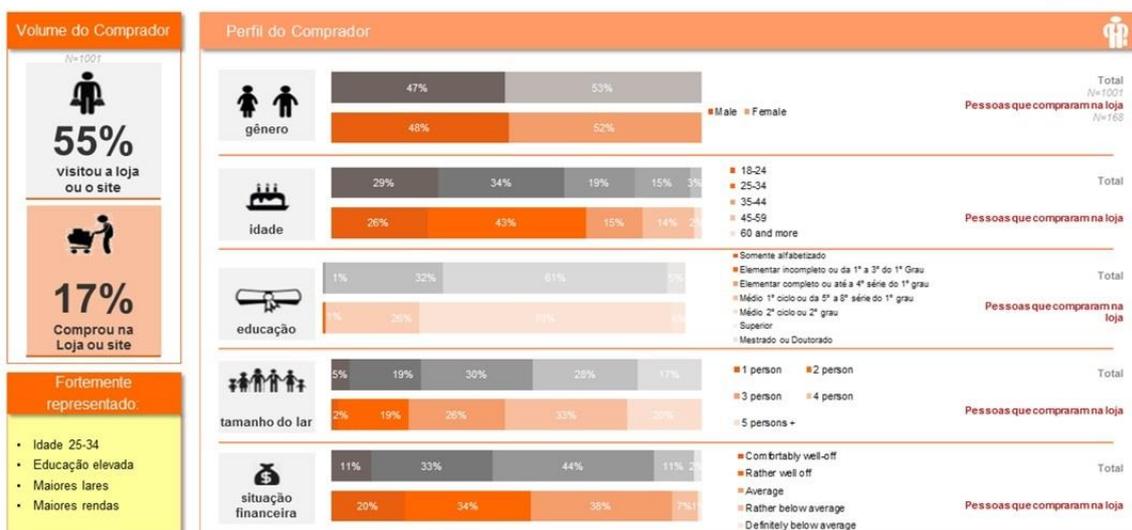


CATEGORIA	1ª MARCA DE PREFERÊNCIA	2ª MARCA DE PREFERÊNCIA
LINHA MARROM	MARCA A	MARCA G
LINHA BRANCA	MARCA B	MARCA J
ELETPORTÁTEIS	MARCA X	MARCA I
TELEFONIA	MARCA F	MARCA A
FOTO	MARCA Y	MARCA O
IT	MARCA C	MARCA F
ENTRETENIMENTO	MARCA P	MARCA R

MARCAS PREFERIDAS

Pergunta: Qual é a principal marca que você prefere para produtos nessa categoria.....? Liste apenas uma marca.

QUAL O PERFIL DO COMPRADOR DE DETERMINADO VAREJISTA? VAREJISTA X



© GfK 2016 | Shopping Monitor Electro 2016



Fale conosco

Entre em contato para obter uma proposta e condições diferenciadas na adesão do estudo:

Andre Silva

+55 11 2174 3923

Andre.silva@gfk.com