

Varejo de Produtos de Beleza - Brasil - Novembro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“O varejo de beleza no Brasil ainda realiza ações simples para atrair os consumidores às suas lojas, se comparados com o varejo de países como Estados Unidos.”
– **Juliana Martins, Especialista Sênior de Beleza e Cuidados Pessoais**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Sistema “click and collect” poderia ajudar a aumentar as vendas on-line
- Marcas de venda direta podem expandir presença em outros canais para atrair as classes C12
- Chatbots estão revolucionando a maneira como marcas conversam com seus clientes

O varejo de beleza físico ainda é o maior canal de compra de produtos de beleza e cuidados pessoais dos brasileiros: a maioria deles citou comprar esses itens em supermercados, farmácias e na venda porta a porta. Porém, o varejo de beleza brasileiro precisa se modernizar, trazendo soluções tecnológicas aos seus consumidores a fim de se destacar no mercado. Com a era digital, as mídias sociais também estão desempenhando um papel importante no comportamento das marcas e lojas, já que tudo hoje em dia é compartilhado nesses canais. Assim, é importante que o varejo esteja presente e se comunique com seus consumidores através de redes sociais como Facebook e Instagram.

**COMPRE ESTE
Relatório agora**

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Varejo de Produtos de Beleza - Brasil - Novembro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Visão Geral

O que você precisa saber

Definição

Resumo Executivo

Desafios

Sistema "click and collect" poderia ajudar a aumentar as vendas on-line

Figura 1: Produtos comprados, setembro de 2018

Marcas de venda direta podem expandir presença em outros canais para atrair as classes C12

Figura 2: Varejistas comprados, por Lojas de departamento e classe socioeconômica, setembro de 2018

Chatbots estão revolucionando a maneira como marcas conversam com seus clientes

Figura 3: Atitudes e comportamentos em relação a mídias sociais, por gênero, setembro de 2018

Oportunidades

Varejo precisará criar espaços "instagramáveis" para atrair clientes

Supermercados poderiam investir em produtos de beleza mais premium

Figura 4: Varejistas comprados, setembro de 2018

Presença de especialistas no varejo é importante para alguns brasileiros

Figura 5: Motivações de compra no varejo de beleza, setembro de 2018

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Varejo de beleza tem se reinventado com fusões, aquisições e espaços criativos para serem compartilhados nas redes sociais

Problemas socioeconômicos, como dólar e desemprego altos, podem gerar oportunidades no varejo

Fatores Que Influenciarão o Mercado

Aquisições e parcerias estão mudando o cenário do varejo de beleza no Brasil

Marcas estão percebendo a importância das compras através de celulares

Desemprego gera oportunidades de trabalho, como a de consultores de beleza

Varejo de beleza pode ser afetado pela alta do dólar, mas também se beneficiar disso

Varejo precisará criar espaços "instagramáveis" para atrair clientes

Farmácias têm investido cada vez mais em marcas próprias

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Varejo de beleza realiza ações para se aproximar de consumidores

Lojas sustentáveis e produtos personalizados são desejos de alguns brasileiros

Campanhas e Ações de Marketing

Drogaria DPSP lançou mais uma edição da sua campanha de doação de agasalhos

Drauzio Varella e Drogaria DPSP criam parceria com vídeos informativos

Figura 6: Vídeo "Estresse" com Dráuzio Varella, setembro de 2018

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Varejo de Produtos de Beleza - Brasil - Novembro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Drogaria Onofre informa seus clientes sobre aumento de preços de remédios

Figura 7: Campanha "Onofre Zero", da Drogaria Onofre, março de 2018

Promoção de O Boticário distribui amostras grátis de hidratante

Figura 8: Campanha do novo hidratante Ameixa Negra, de O Boticário, fevereiro de 2018

Panvel inicia expansão em São Paulo em 2019

Sephora realiza no Brasil o evento global The Sound of Beauty

Figura 9: Vídeo da ação "The Sound Of Beauty", da Sephora, em Recife, junho de 2018

Netfarma faz sua estreia na TV a fim de divulgar ofertas de produtos

Figura 10: Campanha da NetFarma para a Black Friday, novembro de 2017

Supermercados Guanabara realizam semana da beleza com diversos descontos

Quem Está Inovando?

Varejo de beleza precisará trabalhar cada vez mais a sustentabilidade

Personalização de produtos pode ajudar a diminuir desperdício de produtos

Figura 11: Schwarzkopf Professional SalonLab

Produtos de combate às rugas podem inovar com antioxidantes e probióticos

Figura 12: Lançamentos globais de produtos para o rosto, por posicionamento "antioxidante", top 5 países e Brasil, janeiro de 2015-agosto de 2018

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Algumas inovações no varejo podem aumentar vendas de certos produtos de beleza

Pesquisa revela o principal varejista de produtos de beleza dos brasileiros

Brasileiros gostam de ter contato com especialistas em beleza e vendedores nos canais de venda

Alguns consumidores demonstram interesse em serviços de beleza pagos nos canais de venda

Há espaço no varejo para sistemas de pagamento móvel e dispositivos que demonstrem nas lojas a disponibilidade dos produtos

Redes sociais se tornaram um dos principais meios de comunicação entre marcas e clientes

Produtos comprados

Sistema "click and collect" poderia ajudar a aumentar as vendas on-line

Figura 13: Produtos comprados, setembro de 2018

Protetores solares poderiam ser expostos nas gôndolas de acordo com seus benefícios

Figura 14: Produtos comprados, por produtos selecionados e Interesse em inovações no varejo de beleza, setembro de 2018

Demonstrações de aparelhos elétricos e acessórios de beleza poderiam inovar no varejo

Figura 15: Produtos comprados, por produtos selecionados e Interesse em tecnologias móveis no varejo de beleza, setembro de 2018

Varejistas comprados

Supermercados poderiam investir em produtos de beleza mais premium

Figura 16: Varejistas comprados, setembro de 2018

Marcas de venda direta podem expandir presença em outros canais para atrair as classes C12

Figura 17: Varejistas comprados, por lojas de departamento e classe socioeconômica, setembro de 2018

Redes de farmácias do Nordeste podem conquistar clientes através de promoções

Figura 18: Varejistas comprados, por drogarias/farmácias e região, setembro de 2018

Motivações de compra no varejo de beleza

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Varejo de Produtos de Beleza - Brasil - Novembro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Presença de especialistas no varejo é importante para alguns brasileiros

Figura 19: Motivações de compra no varejo de beleza, setembro de 2018

Marcas de venda direta podem atrair homens com amostras de produtos

Figura 20: Motivações de compra no varejo de beleza, por entrega de amostras de produtos e gênero, setembro de 2018

Interesses em inovações no varejo de beleza

Alguns brasileiros têm interesse em serviços de beleza pagos

Figura 21: Interesses em inovações no varejo de beleza, setembro de 2018

Análise Turf revela a loja de varejo de beleza ideal para os brasileiros

Figura 22: Análise TURF* – Interesses em inovações no varejo de beleza, setembro de 2018

Interesses em tecnologias móveis no varejo de beleza

Varejo de beleza poderia fazer parcerias com sistemas de pagamento móvel

Figura 23: Interesse em tecnologias móveis no varejo de beleza, setembro de 2018

Dispositivos de busca de produtos no varejo poderiam atrair jovens

Figura 24: Interesses em tecnologias móveis no varejo de beleza, por interesse selecionado e faixa etária, setembro de 2018

Atitudes e comportamentos em relação a mídias sociais

Varejo e marcas deveriam envolver cada vez mais os consumidores em suas ações através das redes sociais

Figura 25: Atitudes e comportamentos em relação a mídias sociais, setembro de 2018

Chatbots estão revolucionando a maneira como marcas conversam com seus clientes

Figura 26: Atitudes e comportamentos em relação a mídias sociais, por gênero, setembro de 2018

Apêndice – Abreviações

Abreviações

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com