Compras Online x Offline - Brasil - 2022

Preço do relatório: £3265.00 | $4495.00 | €3940.00

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

Este relatório analisa as seguintes áreas

- **Compras por categoria e método de compra**
- **Canais utilizados para compra e pesquisa on-line**
- **Motivadores de escolha e percepção de valor ao comprar on-line e off-line**
- **Hábitos e atidutes em relação a compras on-line e off-line**

Após a pandemia e a reabertura, as lojas físicas voltaram a ganhar espaço, especialmente graças à ausência de custos adicionais como taxas de serviços e de frete, em categorias que são tradicionalmente compradas em lojas físicas, como mantimentos e bebidas para consumo em casa, produtos de limpeza e cuidados com a casa e itens de beleza e moda. Entretanto, muitos consumidores continuam recorrendo aos canais on-line para compra e pesquisa de marcas e produtos.

A pesquisa indica que uma grande parcela de consumidores realiza uma rota de compra multicanal, combinando on e off-line. Dessa forma, é importante que as marcas e varejistas foquem seus esforços na multicanalidade, e independente do canal, atendam às demandas dos consumidores por mais variedade e flexibilidade nos métodos de compra e de pagamento, opções de entrega, entre outros, além de oferecerem opções de atendimento com pessoas reais, independente do canal de contato.

"As lojas físicas voltaram a ganhar espaço com a reabertura após a pandemia, especialmente devido à ausência de custos adicionais como taxas de serviços e de frete. Entretanto, muitos consumidores continuam recorrendo aos canais on-line para compra e pesquisa de marcas e produtos, havendo uma grande parcela de consumidores que realiza uma rota de compra multicanal, combinando on e off-line."

– Ana Paula Gilsogamo, analista sênior de pesquisa – Latam

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

© 2022 Mintel Group Ltd. Todos os direitos reservados. Confidencial a Mintel.

Compras Online x Offline - Brasil - 2022

Preço do relatório: £3265.00 | $4495.00 | €3940.00

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**
- **Principais pontos deste Relatório**
- **Definição**

RESUMO EXECUTIVO

- **Visão geral do mercado**
- **Perspectiva do analista**
  Figura 1: Perspectiva do analista para as categoria de compras on-line e off-line, dezembro de 2022
- **Desafios**
- **Baixo poder aquisitivo e recorde de endividamento impactam consumo dos brasileiros**
- **Mercado tem desafio de oferecer melhor experiência de compra, independente do canal utilizado**
- **Nova lei do SAC amplia foca no atendimento por multicanais e consumidores demandam por atendimento realizado por pessoas reais**
- **Oportunidades**
- **Compra de produtos de beleza/moda se concentra nas lojas físicas, mas pesquisa on-line ganha espaço**
- **Comparadores de preços e promoções podem estimular compra on-line de mantimentos e bebidas para consumo em casa**
- **Com melhores soluções de entrega, canais próprios das marcas e redes sociais têm potencial para ampliar vendas on-line entre as classes DE**

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- **Inflação e baixo poder aquisitivo impactam principalmente mais pobres e categorias essenciais como a alimentação**
  Figura 2: IPCA – Variação acumulada no ano (%) – Índice geral e grupos de produtos e serviços – Brasil, nos períodos de janeiro a dezembro de 2021 e janeiro a setembro de 2022
- **Brasil tem recorde de inadimplentes em 2022, com destaque para dívidas de bancos e cartões**
- **Alta do dólar impacta preços em diversas categorias, especialmente importados, como itens de tecnologia**
  Figura 3: Taxa de câmbio - R$/US$ - comercial - compra - média - Brasil, janeiro de 2021 a dezembro de 2022
- **Início da implementação do 5G no Brasil**

O que está incluído

Resumo Executivo
Relatório Completo (PDF)
Visão Geral Infográfica
Apresentação (PowerPoint)
Livro de Dados Interativo
Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

© 2022 Mintel Group Ltd. Todos os direitos reservados. Confidencial a Mintel.

Preço do relatório: £3265.00 | $4495.00 | €3940.00

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

- **Nova lei do SAC foca no atendimento por multi-canais**

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- **Empresas e marcas**
- **Grandes varejistas e marketplaces antecipam a Black Friday**
  Figura 4: Captura de tela – Blog da Lu dicas para a Black Friday 2022
- **TikTok investe cada vez mais em solução focadas no varejo**
- **Lojas especializadas do mercado pet investem em novos formatos e canais de vendas**
- **Estudos de caso**
- **Maior influenciadora virtual do mundo, Lu da Magalu gera lucro e engajamento para a marca**
  Figura 5: Capa Vogue Brasil - 2022
  Figura 6: Prêmio: Cannes Lion 2022 Ouro | Lu do Magalu

COMPRAS POR CATEGORIA E MÉTODO DE COMPRA

- **Compra multicanal pode oferecer mais do que experiência correta e conveniente**
  Figura 7: Método de compra – Brasil, 2022
  Figura 8: Museo pop-up – Old credit is history - Klarna
- **Comparadores de preços e promoções podem estimular compra on-line de mantimentos e bebidas para consumo em casa**
  Figura 9: Método de compra para a categoria de mantimentos e bebidas não alcoólicas – Brasil, 2022
  Figura 10: Captura de tela comparador de preços e promoções - mastpar
- **Compra de produtos de beleza/moda se concentra nas lojas físicas, mas pesquisa on-line ganha espaço**
  Figura 11: Método de compra, por categoria de produtos de beleza e vestuário e acessórios – Brasil, 2022.
  Figura 12: Captura de tela – Imagem de divulgação APP My Beauty Advisor

CANAIS UTILIZADOS PARA COMPRA E PESQUISA ON-LINE

- **Consumidores entre 16 e 34 anos compram e buscam mais por informação nas redes sociais**
  Figura 13: Canais utilizados para compra e pesquisa online, por faixa etária – Brasil, 2022
  Figura 14: Book Club by Amazon Books
- **Canais unicamente on-line podem oferecer mais opções flexíveis de compra para atrair classes AB**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

© 2022 Mintel Group Ltd. Todos os direitos reservados. Confidencial a Mintel.

Figura 15: Canais utilizados para compra online e percepção de valor (qualquer classificação) – Brasil, 2022
Figura 16: Vídeo de apresentação Amazon Style—Amazon's first physical store for men's and women's fashion
Figura 17: Imagem de divulgação – Lockers Amazon

- **Com melhores soluções de entrega, canais próprios das marcas e redes sociais têm potencial para ampliar vendas on-line entre as classes DE**

Figura 18: Canais utilizados para compra on-line, por perfil socioeconômico – Brasil, 2022
Figura 19: O que é o TrazFavela

MOTIVADORES DE ESCOLHA

- **Atendimento humano ao cliente é grande diferencial de compra, seja nos canais on-line ou off-line e pode tornar serviço ao cliente mais inclusivo**

Figura 20: TURF – Motivadores de escolha – Brasil, 2022

- **Lojas especializadas podem ampliar formatos de compra e de pagamento digital para melhor atender os donos de pets**

Figura 21: Motivadores de escolha e percepção de valor, pela posse de animais de estimação – Brasil, 2022
Figura 22: Captura de tela – App Cobasi
Figura 23: Captura de tela – Dicas de banho para gatos

- **Consumidores da comunidade LGBTQ+ mencionaram mais sustentabilidade e causas sociais como motivador de decisão**

Figura 24: Motivadores de escolha, por identidade LGBTQ+ – Brasil, 2022
Figura 25: Feat Store | Você feat. Pabllo Vittar. #MaisUmaVoz
Figura 26: Captura de tela – Campanha Feat Store – mercado Livre

PERCEPÇÃO DE VALOR

- **Custo do frete ainda é o fator mais importante ao realizar compras on-line**

Figura 27: Percepção de valor (qualquer classificação) – Brasil, 2022

- **Lojas on-line próprias de marcas podem investir em opções flexíveis de pagamento para atrair consumidores com 35 anos ou mais**

Figura 28: Percepção de valor (qualquer classificação), por faixa etária – Brasil, 2022

O que está incluído

- Resumo Executivo
- Relatório Completo (PDF)
- Visão Geral Infográfica
- Apresentação (PowerPoint)
- Livro de Dados Interativo
- Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

© 2022 Mintel Group Ltd. Todos os direitos reservados. Confidencial a Mintel.

Figura 29: Captura de tela – banner desconto no Pix
Figura 30: Captura de tela – Pagamento com Pix

HÁBITOS E ATITUDES EM RELAÇÃO A COMPRAS ON-LINE E OFF-LINE

- **Diante do comportamento de compra multicanal benefícios e promoções precisam ser compatíveis nos canais on-line e off-line**
  Figura 31: Hábitos e atitudes em relação a compras online e offline – Brasil, 2022
- **Aplicativos de compras que destaquem a avaliação dos produtos podem atrair os que trabalham em sistema híbrido ou totalmente remoto**
  Figura 32: Motivadores de escolha e hábitos e atitudes em relação a compras on-line e off-line, pelo formato de trabalho – Brasil, 2022
- **Varejistas com ampla oferta de marcas e produtos podem oferecer mais serviços e experiências para pais e filhos**
  Figura 33: Hábitos e atitudes em relação a compras on-line e off-line, por presença de filhos na residência – Brasil, 2022
  Figura 34: Vídeo - Walmart Mamava pods
  Figura 35: Imagem de divulgação do avatar – Habour Kids
  Figura 36: "My Virtual Closet" @Harbour City

APÊNDICE – ABREVIAÇÕES

O que está incluído

- Resumo Executivo
- Relatório Completo (PDF)
- Visão Geral Infográfica
- Apresentação (PowerPoint)
- Livro de Dados Interativo
- Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

© 2022 Mintel Group Ltd. Todos os direitos reservados. Confidencial a Mintel.

Sobre a Mintel

A Mintel é **especialista em identificar o que os consumidores desejam e por quê**. Como líderes mundiais em inteligência de mercado, nossas análises de consumidores, mercados, inovações de produtos e cenários competitivos fornecem uma perspectiva única sobre as economias globais e locais. Desde 1972, nossas análises preditivas e recomendações de especialistas permitem que nossos clientes tomem melhores decisões de negócios com mais rapidez.

Nosso objetivo é ajudar empresas e pessoas a crescer. Para saber como fazemos isso, visite **mintel.com.** .

© 2022 Mintel Group Ltd. Todos os direitos reservados. Confidencial a Mintel.