

PESQUISA DE
INTENÇÃO DE COMPRAS

Dia das
Mães





METODOLOGIA

O Dia das Mães é uma das principais datas do varejo brasileiro, causando um impacto que só perde para o Natal e a *Black Friday*, tendo em vista este acréscimo na atividade comercial, a CDL Manaus realizou uma pesquisa para conhecer o perfil das pessoas que compram nesta data e, assim, orientar os lojistas do varejo e serviços com relação a este período.

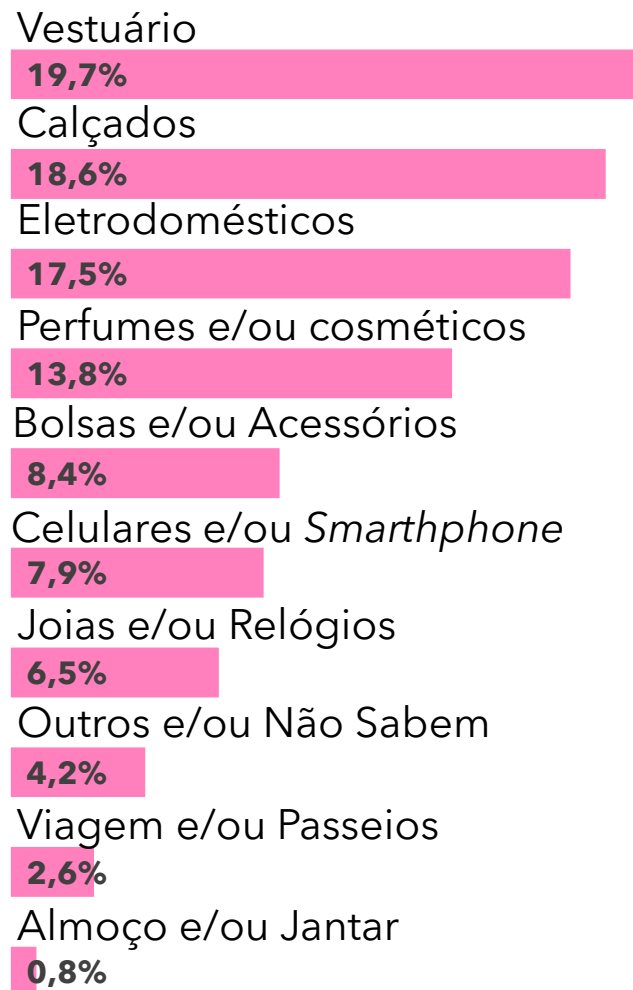
A pesquisa foi realizada via Google Formulários® aplicado através de e-mail marketing e aplicativo de mensagens instantâneas.

Com o universo de 582 questionários, de homens e mulheres maiores de 18 anos, da zona urbana de Manaus.

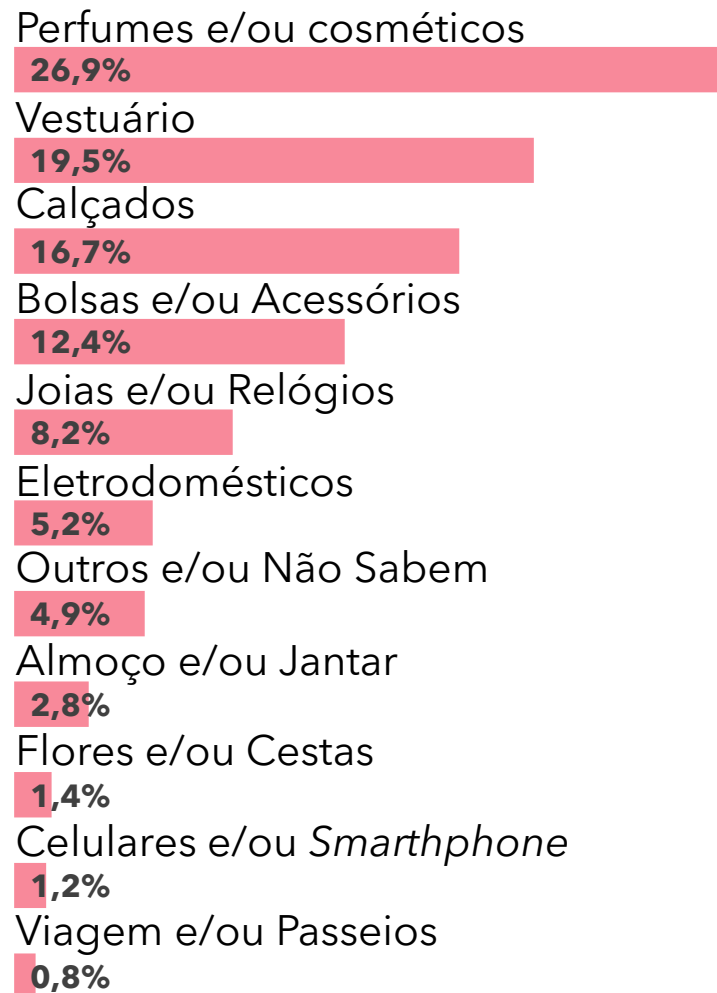


○ O QUE PRETENDEM PRESENTEAR ?

2019



2021

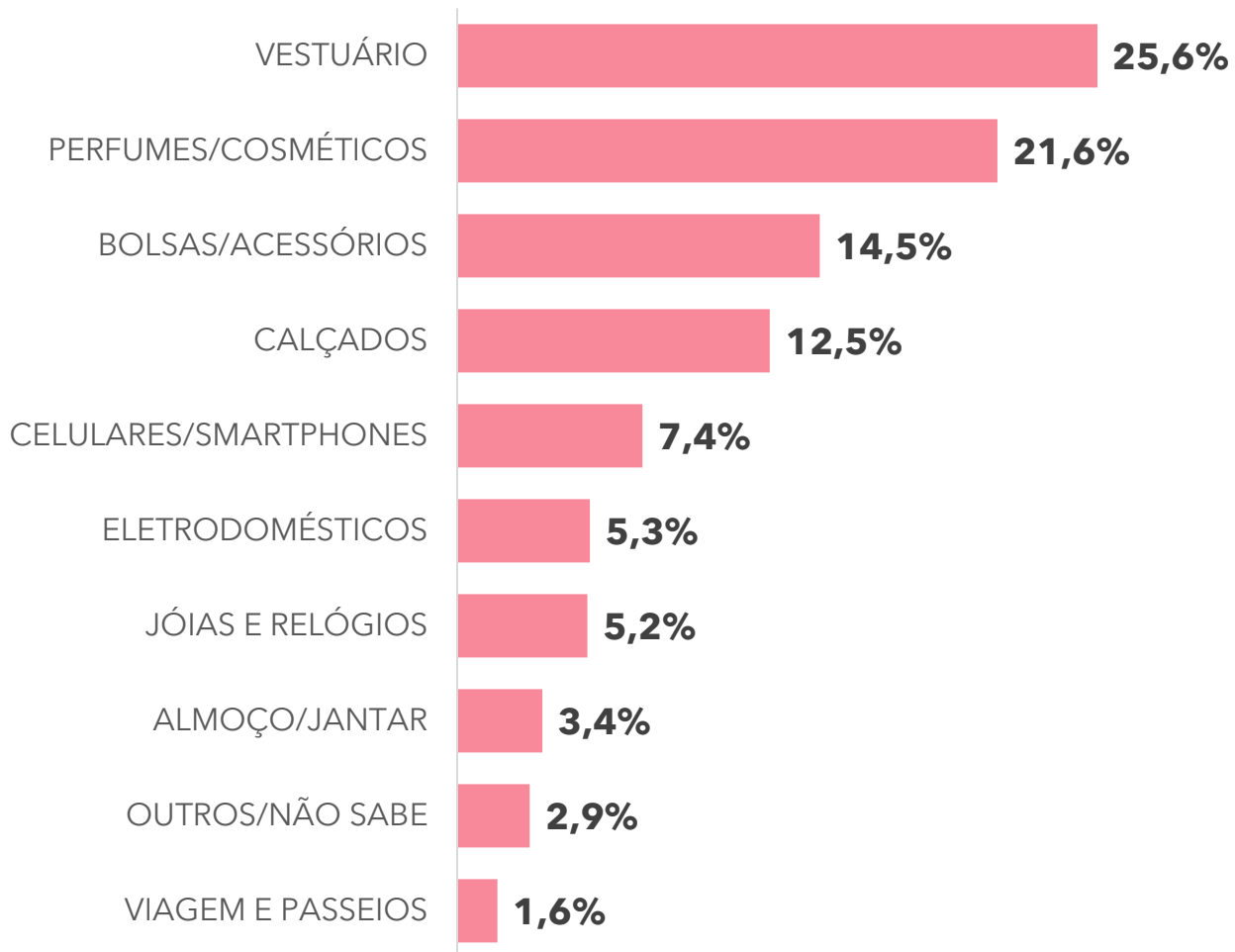


- Este ano a maioria dos filhos pretendem comprar perfumes e/ou cosméticos;
- Presentes de valores maiores, como eletrodomésticos e smartphones descenderam no ranking.



○ O QUÊ DESEJAM GANHAR DE PRESENTE?

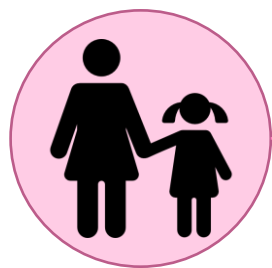
2021



- A maioria das mães tem expectativa de receber presentes que representam sua individualidade e feminilidade.



○ QUEM PRETENDEM PRESENTEAR?



Mãe 84,6%



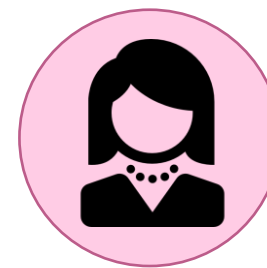
Avó 18,5%



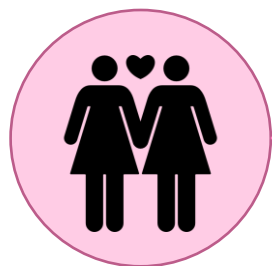
Esposa 13,7%



Madrinha 5,2%



Tia 3,7%



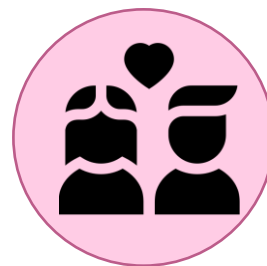
Irmã 2,9%



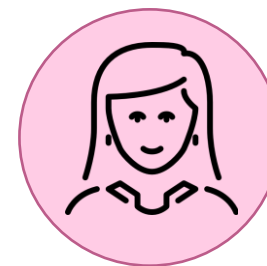
Madrasta 1,9%



Filha 1,8%



Namorada/
noiva 1,4%



Sogra 1,3%

Não se decidiu 1,3%

Esta pergunta poderia ter mais de uma resposta, de múltipla escolha, considerando que alguns entrevistados pretendem presentear mais uma pessoa neste Dia das Mães, logo seu resultado é superior a 100%.

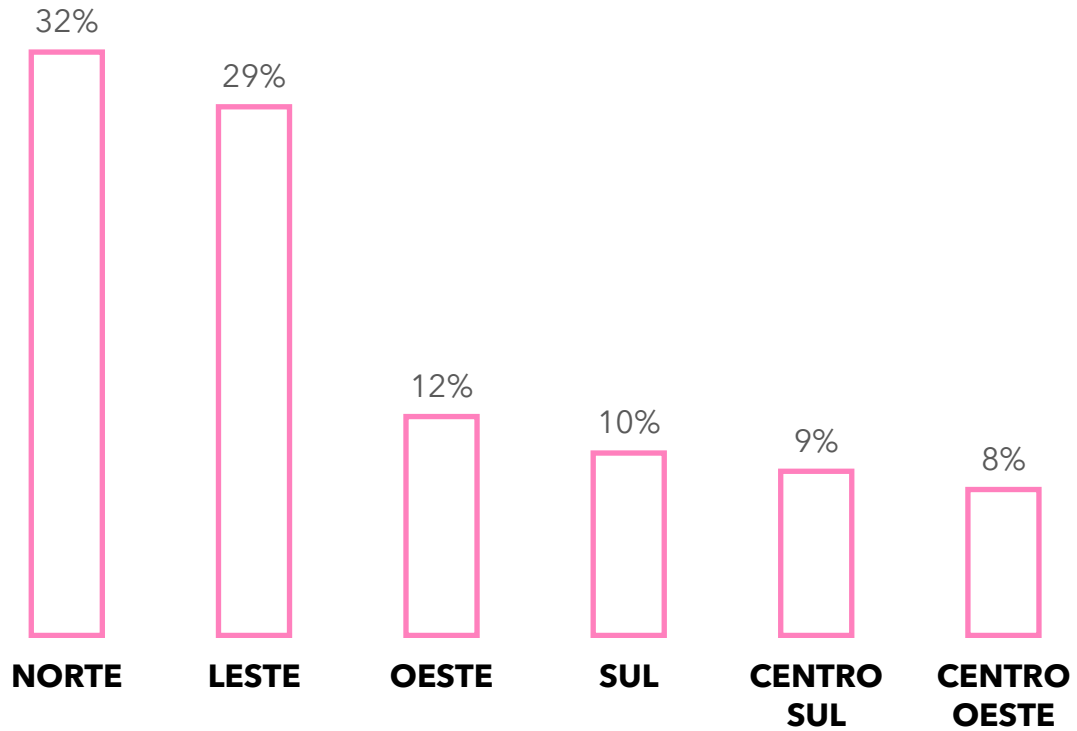




ENTREVISTADOS

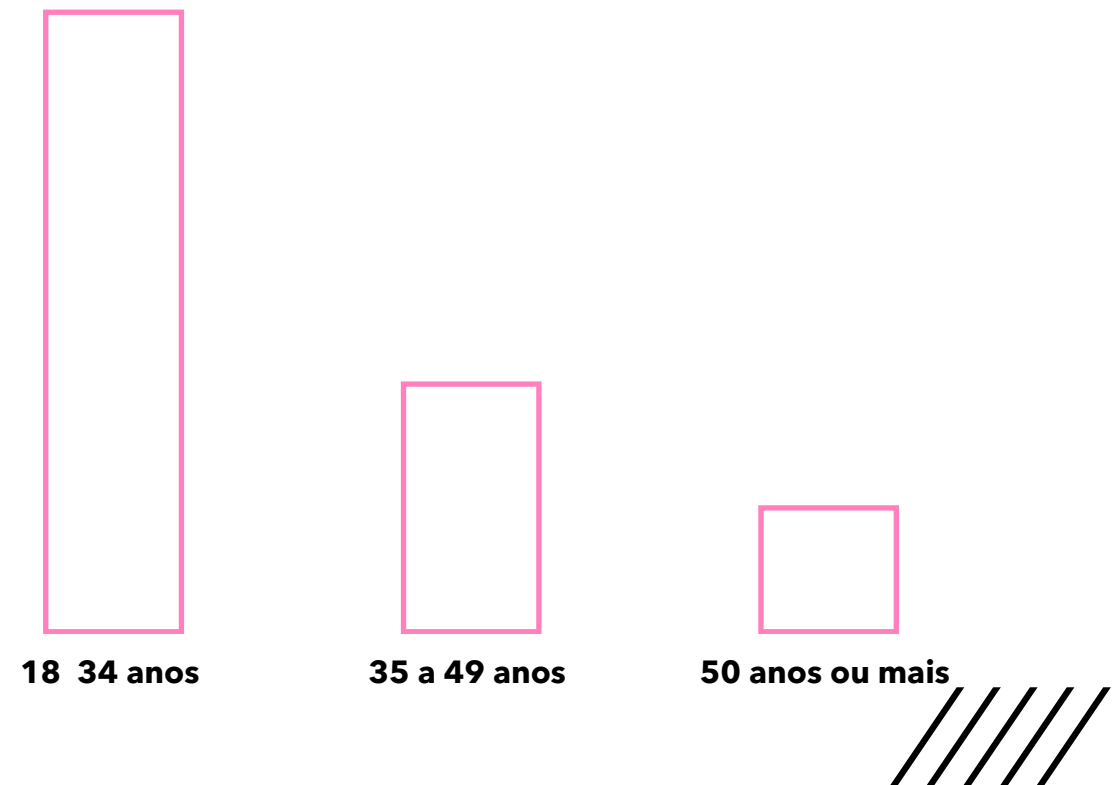
SEGUNDO ZONA DA CIDADE

2021



SEGUNDO FAIXA ESTÁRIA

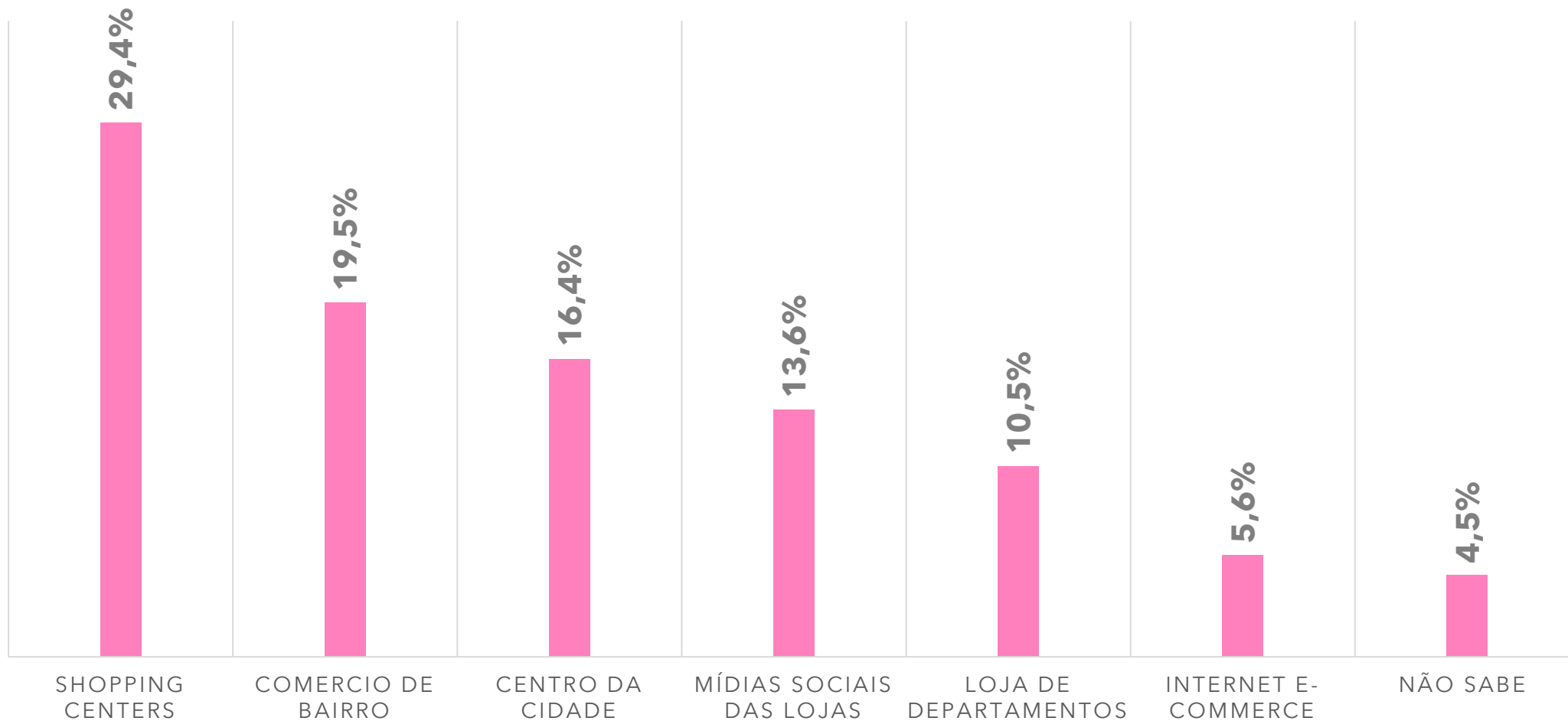
2021





ONDE PRETENDEM COMPRAR O PRESENTE


2021





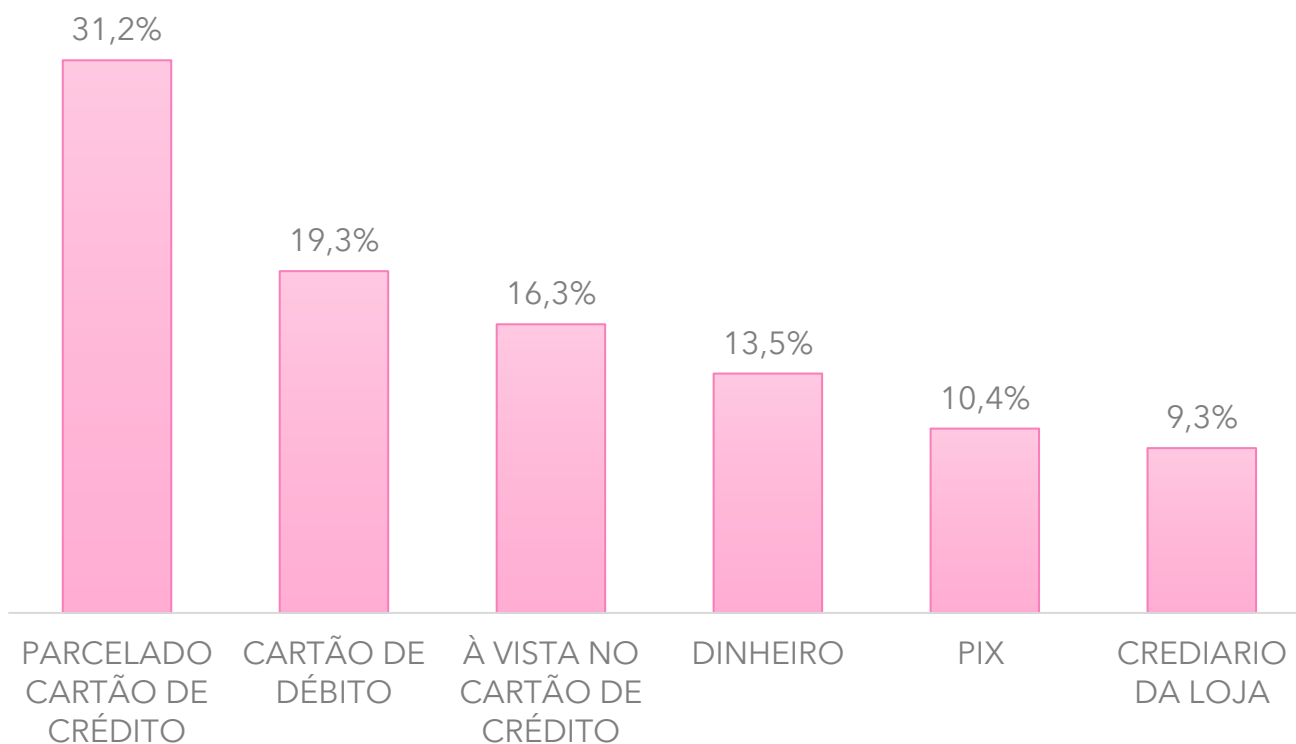
ONDE PRETENDEM COMPRAR O PRESENTE

No gráfico que apresenta onde os consumidores pretendem comprar o presente do Dias das Mães. Este ano, foi incluindo duas novas modalidades de compras, que são tendências após a Pandemia da COVID-19, que são as **Mídias Sociais das próprias lojas**, que geralmente estão relacionadas a aplicativos já conhecidas pelos consumidores, e que muitas vezes dá a opção de conversar com o próprio vendedor, de forma humanizada, e o recebimento do produto se dá por delivery ou drive-thru. E a outra modalidade, e o **E-commerce**, através de site especializados em compras, na qual o consumidor precisa de uma maior autonomia em realizar a compra. O resultado deu que ambos estão sendo mais utilizados, principalmente em relação a 2019, mas os consumidores ainda preferem o atendimento humanizado com as mídias sociais, e a grande maioria ainda utilizam o presencial.



○ QUAL FORMA DE PAGAMENTO

2021



A maioria dos entrevistados pretendem pagar por suas compras, através do parcelamento no cartão de crédito, que está no topo com 31,2%. Este ano, assim como onde comprar incluiu-se novas modalidades, a forma de pagamento também incluiu o PIX, que pode estar relacionado justamente com as novas modalidades de compras, visto que é uma transferência instantânea de valores, facilitando as transações financeiras, principalmente a distância.





Neste Dia das Mães, a expectativa é de crescimento na economia. Com relação ao ano de 2019, com um **crescimento de 3,8%**, com uma arrecadação de receita bruta de **R\$ 147.781.291,00** dividido nas diversas intenções de compras informadas como preferências, com um ticket médio de compras de **R\$ 144,90** da maioria das pessoas entrevistadas.

CONCLUSÃO

