

PESQUISA

Dia das Mães: o que os consumidores pensam



Neste Dia das Mães, a Conversion fez uma pesquisa com 400 brasileiros para entender quais serão as tendências de compras nesta data. O objetivo do relatório é entender como os e-commerces podem se preparar em relação às ações dos consumidores digitais.

Para uma análise de eventos sazonais, em alguns momentos usaremos o estudo também feito pela Conversion sobre o Black Friday 2022. Isso permitirá uma melhor compreensão das mudanças nas preferências e comportamentos dos consumidores em diferentes ocasiões ao longo do ano.

O que você verá

Dia das Mães 2023 deve crescer 3,8% em intenção de compra em relação ao último ano

Como será descrito ao decorrer da pesquisa, o comércio pode se beneficiar significativamente do aumento das intenções de compra para o Dia das Mães de 2023, onde se nota um aumento de 3,8% das intenções de compra em relação a 2022.

Segundo os resultados da pesquisa, 52,1% dos entrevistados planejam fazer suas compras online, o que indica uma tendência de crescimento nas vendas do setor de e-commerce em relação às lojas físicas.

Esperamos que as dicas e os insights que tiramos ajude os e-commerces a se planejar de forma mais inteligente para o Dia das Mães e outras datas comemorativas, aprimorando suas estratégias de marketing e preparando suas equipes para atender a alta demanda.



Metodologia

Metodologia

A pesquisa foi realizada pela Conversion, com 400 entrevistados de todo o Brasil de forma online. Foi utilizada uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%.

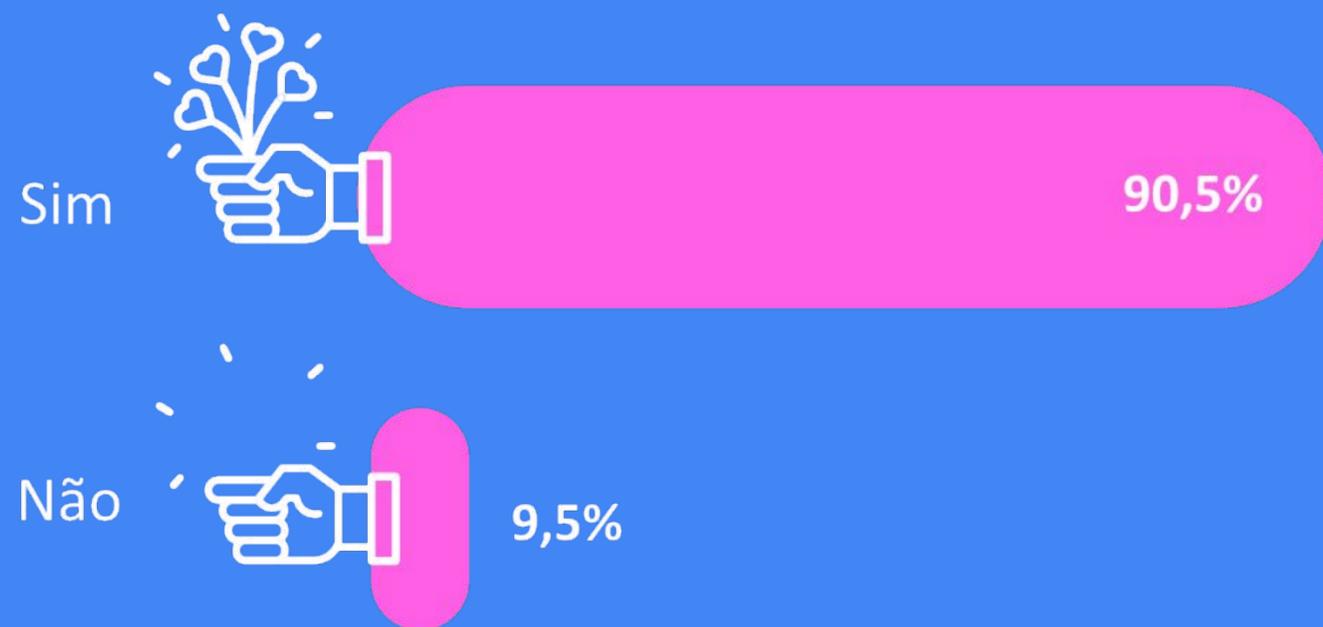
Algumas perguntas do questionário foram elaboradas com opções de múltipla escolha, o que permitiu que os participantes escolhessem mais de uma alternativa. É importante ressaltar que, nesses casos, a soma das opções ultrapassa 100%.



O dia das mães em 2022



Você fez compras no Dia das Mães no ano passado (2022)?



O Dia das Mães de 2022 ajudou a movimentar o comércio: 90,5% foram às compras

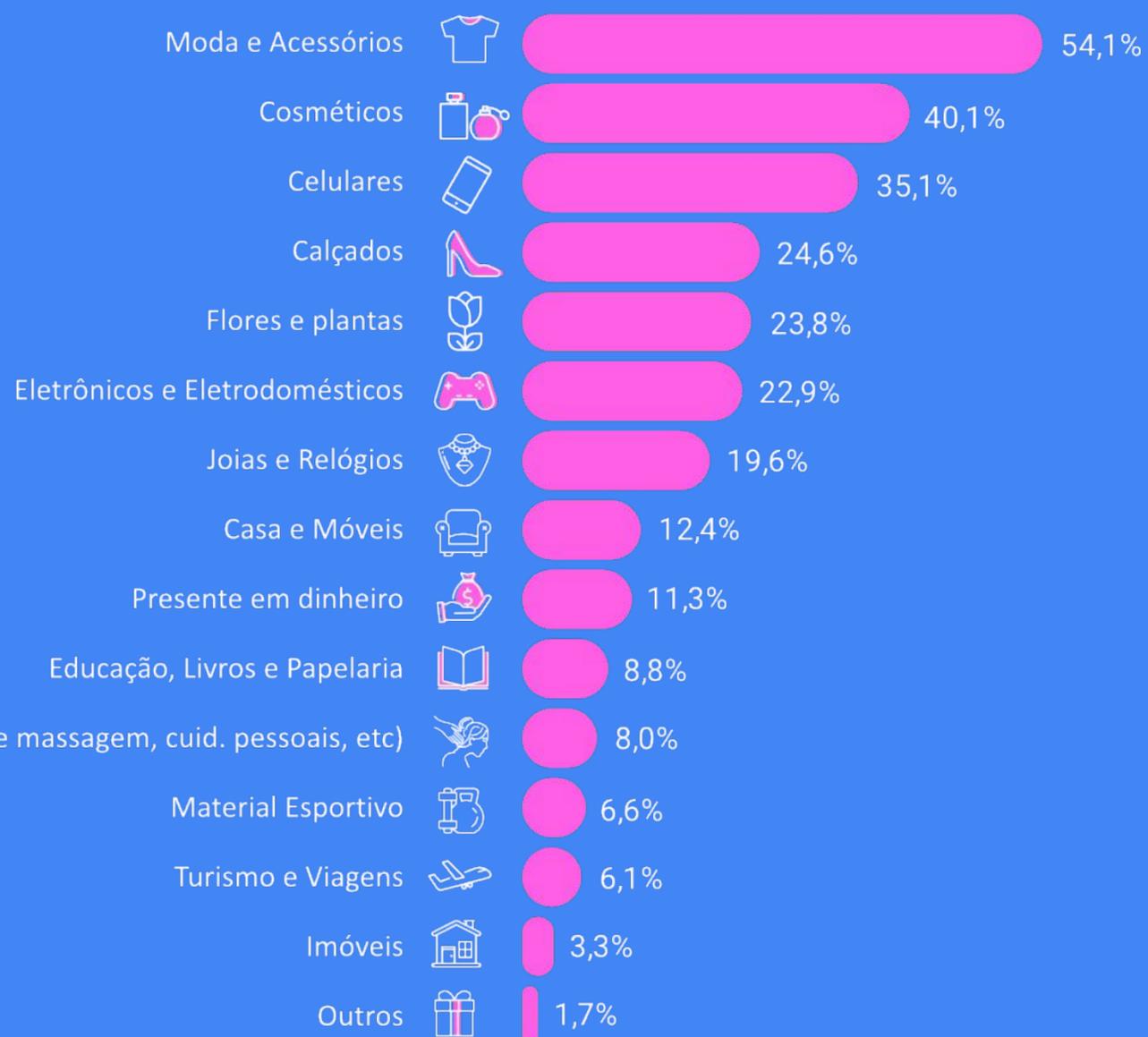
90,5% dos respondentes presentearam as mães nesta data em 2022. Um número bastante significativo, representando a movimentação comercial que esta ocasião gera.

É importante que o varejo se prepare para esse período, que promete alavancar as vendas do setor, visto que apenas 9,5% não compraram nesta data em 2022.

Investir em uma boa estratégia de marketing é essencial, considerando a grande concorrência que o Dia das Mães promove. Encaixar o propósito da marca de acordo com a sazonalidade pode aumentar a procura do consumidor.



No Dia das Mães de 2022, qual categoria de produto você comprou?



Em 2022, 54,1% dos entrevistados preferiram presentear as mães com produtos do nicho de moda e acessórios

A categoria moda e acessórios foi a preferência de compra no Dia das Mães de 2022, sendo a escolha primária de 54,1% dos entrevistados. Em seguida, cosméticos com 40,1% e celulares, escolhidos por 35,1% dos respondentes.

Além disso, itens como calçados, flores e plantas e eletrônicos também foram opções bastante escolhidas para presentear as mães em 2022, representando 24,6%, 23,8% e 22,9%, respectivamente.

3,3% dos entrevistados afirmaram que compraram imóveis como presente de Dia das Mães em 2022, mostrando que a data pode influenciar também outros setores além do varejo. Vale ressaltar que esse grupo está dentro da margem de erro da pesquisa (5%).



No dia das Mães de 2022, você comprou produtos de lojas:

Nacionais



80,9%

Internacionais



19,1%

Em 2022, lojas nacionais foram as preferidas dos consumidores

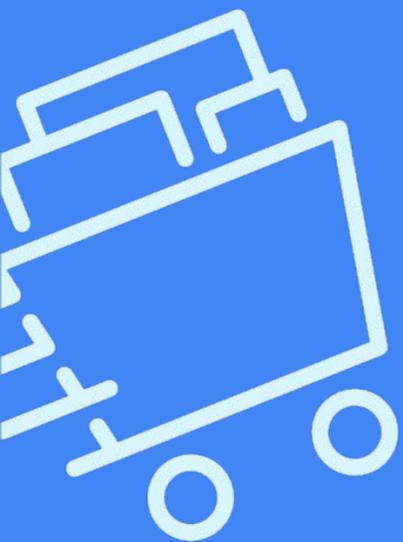
Em 2022, 80,9% dos respondentes da pesquisa compraram o presente em lojas nacionais, o que mostra o grande impacto comercial que a data proporciona.

As lojas internacionais foram as escolhidas por 19,1% dos consumidores entrevistados. Uma porcentagem pequena se comparada a preferência pelas lojas brasileiras, porém significativa.

É importante que os varejistas entendam o aumento de concorrência que as grandes lojas fora do Brasil acabam gerando. Para isso, é fundamental ter uma sólida estratégia de marketing, que ajude na promoção e consolidação da marca no mercado.



O dia das mães em 2023



Você pretende comprar presente no Dia das Mães de 2023?

Pretendo comprar



86,0%

Já comprei



8,0%

Não pretendo comprar



6,0%

Em 2023, 94% dos consumidores pretendem comprar ou já compraram presentes para o Dia das Mães

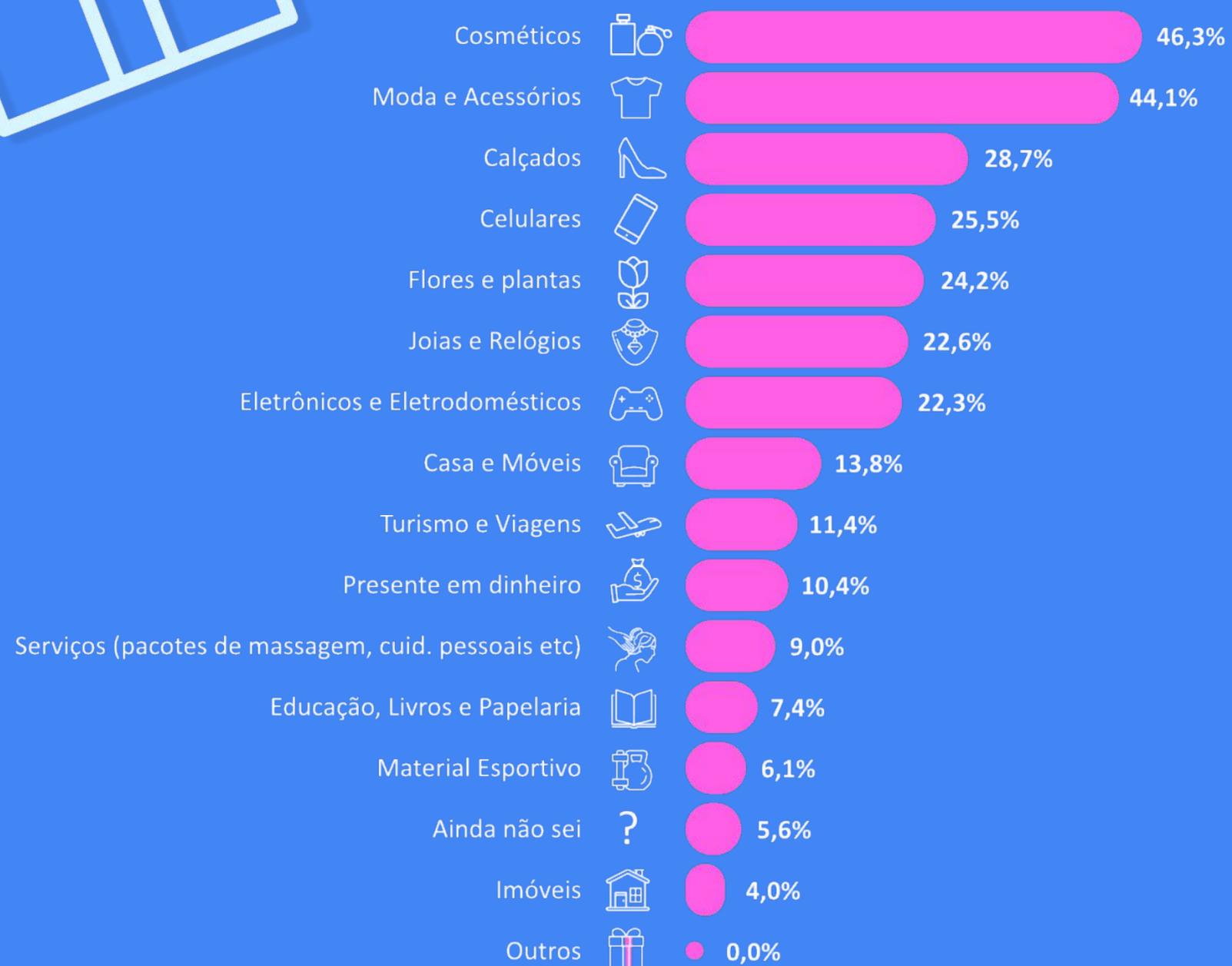
94% dos respondentes pretendem ou já compraram presentes para o Dia das Mães. Apenas 6% não pretendem comprar nada relacionado a data este ano.

Seguindo a tendência de 2022, a expectativa para o varejo é que as vendas aumentem, não só pela importância da sazonalidade, mas também porque está se criando o costume de presentear além das mães, como apresentaremos mais adiante.

Com uma visão estratégica e atenta às tendências do mercado, é possível aproveitar ao máximo as oportunidades oferecidas pelo Dia das Mães e outras datas comemorativas para impulsionar as vendas e fortalecer a presença no comércio eletrônico.



No Dia das Mães de 2023, qual categoria de produto você comprou ou pretende comprar?



Com 46,3%, a categoria de cosméticos é a escolha primária dos respondentes

O nicho de cosméticos é o favorito como presente para a data. Com 46,3% dos votos, a categoria é a tendência para a sazonalidade de Dia das Mães em 2023. Logo em seguida, moda e acessórios com 44,1% e calçados com 28,7%.

Jóias e relógios representam uma porcentagem significativa, com 22,6% de preferência de compra para a data. Apesar de não ser a escolha primária, essa categoria teve uma alta de 15,3% em comparação com 2022, indicando uma maior preferência por este nicho.

Seguindo a tendência do ano anterior, 4% dos brasileiros conectados à internet apontam que pretendem presentear as mães com imóveis. Ressaltamos, entretanto, que este percentual de respondentes está dentro da margem de erro da pesquisa (5%).



Neste Dia das Mães, por onde você pretende comprar?

Nacionais



90,2%

Internacionais



9,8%

Em 2023, cresce interesse em comprar em sites nacionais em vez de internacionais

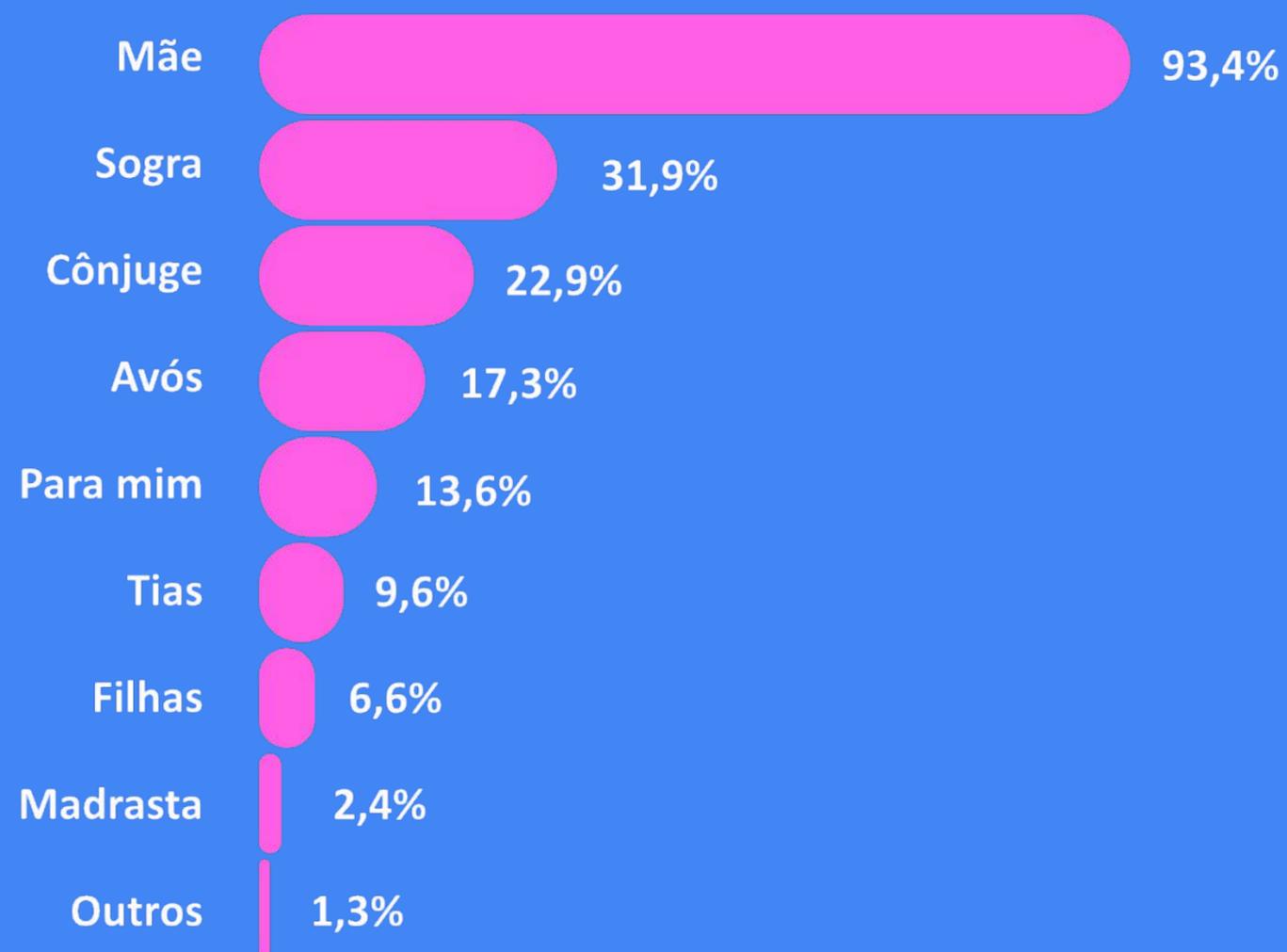
90,2% dos respondentes da pesquisa preferem comprar os presentes em lojas nacionais e apenas 9,8% estão interessados em fazer a compra em lojas internacionais.

Em comparação com 2022, onde a mesma pergunta foi feita, percebe-se um aumento de 11,5% de pretensão de compra em lojas brasileiras.

O comércio nacional é destaque para a sazonalidade do Dia das Mães. O consumidor se sente mais à vontade fazendo compras para a mãe em lojas brasileiras, mas não se pode ignorar a concorrência no exterior.



Neste Dia das Mães, para quem você pretende comprar presente?



Perfil de compras para o Dia das Mães: o desejo de presentear além da mãe

O interesse primário, como esperado, é presentear a mãe, com 93,4% de menções, porém é possível notar que há o desejo de presentear outras figuras femininas na família, sendo a sogra a segunda escolha, com 31,9% dos votos.

Em terceiro lugar fica a cônjuge, com 22,9%, seguido pelas avós, representando 17,3% das citações. Há também um interesse em presentear a si mesma como mãe, onde 13,6% das entrevistadas expressaram essa vontade.

Diferentes perfis farão compras neste Dia das Mães. Estamos em tempos onde o consumidor deseja homenagear além da mãe, mas também outros familiares importantes. Por isso, é essencial estar preparado para atender esta demanda.



Neste Dia das Mães, você tem medo de fraudes?

Sim

69,9%

Não

30,1%

70% das pessoas têm medo de golpes e fraudes neste Dia das Mães

Os dados mostram que o consumidor ainda possui receio de fraudes na hora da compra. 69,9% dos respondentes têm medo de serem enganados ao comprar o presente de Dia das Mães, enquanto 30,1% dizem estar tranquilos quanto a isso.

No ano passado, a Conversion realizou uma pesquisa referente à Black Friday, onde a mesma pergunta foi abordada e as respostas foram parecidas: 75,13% dos consumidores temiam fraudes na ocasião.

Com isso, mesmo que ambas as datas movimentem muito o comércio, ainda há muitos receio de golpes vindos de empresas mal-intencionadas, o que acaba prejudicando os varejistas íntegros.

E-commerces devem manter seus certificados de segurança sempre atualizados, contar com um design amigável e presença online forte. Esses pontos ajudam a transparecer segurança para o cliente e evitam o abandono da compra.



Neste Dia das Mães, por onde
você pretende comprar?

Sites/Lojas virtuais
e aplicativos



52,1%

Lojas físicas



47,3%

Telefone



0,5%

52,1% dos consumidores pretendem fazer compras online neste Dia das Mães

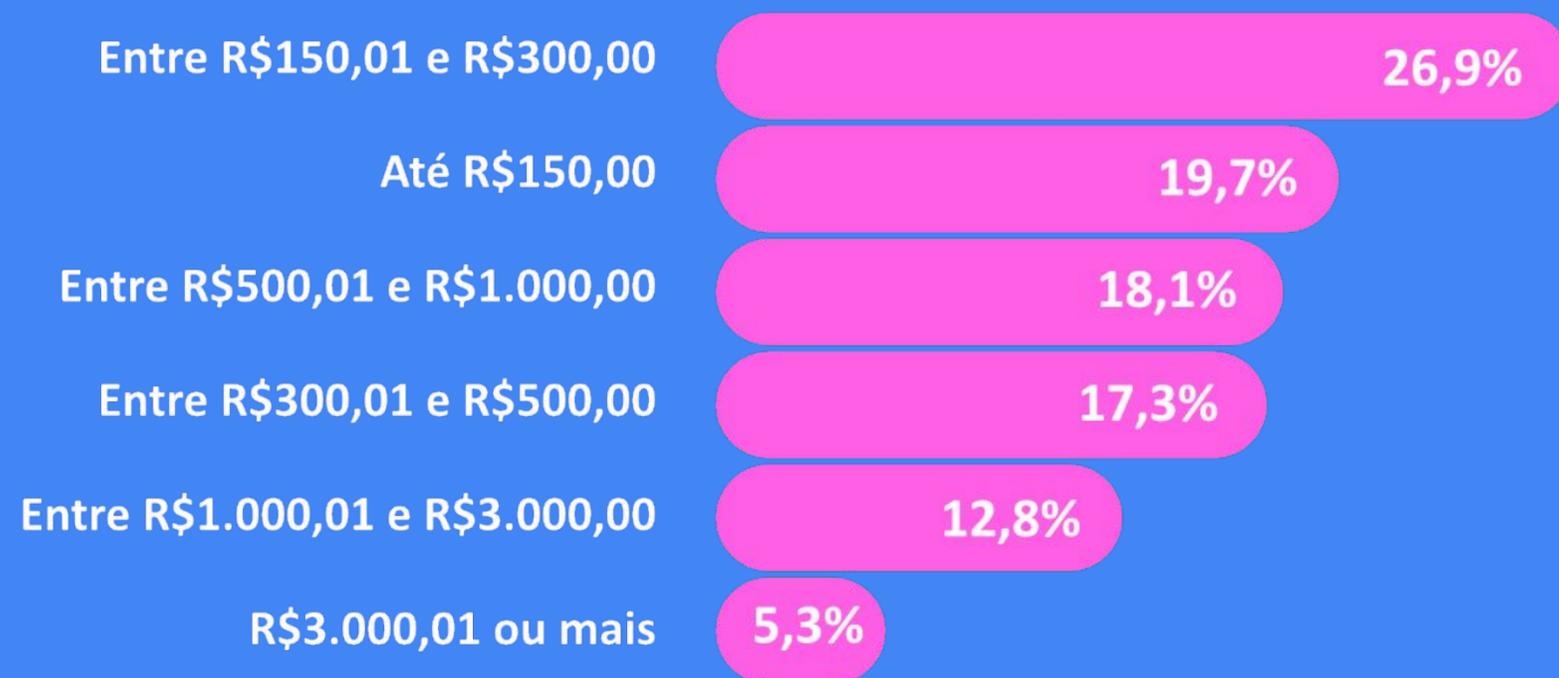
Mesmo com as lojas físicas representando uma fatia significativa da pretensão de compra, o e-commerce ganha destaque. 52,1% dos consumidores pretendem fazer compras online neste Dia das Mães, o que indica a força deste mercado no comércio brasileiro.

Além da comodidade oferecida pelas compras online, muitas pessoas vivem em regiões diferentes da família, assim, acabam fazendo compras via internet e direcionam o presente até o endereço da pessoa presenteada.

Por isso, é importante que o site esteja bem posicionado nos mecanismos de busca, com palavras-chave relacionadas com a data em questão. É interessante, também, a personalização da interface do usuário, fazendo com que o consumidor associe a marca com o Dia das Mães.



Neste Dia das Mães, aproximadamente quanto você pretende gastar ou gastou em sua compra?



26,9% dos consumidores estão dispostos a gastar até R\$ 300,00 neste Dia das Mães

A maioria dos respondentes pretende gastar ou gastaram entre R\$ 150,01 e R\$ 300,00 com presentes neste Dia das Mães, de acordo com 26,9% dos entrevistados da pesquisa. 19,7% pretendem gastar até R\$ 150,00.

18,1% estão dispostos a desembolsar um valor maior, ficando entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00 em compras referentes ao Dia das Mães.

Um dado interessante é que 12,8% pretendem comprar presentes que custam entre R\$ 1.000,01 e R\$ 3.000,00. Isso corresponde ao apanhado anterior, onde havia interesse em itens mais caros, como celulares, joias e relógios.

5,3% afirmaram que o presente para a ocasião custará mais do que R\$ 3.000,00. Indo além desse valor, podem se enquadrar, por exemplo, os que desejam presentear com pacotes de turismo e viagens as pessoas que serão homenageadas neste Dia das Mães.



Neste Dia das Mães, qual para você é o prazo de entrega aceitável?



60,6% dos consumidores prezam em receber suas compras em até 3 dias

O mercado de e-commerce está cada vez mais competitivo e desafiador, estas empresas não podem ficar paradas, devem buscar inovação e qualidade na experiência do usuário.

60,6% dos consumidores prezam em receber suas compras em até 3 dias, dado que mostra a importância da qualidade dos fretes na atualidade. E-commerces de diversos tamanhos e setores investem em tecnologia, gestão de logística e aquisição de novos veículos de transporte de mercadorias.

O mercado obriga e-commerces a priorizar a eficiência para não ficar para trás. O prazo de 1 semana foi o mais aceito pelos respondentes, representando 35,4% do total de respostas.

Com a jornada do cliente bem otimizada, é importante não frustrar seu consumidor na reta final, um prazo curto de frete pode fazer com que seu e-commerce seja lembrado pela agilidade no recebimento do produto.



Para fazer compras neste Dia das Mães, o que você pretende levar em conta na hora de decidir onde comprar?



Preço do produto influencia 7 a cada 10 pessoas na hora de decidir onde comprar

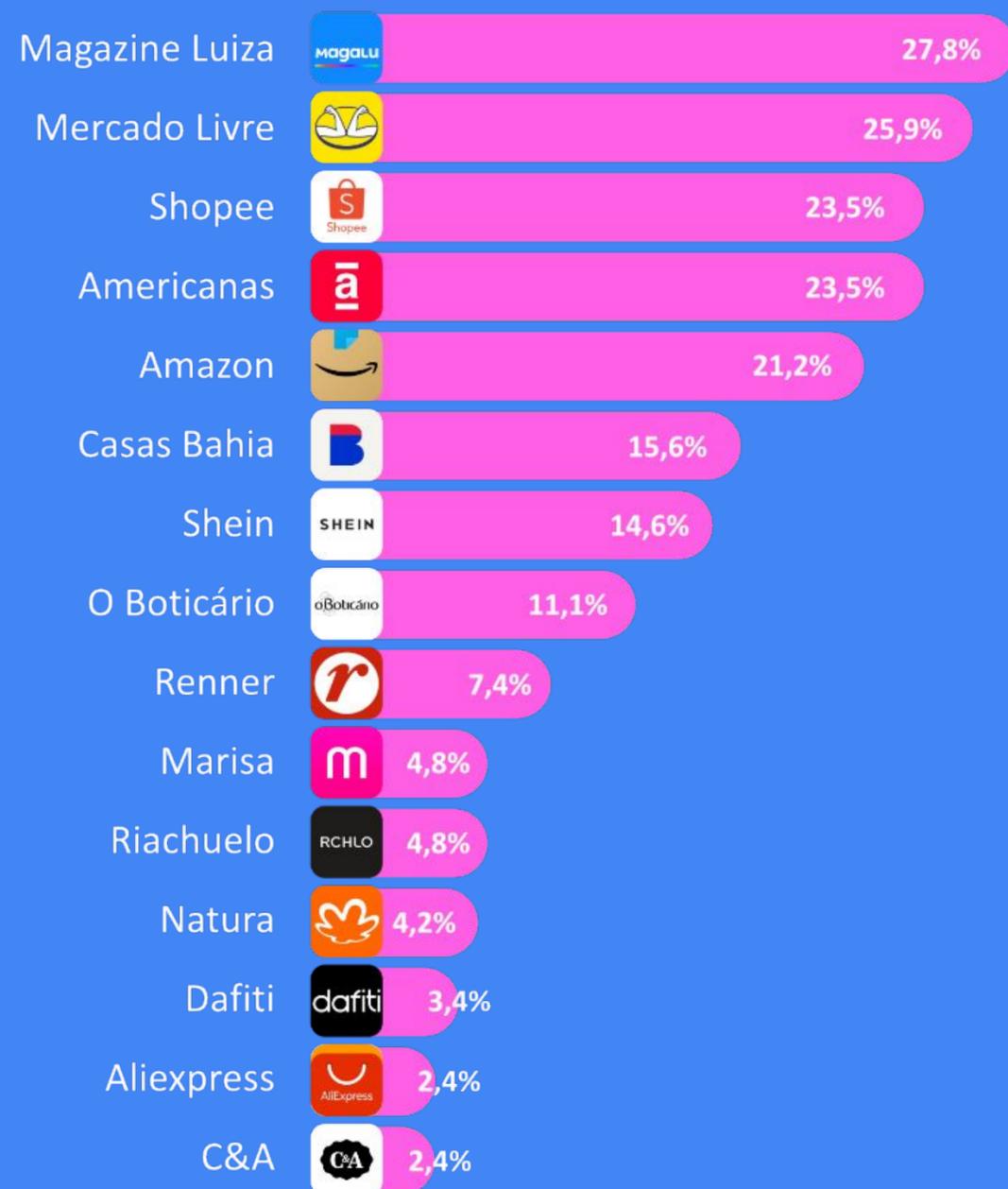
O que os consumidores irão considerar na hora de realizar suas compras para o Dia das Mães será o preço do produto, compondo 70,5% dos respondentes, seguido pela “fama” da loja, com 49,5%.

As opções de trazer bom conteúdo e ter avaliações de produtos foram a terceira e quarta opção mais escolhidas, ambas com 34,8%. Estes dados podem guiar os e-commerces a como reter seus clientes.

Transmitir confiança para o consumidor é essencial para a finalização da compra. Investir em um bom conteúdo e incentivar os clientes a deixar avaliações podem ser a chave para fidelização e, conseqüentemente, o aumento de vendas.



Neste Dia das Mães, em quais e-commerces você faria sua compra? (Responda até 3, separando-os por vírgula)

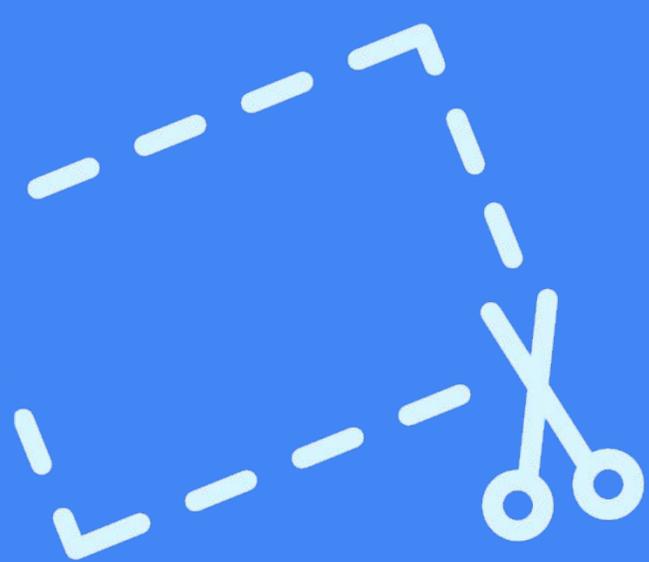


Marketplaces serão os preferidos neste Dia das Mães

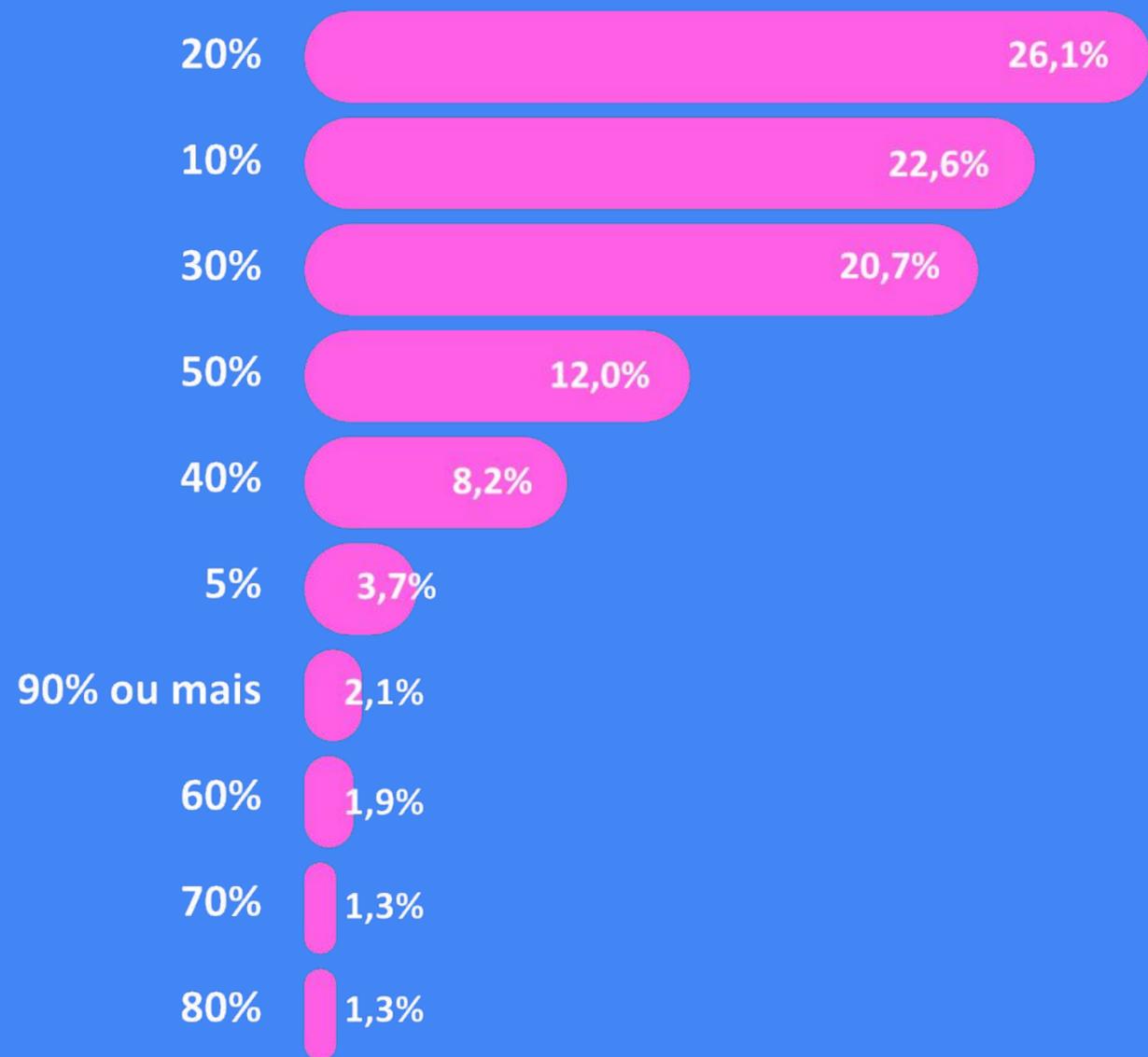
Os maiores marketplaces do Brasil ficam à frente das demais marcas, contando com Magazine Luiza, Mercado Livre, Shopee, Americanas e Amazon no top 5, **conforme a preferência dos respondentes**. As empresas representam grande parte do total que foi mencionado pelos respondentes da pesquisa, podendo indicar a tendência dos consumidores procurarem presentes nessas plataformas.

Das marcas mencionadas, 53,3% são de origem brasileira, indicando o reconhecimento e a confiança dos consumidores com as marcas nacionais. Estes dados, porém, não podem ser um incentivo a se acomodar, empresas estrangeiras aparecem também em peso, conquistando cada vez mais espaço.

Empresas internacionais, como Shopee, Amazon e Shein aparecem com números significativos entre os dados. A força que essas empresas têm dentro e fora do Brasil não é de se ignorar. Muitas vezes, é possível que um produto chinês chegue ao consumidor final em um prazo menor em comparação com uma compra feita em uma loja brasileira.



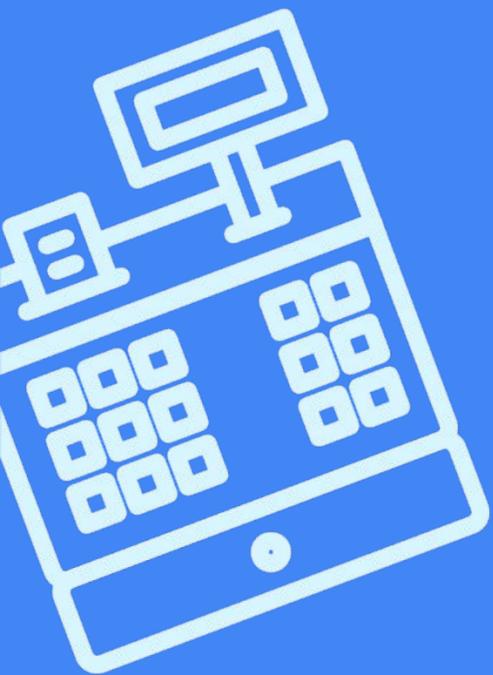
Neste Dia das Mães, qual o desconto mínimo que chamará a sua atenção?



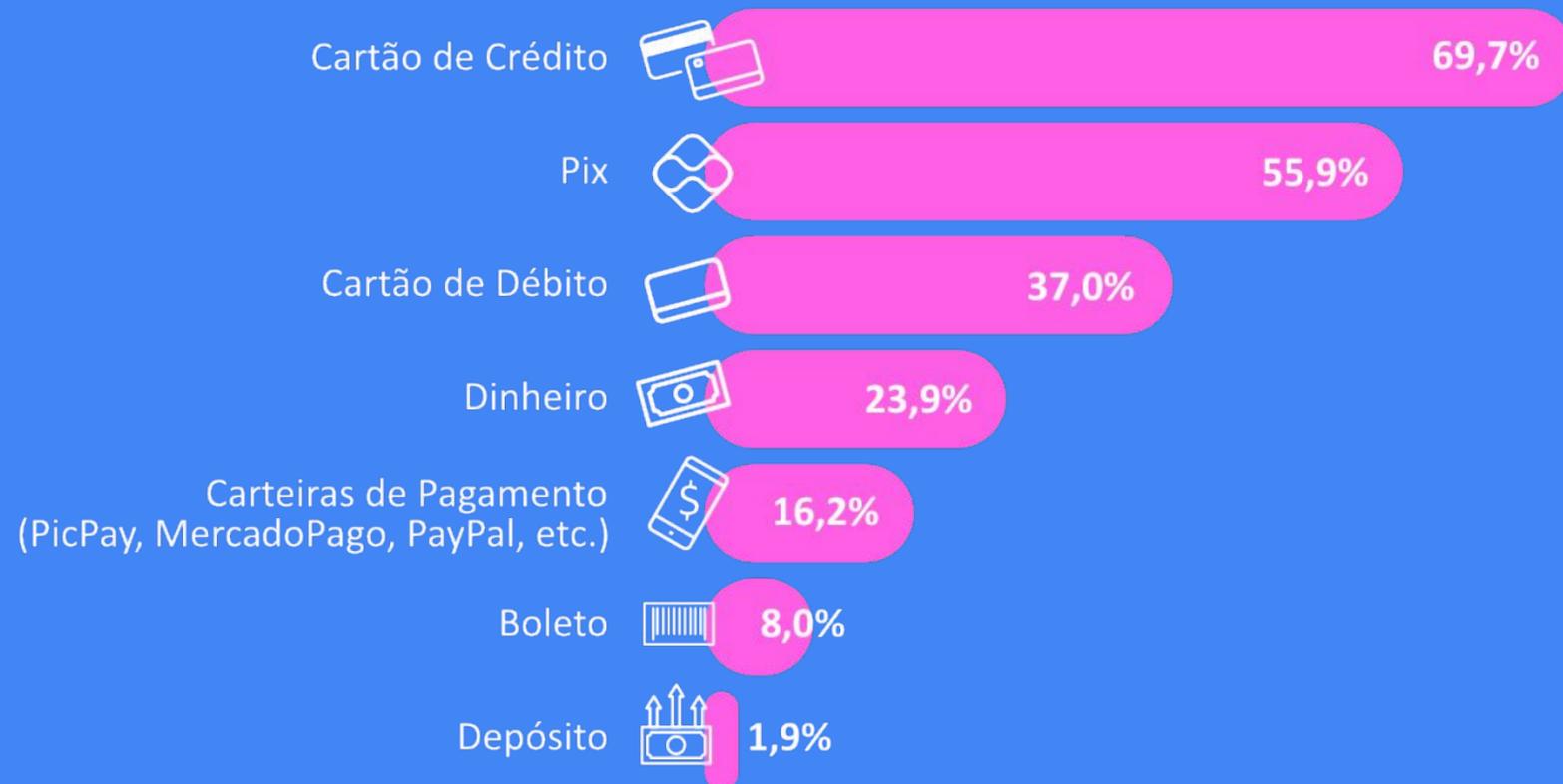
A maioria dos consumidores está mais propenso a prestar atenção em ofertas e descontos que variam entre 10% e 30%

Considerando que 70,5% dos consumidores levam em conta o preço na hora de decidir onde comprar, é importante ter descontos na faixa de 10% e 30% para não perder a atenção dos consumidores.

A opção mais votada para o desconto mínimo foi de 20%, um valor que é possível atingir se o e-commerce se planejar. Em datas sazonais as pessoas esperam ter descontos em suas compras, caso não haja, pode desestimular o consumidor a visitar o e-commerce.



Qual(is) meio(s) de pagamento você usou ou pretende usar neste Dia das Mães?



Cartão de crédito será a forma de pagamento preferida dos consumidores

Conforme a pesquisa feita, é provável que neste Dia das Mães os consumidores prefiram pagar suas compras usando cartões de crédito, representando 69,7% das respostas. O Pix, sistema de pagamento automático lançado em 2020, também tem uma alta representatividade nas respostas, contando com 55,9% de menções.

Ter variedade nas formas de pagamento pode ser primordial na hora de reter um cliente, foi-se o tempo em que o boleto era o meio mais eficiente. Os carrinhos abandonados podem ser solucionados, em parte, simplesmente por adicionar outras formas de pagamento.

Quando comparamos com a pesquisa Black Friday 2022, feita pela Conversion, podemos notar que a tendência continua, sem nenhuma alteração na ordem das preferências por meios de pagamentos.



Neste Dia das Mães, onde você pretende descobrir as melhores ofertas?



Na hora de buscar ofertas, 60% dos consumidores pretendem ir ao site de suas marcas favoritas e 47% vão recorrer ao Google

Neste Dia das Mães, 59,6% dos respondentes pretendem acessar o site de suas marcas favoritas para descobrir as melhores ofertas. Neste quesito, é importante haver um forte branding para ser lembrado pelos consumidores.

Em segundo lugar, os marketplaces ganham espaço novamente, com 50,5% dos respondentes citando este meio para achar ofertas. Sites deste tipo contam com a vantagem de comercializar produtos de diversas marcas, conseguindo concentrar acessos.

Com 47,3% do total de respostas, a opção “pesquisando no Google” ganha destaque, o que mostra a importância dos sites estarem bem posicionados e otimizados para ficar no topo da lista. **A empresa não pode perder a oportunidade de estar nas buscas de quase metade dos consumidores.**



Você pretende comprar com quantos dias de antecedência o(s) presente(s)?

Cerca de 1 semana



75,0%

Cerca de 2 semanas



22,1%

Vou deixar para comprar de última hora



2,9%

Esteja preparado: 75% dos consumidores comprarão o presente de Dia das Mães com uma semana de antecedência

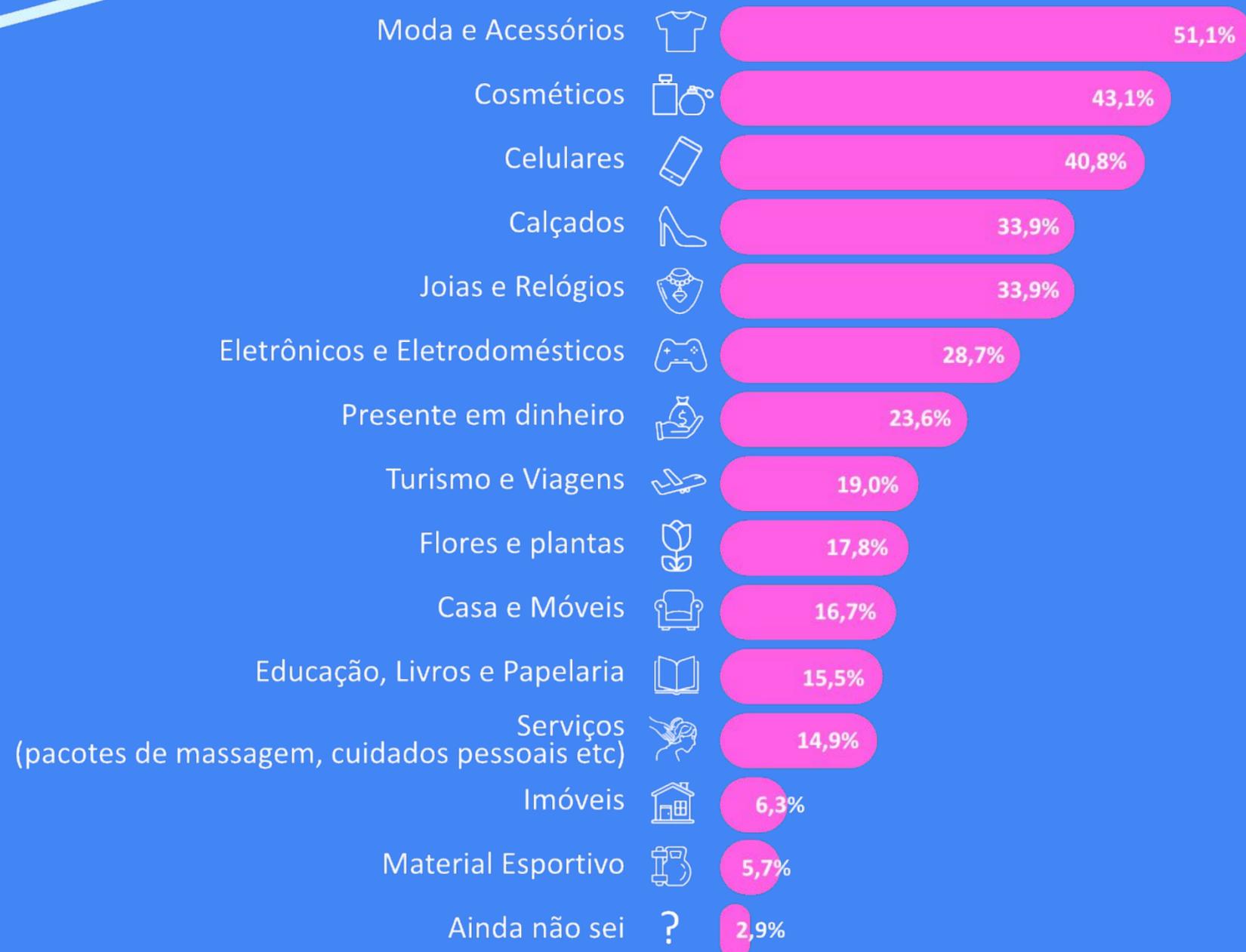
75% dos consumidores comprarão presentes de Dia das Mães com uma semana de antecedência, os e-commerces devem se preparar para essas visitas.

As campanhas de marketing têm um papel fundamental nesses momentos, é importante chamar a atenção e reter o público. A construção de marca através do marketing orgânico pode ser uma saída a longo prazo para outras comemorações sazonais. Estar na mente do consumidor pode ser um fator determinante para o sucesso da marca nessas épocas.

A opção de deixar para comprar de última hora foi a menos escolhida entre os respondentes, com apenas 2,9%. Apesar do número pequeno, é necessário que o comércio eletrônico esteja preparado para quaisquer cenários.



O que você gostaria de ganhar neste dia das mães?

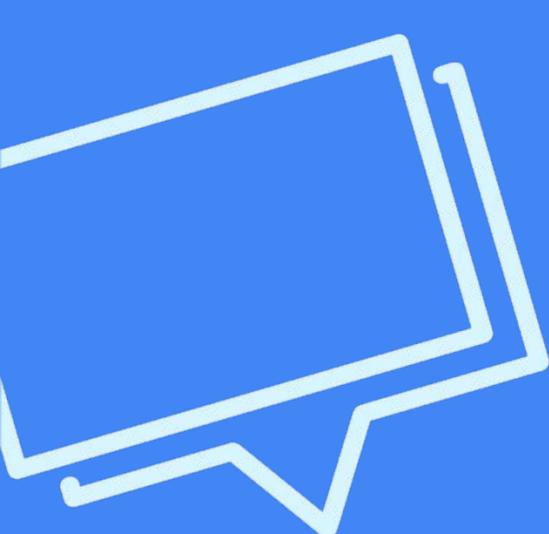


Moda e acessórios é a categoria de presentes que as mães mais querem receber no Dia das Mães

Foi questionado para as mães o que gostariam de receber nesta data. As 4 primeiras escolhas mais populares das mães se assemelham às 4 primeiras intenções de presente mais mencionadas nas respostas da pesquisa, somente mudando a ordem.

Esse interesse mútuo entre os produtos pode ser uma ótima oportunidade para os e-commerces se posicionarem nos mecanismos de buscas, utilizando palavras-chave relacionadas a estes setores.

Setores como o de moda e acessórios, cosméticos, celulares e calçados podem esperar por uma forte tendência de vendas. É melhor não deixar para a última hora: é importante otimizar o site e preparar promoções cativantes!



O(s) tipo(s) de propaganda(s) que mais te representam no Dia das Mães são as que:

Destacam a importância do amor e da conexão entre mãe e filho(a)



81,6%

Enfatizam a importância do cuidado com a saúde física e mental das mães



44,3%

Mostram mães de diferentes etnias e culturas



41,4%

Retratam famílias além do tradicional



35,1%

Retratam mães além da maternidade



34,5%

Destacam a importância das redes de apoio para as mães



32,8%

Mostram os medos e desafios da maternidade



32,8%

O que as mães esperam das propagandas no Dia das Mães: amor, conexão e representatividade

Quando questionado para as mães como mais se sentem representadas em propagandas, 81,6% delas escolheram a opção “Destacam a importância do amor e da conexão entre mãe e filho(a)”.

A ênfase da importância com a saúde física e mental das mães e a diversidade de etnias e culturas também foram aspectos que as mães apontaram como boas representações nas propagandas.

As outras quatro opções disponíveis: retratam famílias além do tradicional, retratam mães além da maternidade, destacam a importância das redes de apoio para as mães e mostram os medos e desafios da maternidade, tiveram votos acima de 30%.

Nesta época, o lado emocional tende a falar mais alto na hora de homenagear as mães, atentar-se a isso e sempre prezar por atender às necessidades do consumidor pode ser um diferencial.

O que podemos tirar de tudo isso?

Com base nos dados coletados dos participantes da pesquisa, é possível identificar as melhores maneiras de se preparar para o aumento da intenção de compras, como já mencionado anteriormente. Como indicado pelos resultados da pesquisa, as vendas online devem superar o comércio físico durante o Dia das Mães, abrindo margem para que os e-commerces desenvolvam estratégias mais eficazes para atrair e fidelizar seus clientes.

É fundamental que as plataformas de e-commerce ofereçam uma experiência de compra de qualidade, com site ou aplicativo intuitivo, navegável e seguro, formas de pagamento variadas e políticas de entrega claras e eficientes.

Por fim, é importante lembrar que, em um cenário de constante evolução tecnológica e mudanças no comportamento do consumidor, é fundamental que os e-commerces estejam sempre atualizados e dispostos a inovar, buscando novas soluções para atender às demandas dos clientes e se destacar em um mercado cada vez mais competitivo.

Obrigado

