

O PERFIL DO CONSUMIDOR BRASILEIRO

Mais da metade da população nacional entende que é importante ou essencial ter itens conectados a seu celular, como:



A tendência do Omni-channel o consumidor busca experiência na loja física (tocar, testar, interagir e ver outros produtos).

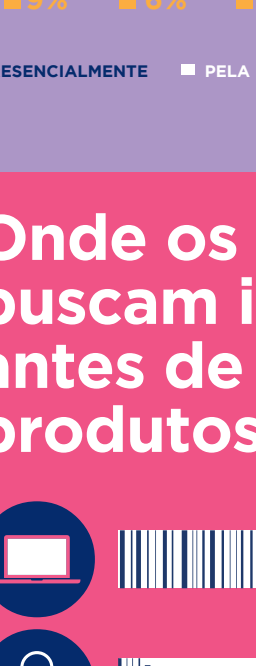


Já no ambiente on-line, busca praticidade e comodidade, compara preço e evita aborrecimentos, como trânsito, filas, lidar com vendedores etc.

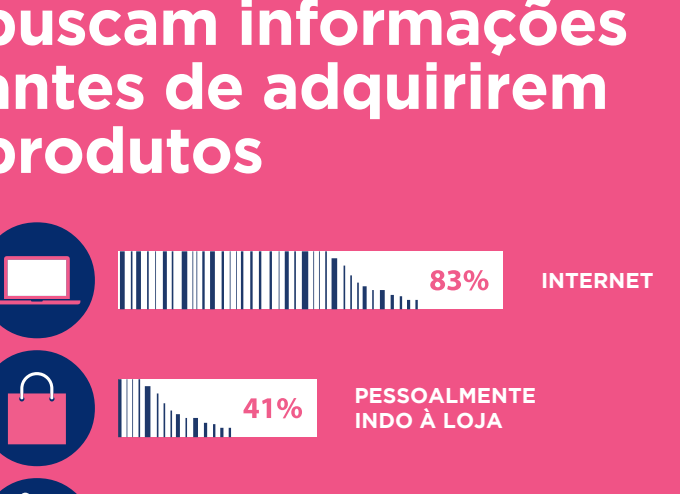


■ PRESENCIALMENTE ■ PELA INTERNET ■ PRESENCIALMENTE E PELA INTERNET

Comportamento vs. Valor agregado de compra



Existe uma certa relação entre o tipo de produto e a maneira como o consumidor decide adquiri-lo, como é mostrado abaixo.

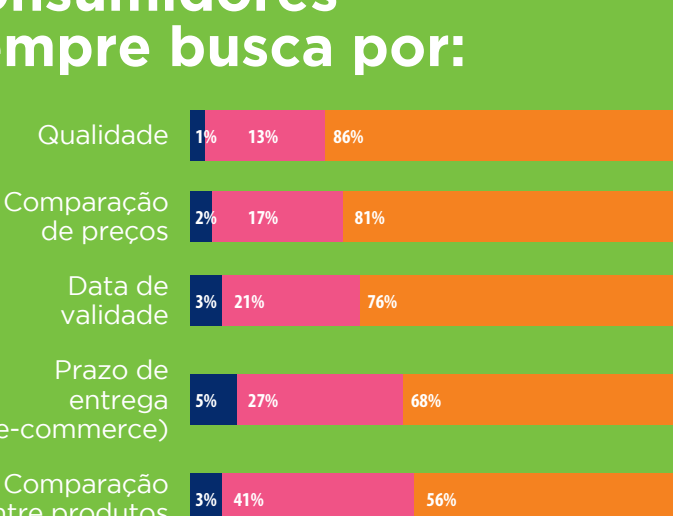


■ PRESENCIALMENTE ■ PELA INTERNET ■ PRESENCIALMENTE E PELA INTERNET

Onde os consumidores buscam informações antes de adquirirem produtos



A maioria dos consumidores sempre busca por:



■ NUNCA ■ AS VEZES ■ SEMPRE

Falsificação de produtos

Na percepção dos consumidores, muitos produtos sofrem com a falsificação no Brasil.



Mesmo assim, 44% dos entrevistados entendem que o código de barras pode ajudar no combate à falsificação.



Como o consumidor pensa em utilizar o código de barras no futuro



Na percepção do consumidor, qual o principal fator que irá influenciar sua forma de compra em 2030



10%: outros ou não sabem.