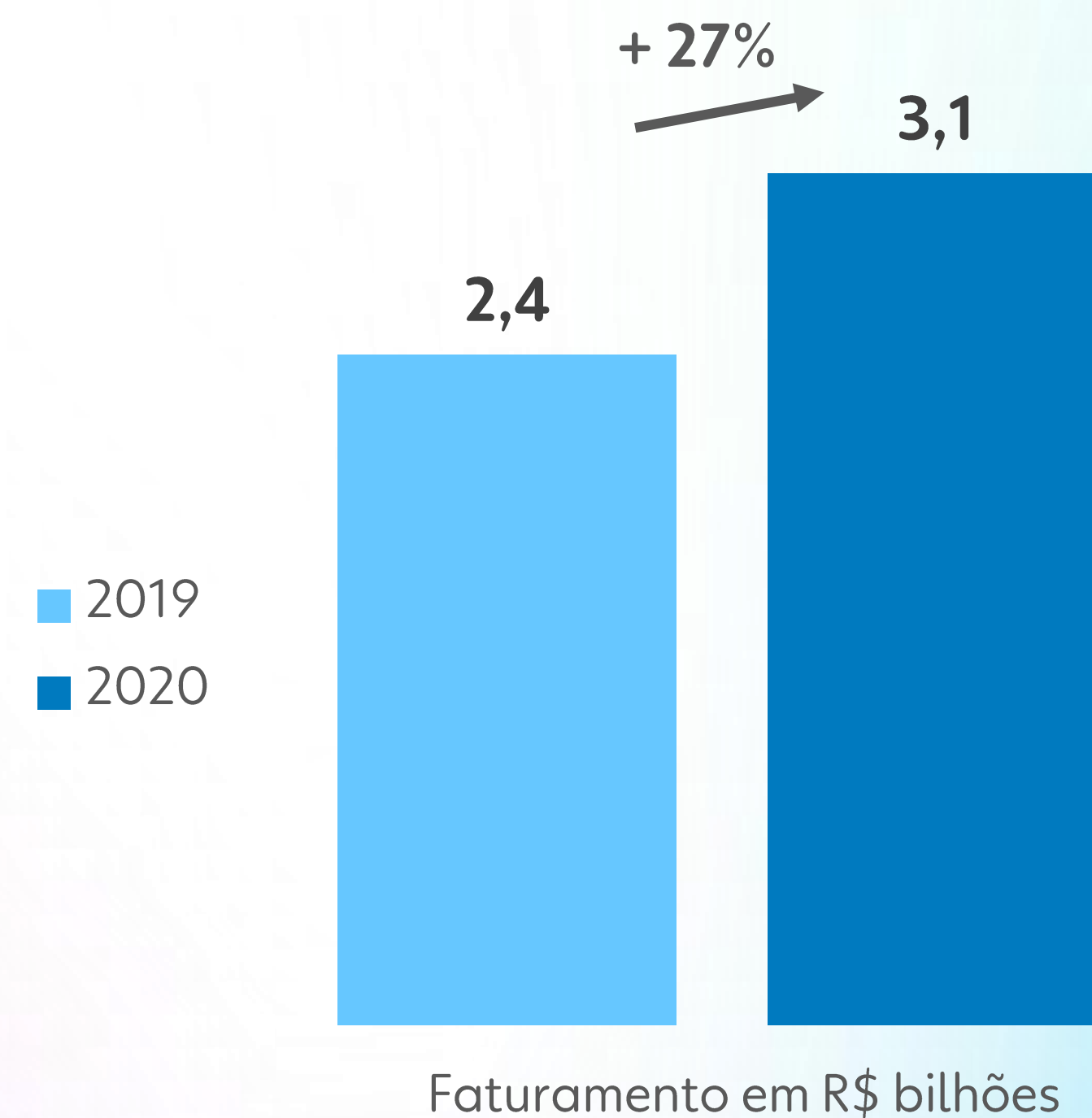


Dia das
Crianças
2021

Vendas no Dia das Crianças em 2020 no e-commerce

Foram mais de 6 milhões de pedidos
Com um ticket médio de R\$ 472



Estimativas já apontavam que 62% dos consumidores pretendiam comemorar a data

40% dos entrevistados pretendiam comprar um presente

| 48% para os sobrinhos

| 42% para os filhos

| 7% para si mesmo

Pretensão de compra por categorias em 2020

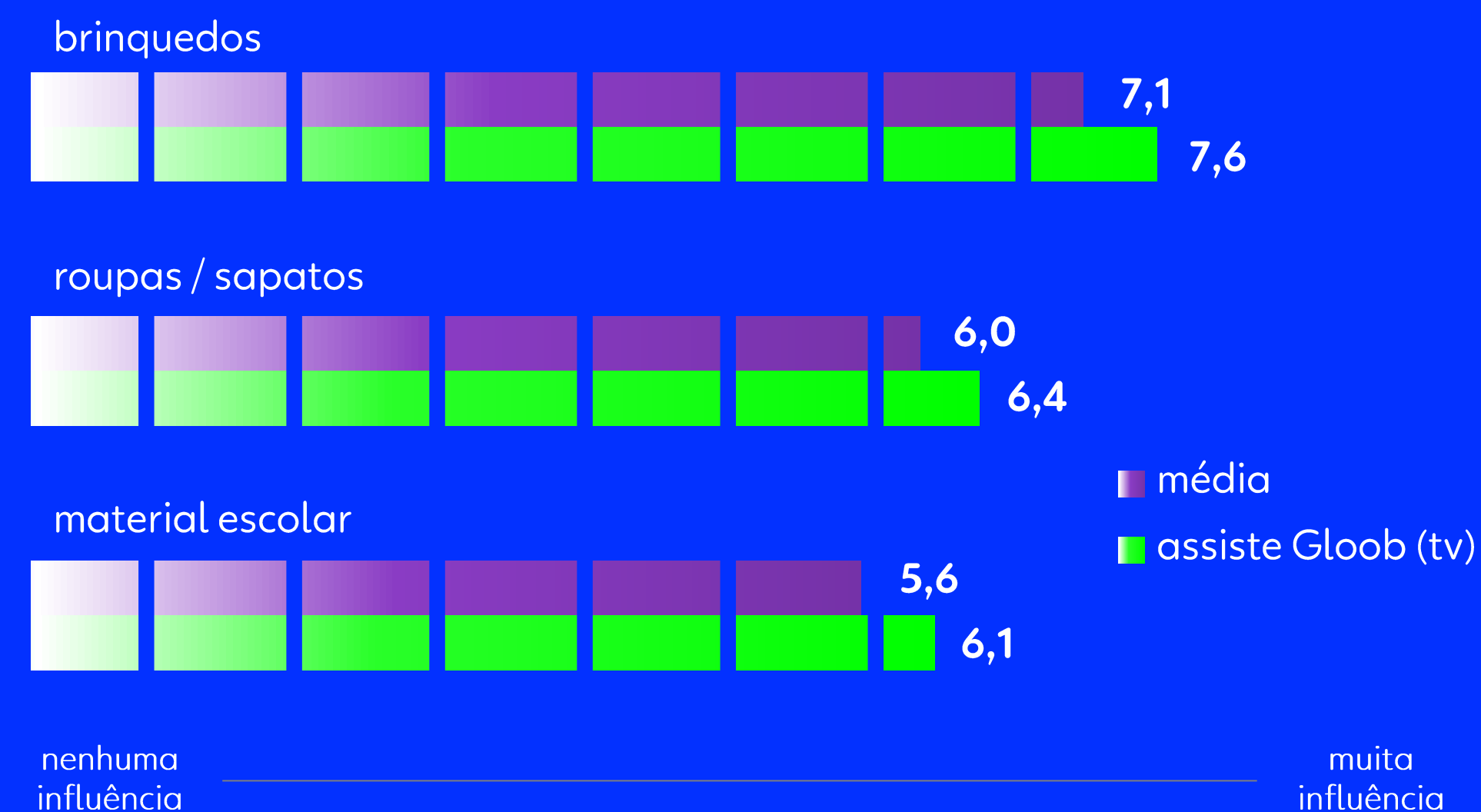
Brinquedos é a categoria que mais deve movimentar o comércio na data



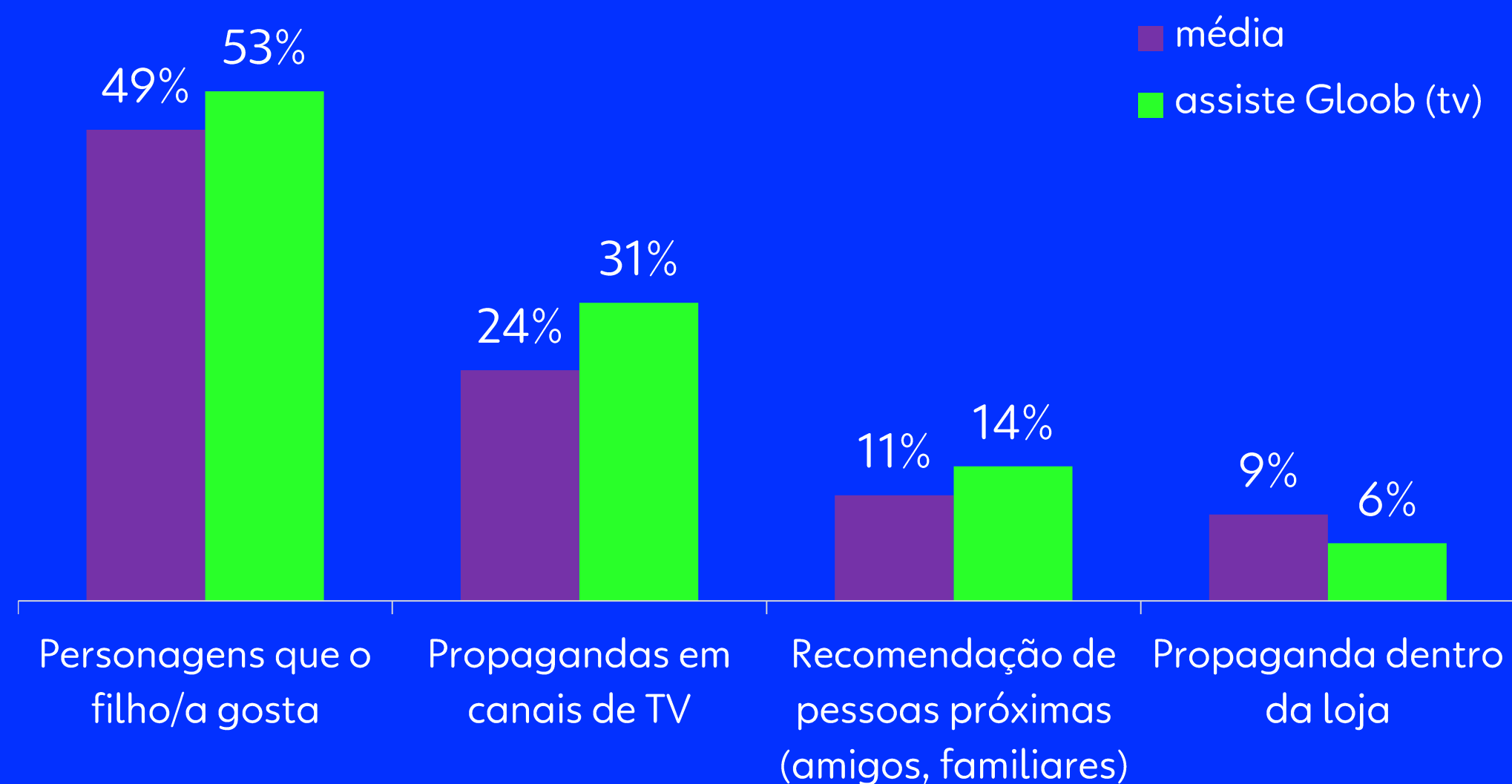
Influência das crianças na decisão de compra

Em pesquisa realizada pelo canal Gloob, foi identificado o nível de influência das crianças na compra de produtos para elas

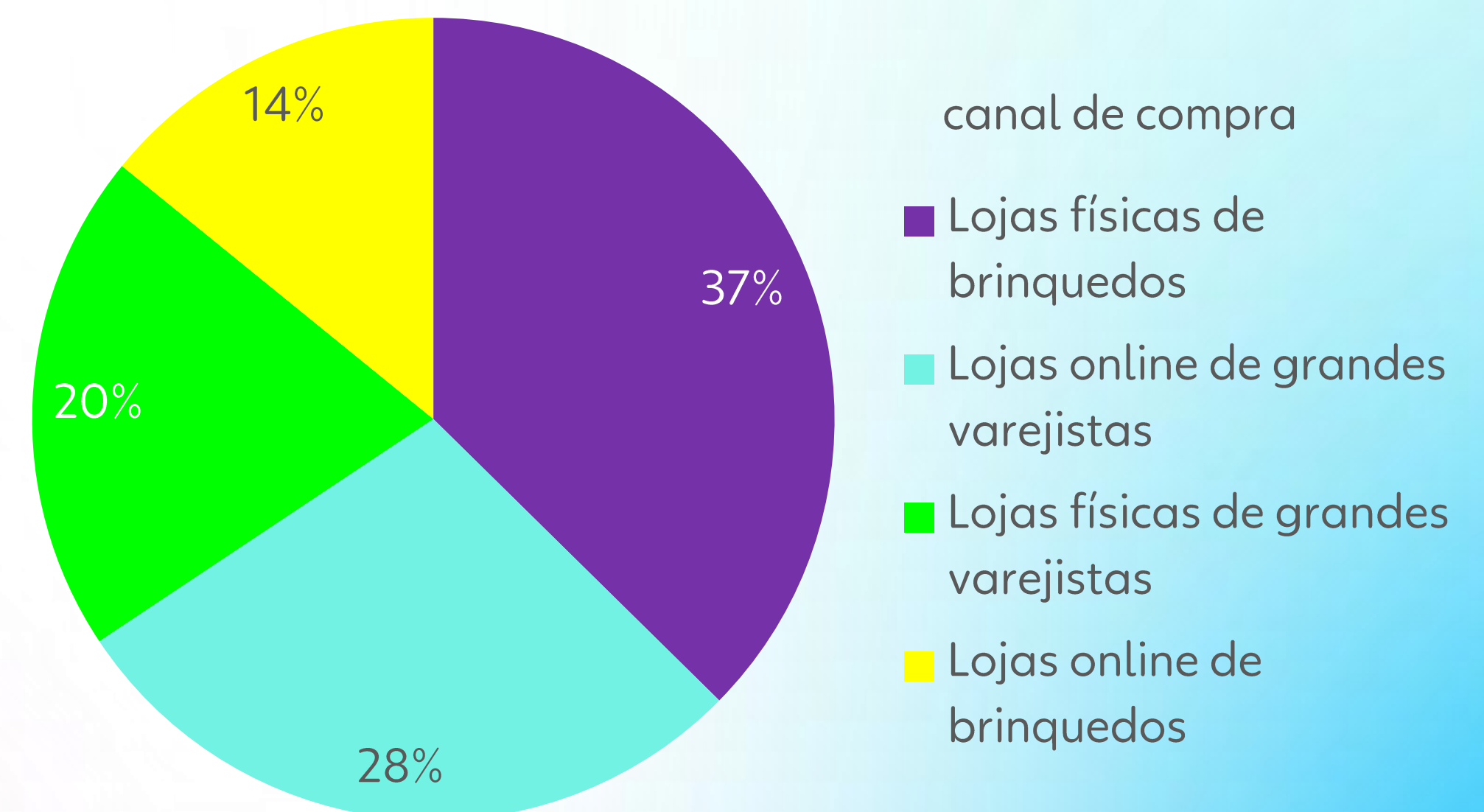
NÍVEL DE INFLUÊNCIA – ESCALA 0 a 10
(0 nenhuma influência, 10 muita influência)



Maiores influenciadores na escolha das crianças pelo brinquedo que desejam ganhar

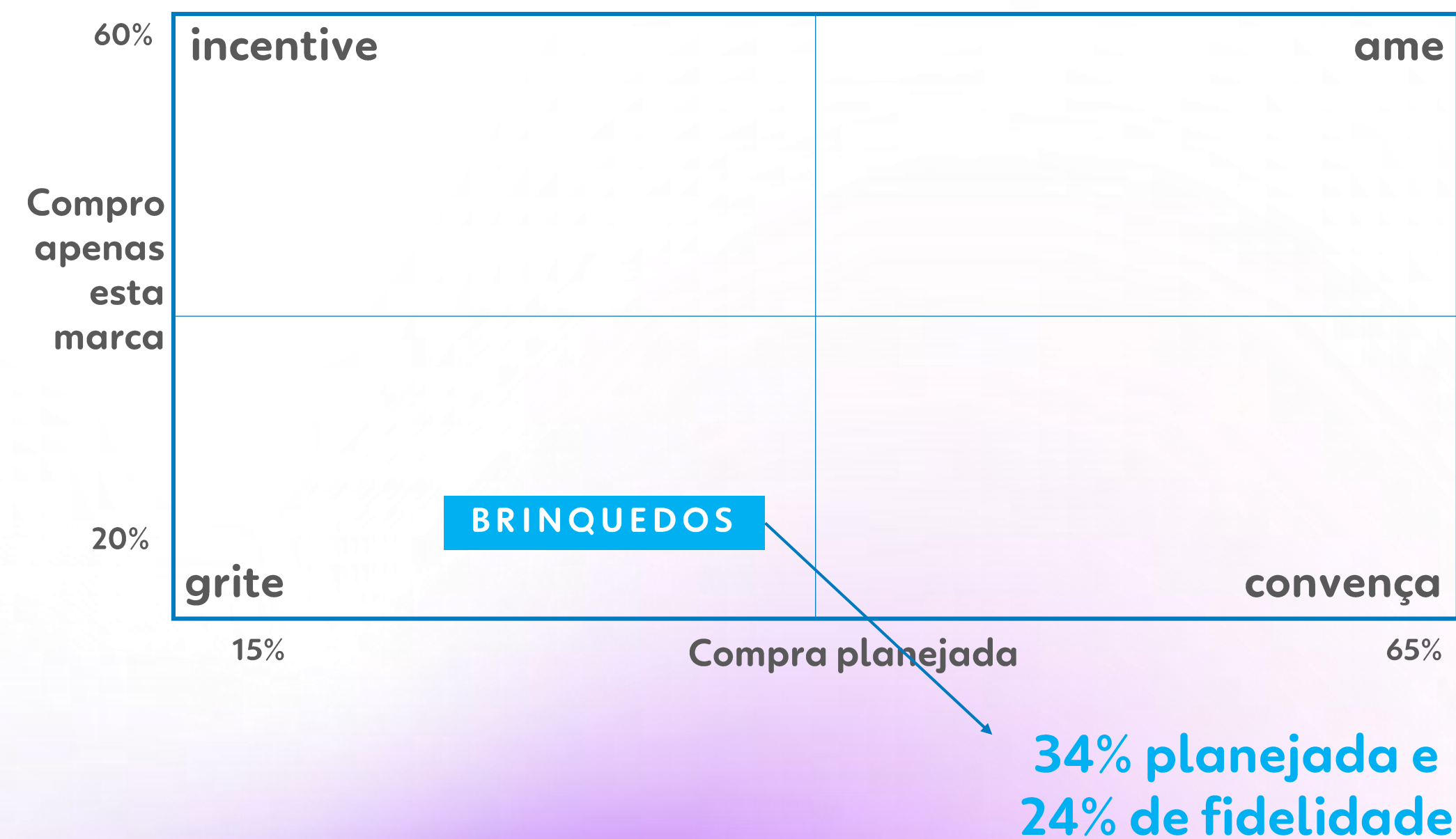


Onde os pais preferem comprar brinquedos lojas físicas ou online



Jornada de compra de Brinquedos

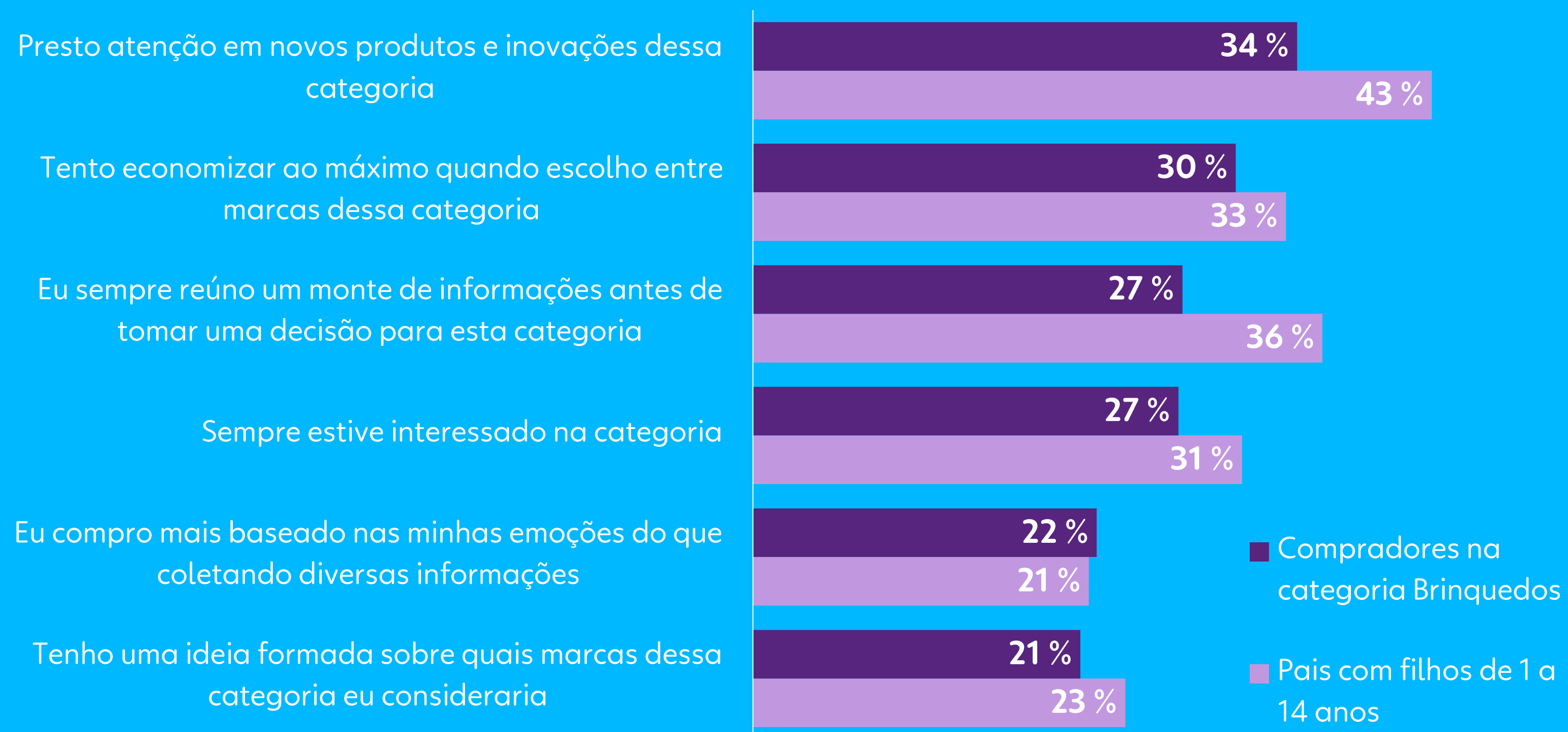
Engajamento de compra Brinquedos



“Grite” refere-se a uma compra pouco planejada e com baixo grau de fidelidade

Categoria guiada pelo impulso, por isso, é preciso aparecer mais para que a marca seja notada

Experiência na categoria fatores importantes para a tomada de decisão



inovações
economia
informações
grande interesse
emoções

estes atributos são ainda mais
relevantes para quem tem filhos

Gatilhos e barreiras de compra

Gatilhos de compra

- ✓ **Promoção / oferta:** 35% (pais: 37%)
- ✓ **Presente:** 32% (pais: 24%)
- ✓ **Anúncios:** 18% (pais: 23%)

Barreiras de compra

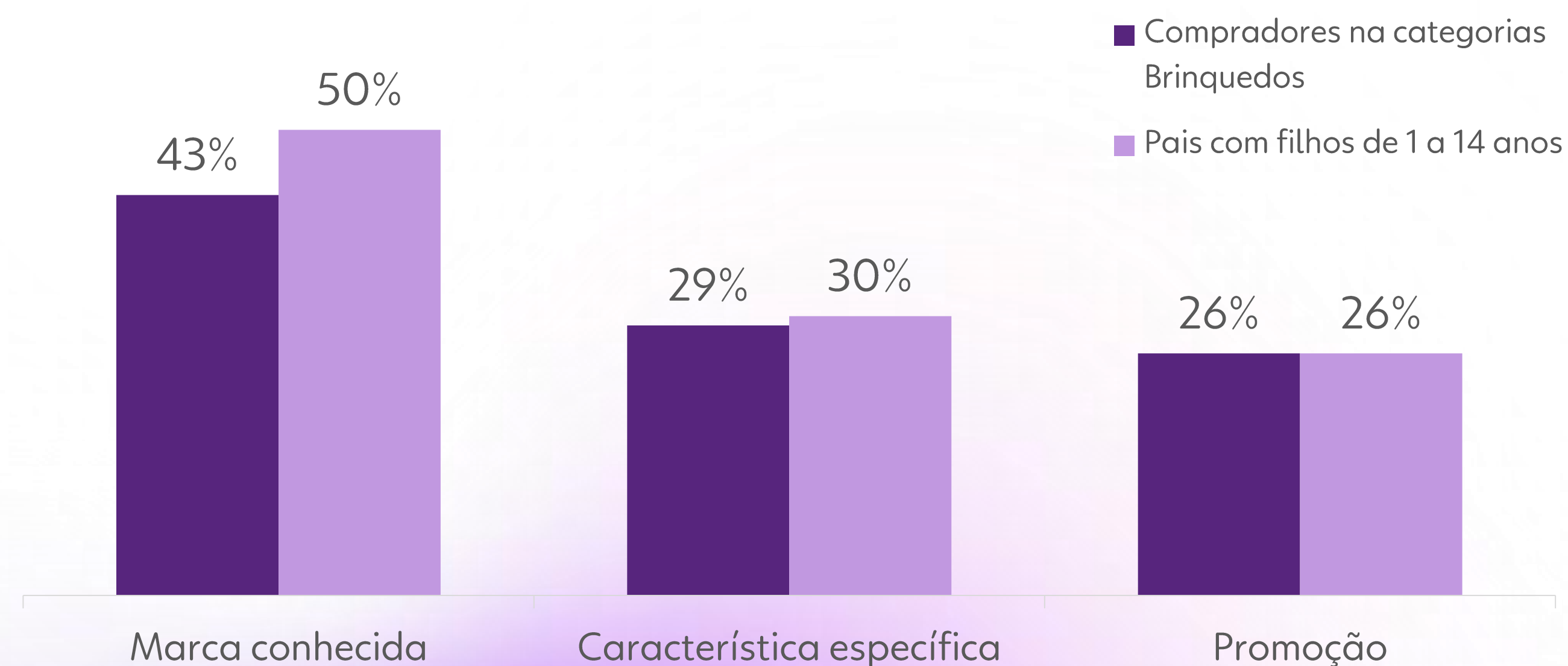
- ✓ 20% **preço alto demais**
- ✓ 19% preferem **esperar promoções** (pais: 23%)

40% dos compradores costumam comprar sozinhos

45% dos pais realizam a compra acompanhados de seus filhos

O que importa na hora de escolher uma marca

gatilhos de marca



Atividades pós compra

22% **falam** com amigos ou familiares sobre a compra

20% **recomendam** o produto/ marca a um familiar

Perfil do target
Famílias com crianças
de 1 a 14 anos

Perfil demográfico de famílias com crianças de 1 a 14 anos



63%



37%



31% AB

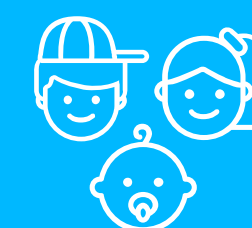
51% C



37% 35 a 44 anos

32% 25 a 34 anos

15% 45 a 54 anos



32% com filhos na escola

30% com filhos em idade pré-escolar

20% com só um responsável pelo filho

18% com filhos de idades diferentes

O lar e a família são muito importantes

78% Sente prazer em passar tempo com a família

75% Acredita que sua casa é o melhor lugar do mundo

67% Não abre mão do conforto

Comportamento de compra

73% Sempre procura ofertas e descontos

63% Gosta de ter objetos de boa qualidade

58% Geralmente planeja bem a compra de produtos caros

mas 60% acredita que compensa pagar mais caro se o produto for de qualidade

***Afinidade:**

123 - Meus filhos influenciam nas compras da nossa casa

*O número acima de 100 indica o % de afinidade acima da média da população, por ex.: 120, significa que está 20% acima da média

Relação com a mídia

82% Acha muito importante estar bem informado

51% Gosta de relaxar assistindo TV

*Afinidades:

113 - Enquanto assisto TV, faço buscas na Internet sobre os produtos que vejo anunciados

113 - Há programas na TV que eu só assisto acompanhado

109 - Enquanto assisto TV, costumo comentar o que estou assistindo nas redes sociais

*O número acima de 100 indica o % de afinidade acima da média da população, por ex.: 120, significa que está 20% acima da média

Toda semana, 81% do target consome conteúdos Globo, sejam lineares ou digitais

Territórios na TV - *afinidades %



Territórios na Internet - *afinidades %



*O número acima de 100 indica o % de afinidade acima da média da população, por ex.: 120, significa que está 20% acima da média

takeaways

Em 2020 as vendas para o Dia das Crianças cresceram 27% no e-commerce, alcançando R\$ 3,1 bilhões em faturamento, e com ticket médio elevado

Em pesquisa sobre as intenções para a data, 62% dos entrevistados pretendiam comemorar e, 40% afirmaram que pretendiam presentear os filhos, sobrinhos ou a si próprios

Brinquedos é a categoria que mais chama atenção na escolha do presente. E neste caso, as crianças costumam influenciar muito na decisão de compra

Normalmente a categoria de brinquedos é guiada pelo impulso e com atração para marcas conhecidas. Ofertas e promoções, além de anúncios, são fortes gatilhos de compra

O target valoriza o conforto do lar e sente prazer em passar tempo com a família. Nas compras, é atraído por descontos e aprecia produtos de qualidade. Tem boa relação com a mídia e está presente nas plataformas Globo



Henrique Simões – Head of Industry Insights | Retail
henrique.simoese@globo.com

Camila Viol – Industry Insights Analyst | Retail
camila.viol@globo.com