

PESQUISA INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2016

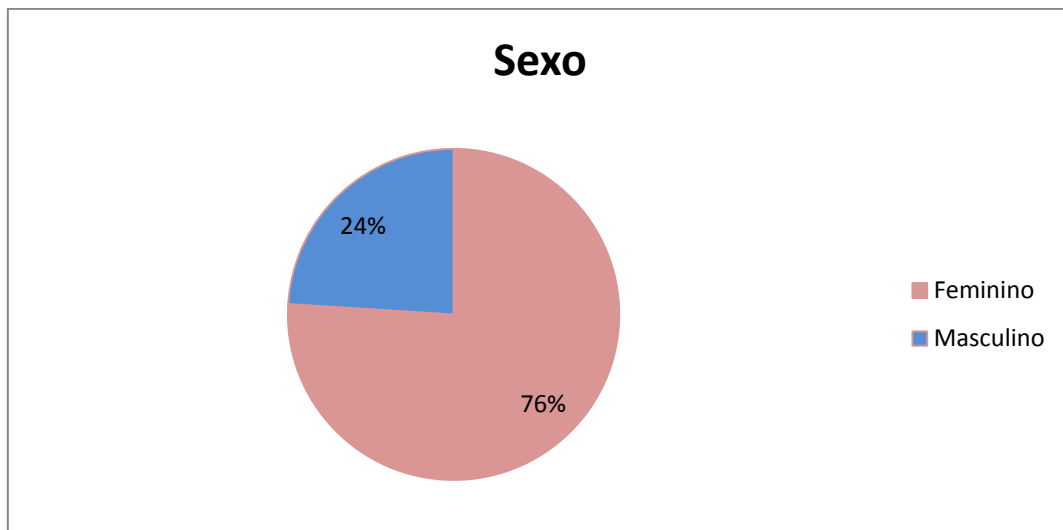
O segundo domingo do mês de maio é uma data que apresenta tradicionalmente a segunda maior movimentação comercial do ano, ficando atrás apenas do Natal.

Com o objetivo de gerar informações para auxiliar os comerciantes a compreender o comportamento do mercado e assim tomar suas decisões a CDL Colatina aplicou um questionário com 10 questões, no qual procurou identificar;

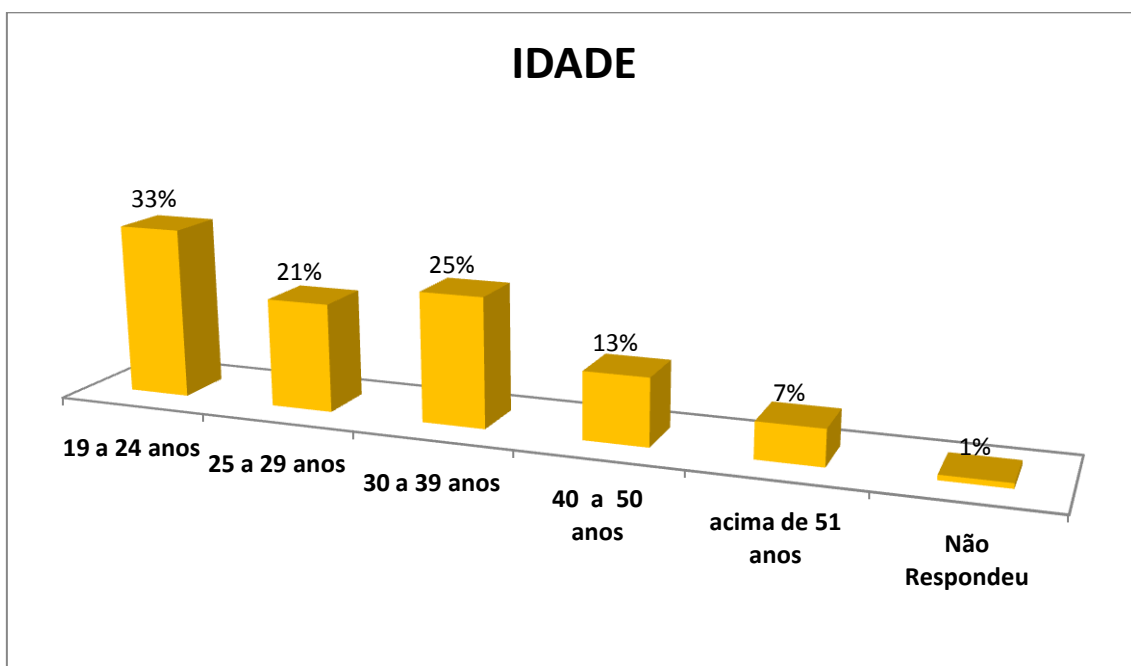
- Perfil dos consumidores
- Identificação das pessoas a serem presenteadas
- Determinação da decisão de consumo
- Ticket médio
- Forma de pagamento escolhido

A pesquisa foi feita entre os dias 02 de Março a 04 de Março com 302 entrevistados que trabalham no comércio de Colatina.

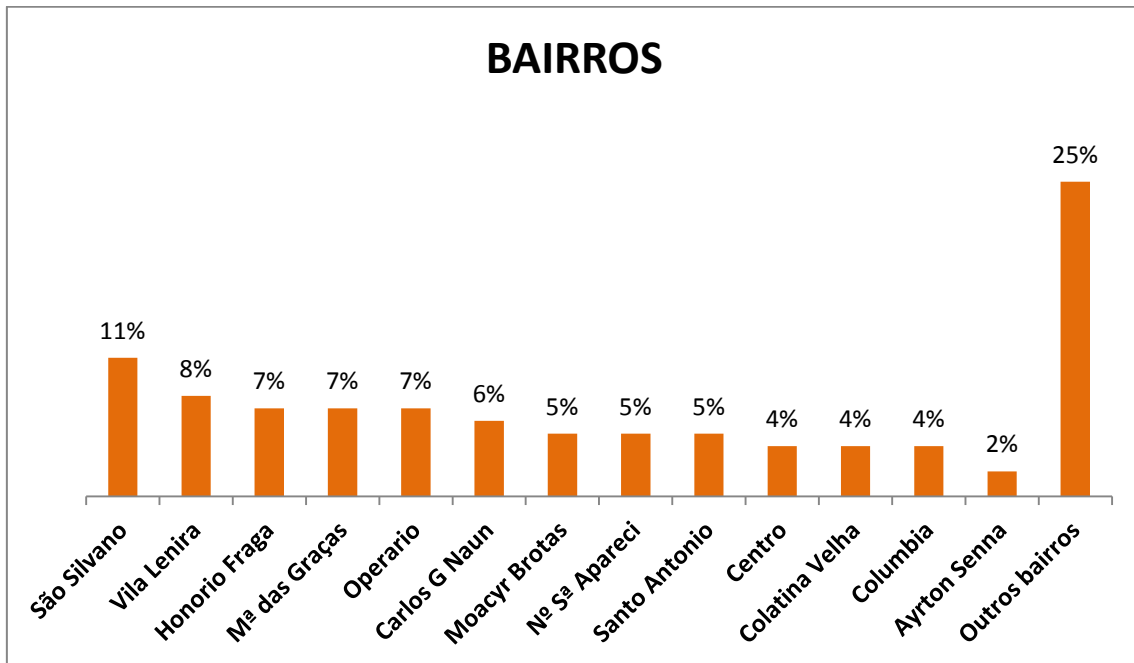
Descrição do Público entrevistado



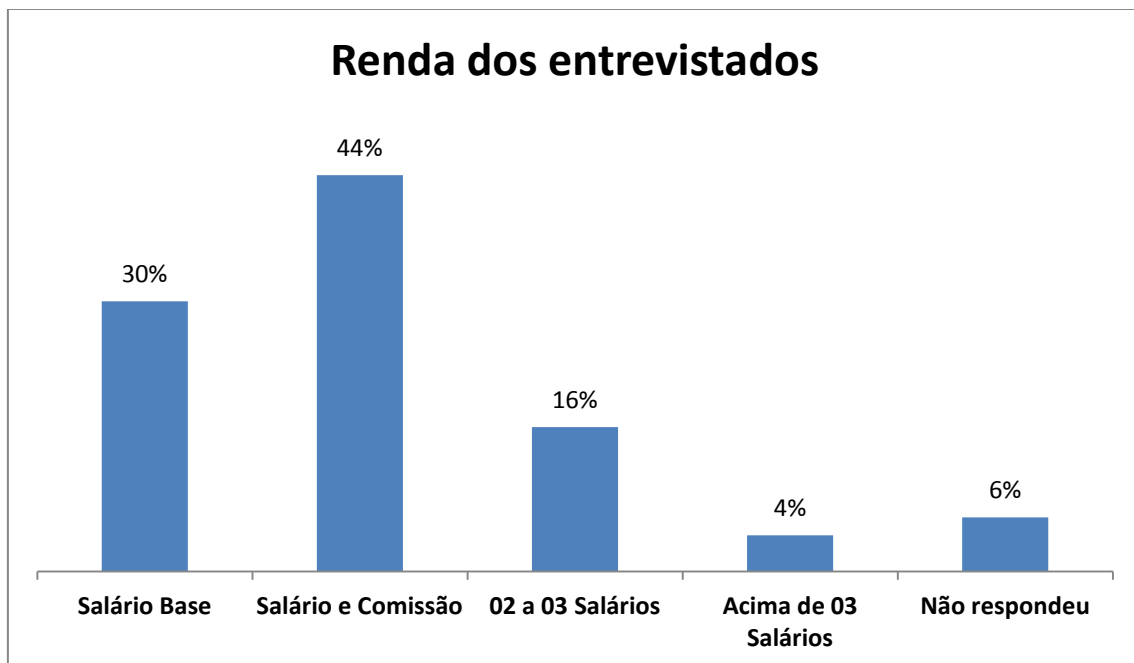
Do total dos entrevistados 54% tem entre 19 a 29 anos e 45% está acima dos 30 anos .



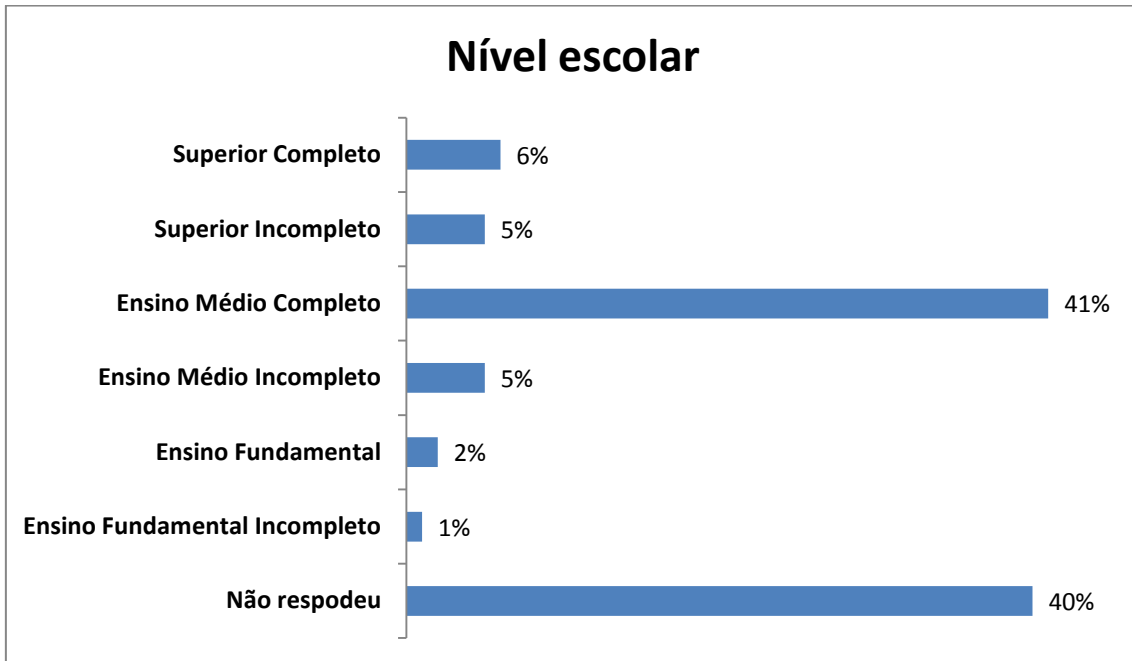
O Bairro que mais se destacou entre os entrevistados foi São Silvano.



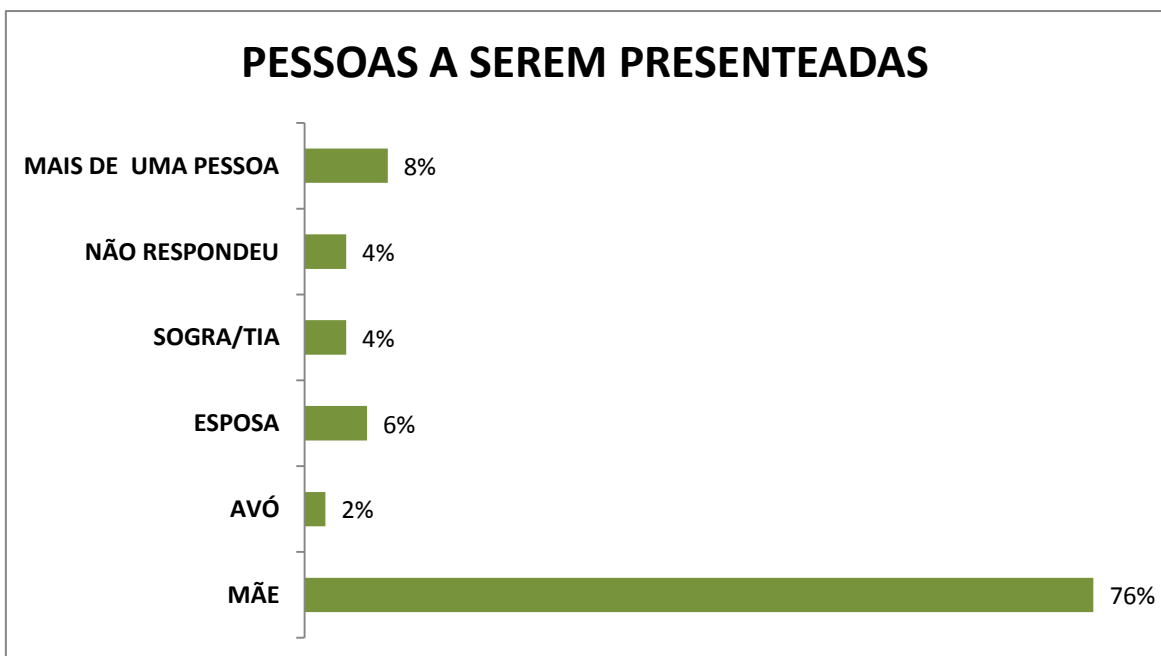
Com relação ao nível de renda cerca de 44% dos entrevistados revelaram receber salário e comissão e 20% de dois salário mínimo a cima.



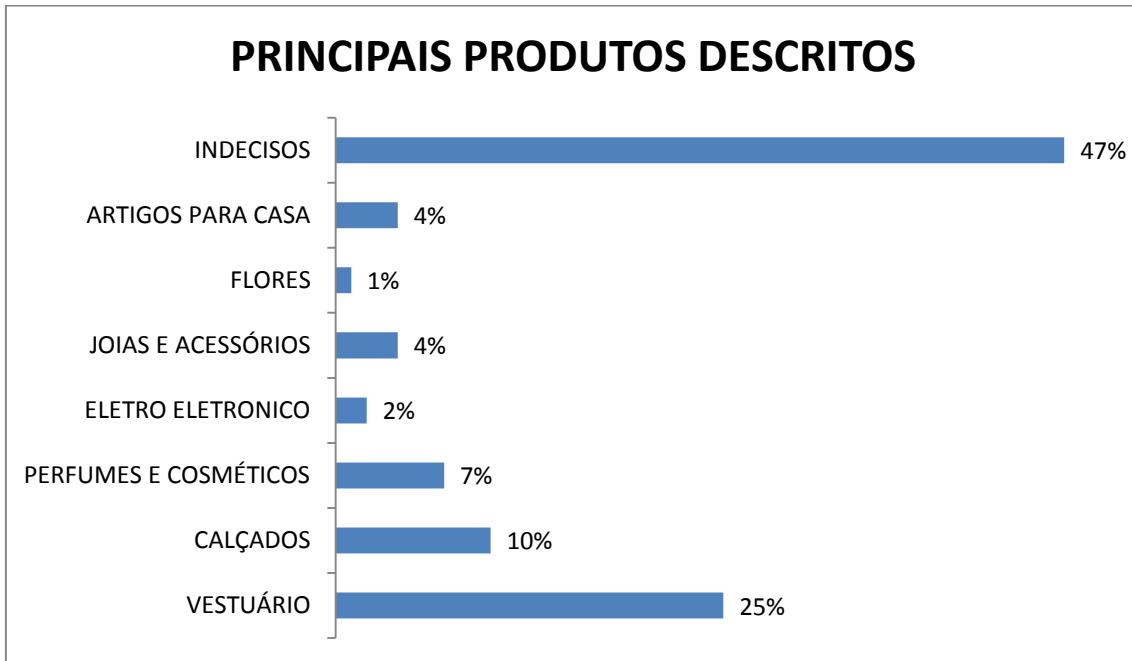
O nível escolar com maior destaque foi o ensino médio completo com 41% dos entrevistados



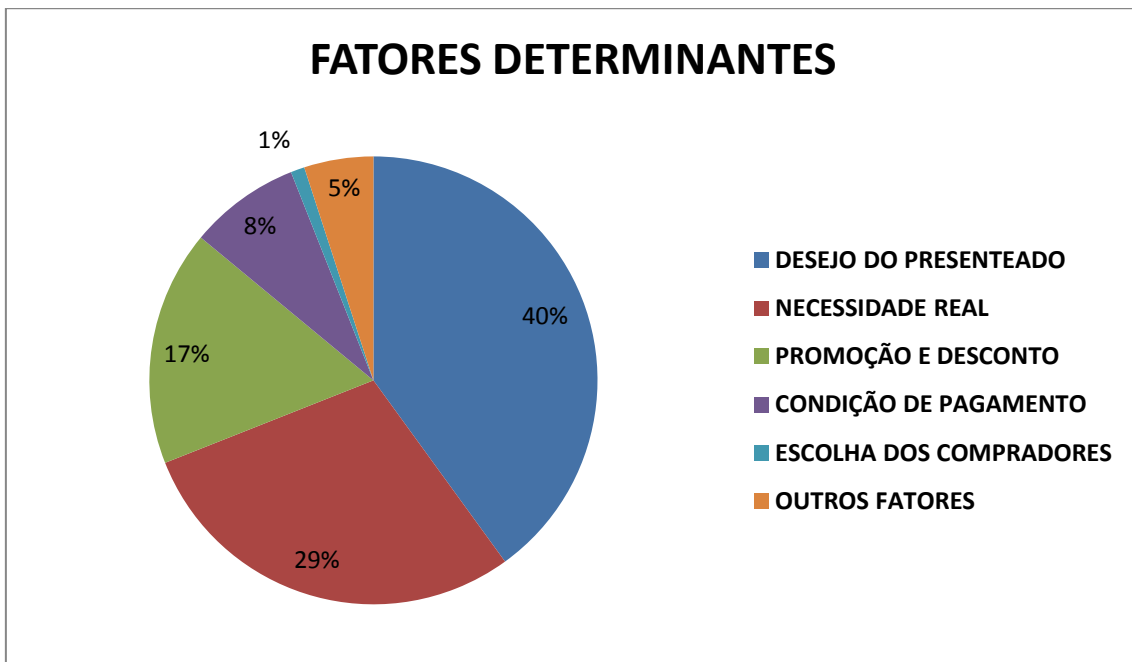
Quando questionados que será a pessoa a ser presenteada, as mais lembradas foram MÃE e ESPOSA.



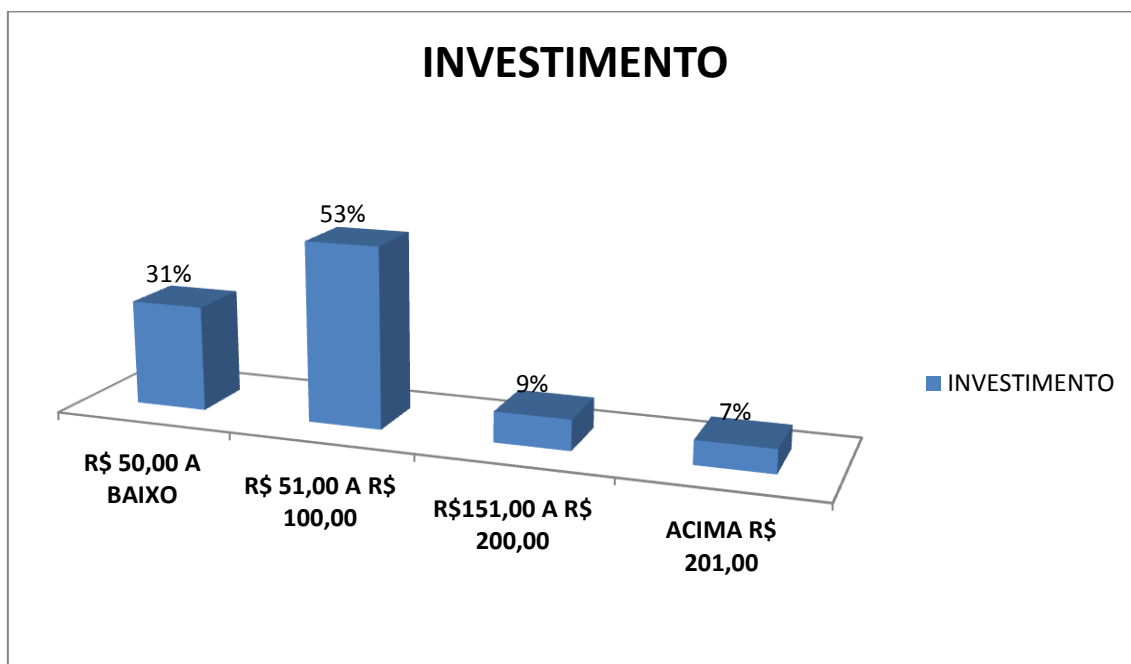
Os principais presentes descritos foram vestuários, calçados, joias e acessórios, porém 47% dos entrevistados ainda estão indecisos.



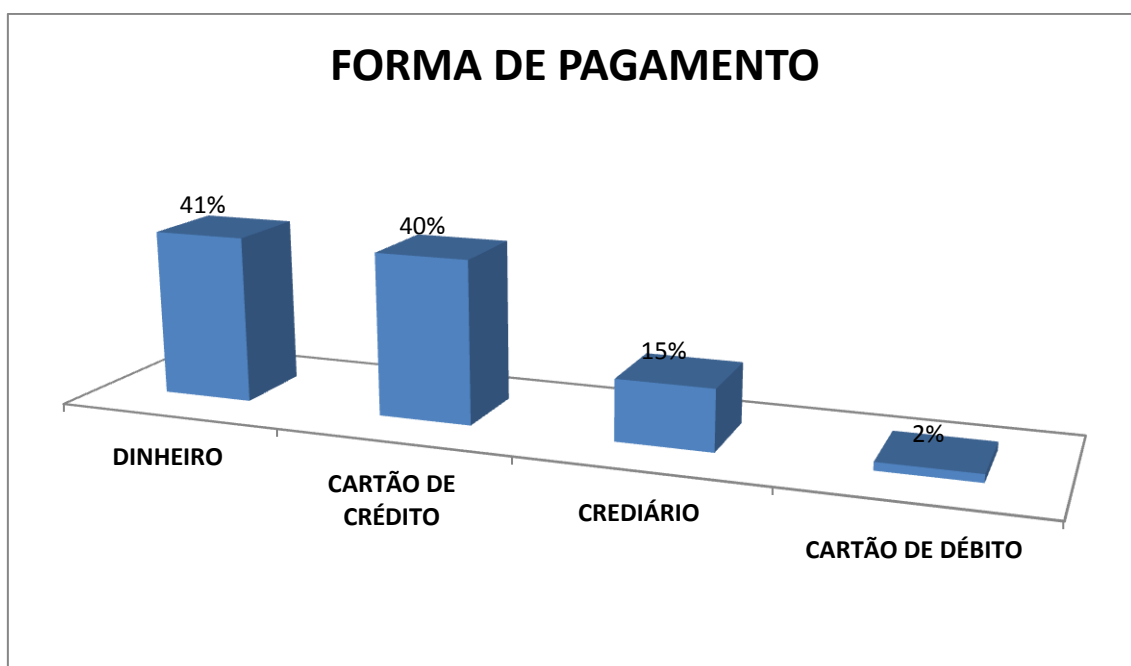
Dentre os principais fatores que determinam a escolha do consumidor na hora da compra o de peso maior é o desejo do presenteado, sendo seguido pela necessidade real do presente escolhido.



Do público entrevistado 53% revelou ter pretensão em investir de R\$ 51,00 a R\$ 100,00 reais no presente.



A forma de pagamento preferencial dos entrevistados é em dinheiro e em segundo lugar o cartão de crédito.



Conclusão

Uma análise comparativa das pesquisas feitas em 2014(303 entrevistados) e 2016(302 entrevistados) percebemos que ocorreu uma mudança no fator determinante na hora da compra por parte destes, enquanto 2014 o fator determinante foi a promoção e o desconto com 36% das respostas, este ano o que determina a decisão é o desejo da pessoa que será presenteada, correspondendo a 40% dos pesquisados.

Considerando que 41% dos entrevistados pretendem pagar à vista, uma estratégia focada na promoção e desconto atrairá tanto esse perfil de cliente como os 17% dos consumidores que têm como fator determinante na hora da escolha do presente este critério: promoção e desconto.

Percebemos uma diminuição no ticket médio a ser investido no presente se compararmos com 2014, quando apenas 17% dos entrevistados estavam dispostos a investir menos que R\$ 50,00, em 2016 esse percentual aumentou para 31%.

Inicialmente a diminuição pode ser vista como influência do momento econômico, porém, percebemos que entre os entrevistados tivemos um aumento de 19% na faixa dos que recebem até um salário do comércio, que em 2014 correspondia a 11% dos pesquisados.

O percentual de indecisos passou para 46% este ano contra 22% em 2014 e 25% em 2013.

Sandra Colli
Coordenadora Comercial