

Ipsos

FINANCIAL BRANDS RADAR

2018

ESTUDO
SINDICALIZADO
NOVEMBRO '18

Como **ALAVANCAR** a **RELEVÂNCIA** da sua marca e **CONVERTER MAIS CLIENTES** no mercado de **INVESTIMENTOS**?

Muito prazer, somos a Ipsos!

Somos a maior empresa independente de pesquisa de mercado do mundo, uma família presente em 89 países. Estamos há mais de 20 anos no Brasil, acompanhando os brasileiros em seu dia a dia.

Somos **curiosos, apaixonados por entender as pessoas, as marcas e os mercados** para oferecer as melhores soluções e ajudar marcas e consumidores a se conectarem cada vez mais, de maneira mais verdadeira.

Nosso cliente vem sempre primeiro: é nosso prazer e nosso desafio!

Conhecemos o seu mercado e sabemos que existem grandes oportunidades de crescimento!

Ipsos
FINANCIAL
BRANDS
RADAR
2018

Economia

Pesquisa mostra que 58% dos brasileiros não têm investimentos

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-08/pesquisa-mostra-que-58-dos-brasileiros-nao-tem-investimentos>

Menos de um quarto dos brasileiros investe em produtos financeiros

http://www.anbima.com.br/pt_br/imprensa/menos-de-um-quarto-dos-brasileiros-investe-em-produtos-financeiros.htm

Estudo: brasileiro conhece Bolsa, mas fica na poupança ou não investe nada

<https://economia.uol.com.br/financas-pessoais/noticias/redacao/2018/07/24/poupanca-investimento-preferido-e-bolsa-mais-lembrado.htm>

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

Inflação x poupança: previsão para 2018 não é animadora para caderneta

<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/inflacao-x-poupanca-previsao-para-2018-nao-e-animadora-para-caderneta/>

Bolsa de Valores registra alta no número de investidores individuais

Gabriela Albach | A TARDE SP | Foto: Divulgação | Freepik

<http://atarde.uol.com.br/economia/noticias/2001346-bolsa-de-valores-registra-alta-no-numero-de-investidores-individuais>

DIEGO LAZZARIS BORGES

ONDE-INVESTIR RENDA-FIXA

Poupança é como um carro velho andando na cidade: totalmente obsoleta

A poupança foi criada há 157 anos e já não cumpre mais seu papel de preservar o capital dos investidores

<https://www.infomoney.com.br/onde-investir/renda-fixa/noticia/7736025/poupanca-e-como-um-carro-velho-andando-na-cidade-totalmente-obsoleta>



E em um mercado que se mostra mais dinâmico e competitivo, entender o que pensam os atuais e potenciais clientes é essencial para crescer!

Bancos médios buscam cliente pessoa física e devem acirrar concorrência com corretoras

São poucas as instituições médias, atualmente, que não fizeram pelo menos algum estudo sobre o assunto

<https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,bancos-medios-buscam-cliente-pessoa-fisica-e-devem-acirrar-concorrenca-com-corretoras,70002407013>

Lideradas pela XP, corretoras acirram briga por investimento de pessoa física

O desafio? Atualmente 95% dos investimentos dos brasileiros se concentram em cinco instituições: BB, Itaú, Bradesco, Santander e Caixa

<https://epocanegocios.globo.com/Mercado/noticia/2017/05/epoca-negocios-lideradas-pela-xp-corretoras-acirram-briga-por-investimento-de-pessoa-fisica.html>

BALANÇOS

Corretoras zeram taxas de operações em Bolsa para atrair investidores

Isenção de tarifas também atinge produtos de previdência complementar e começa a preocupar grandes bancos

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/10/corretoras-zeram-taxas-de-operacoes-em-bolsa-para-atrair-investidores.shtml>

06/08/2018 às 05h00

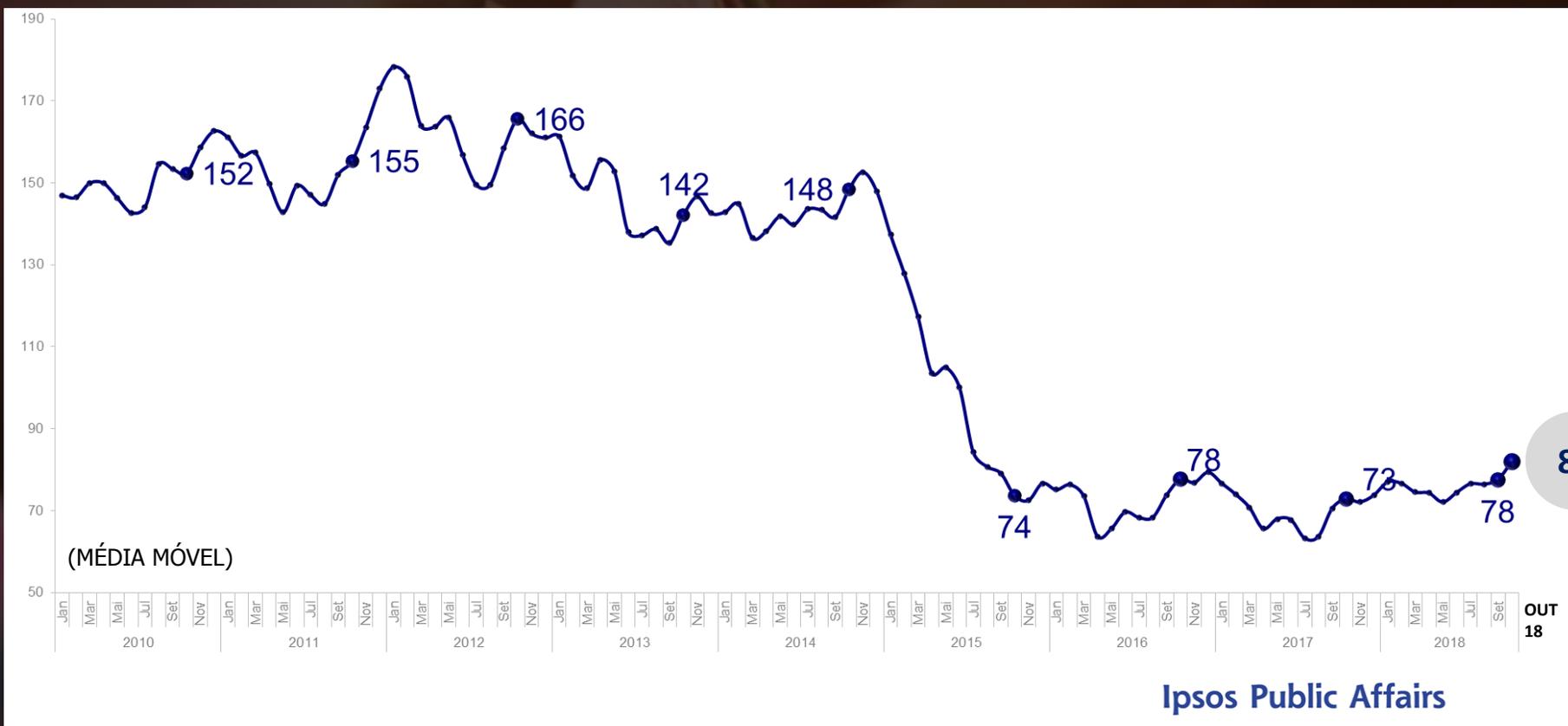
Bradesco põe no ar sua plataforma de investimentos

<https://www.valor.com.br/financas/5713231/bradesco-poe-no-ar-sua-plataforma-de-investimentos>

Especialmente quando vemos uma tendência mais otimista no ÍNDICE NACIONAL de CONFIANÇA do brasileiro!

ÍNDICE NACIONAL DE CONFIANÇA (INC)

Confiança e segurança do brasileiro quanto à sua situação financeira ao longo do tempo



Perfil de composição do INC:

- Situação econômica atual da região e perspectivas futuras
- Situação Financeira pessoal atual e perspectivas futuras
- Segurança nas grandes compras (ex. carro)
- Segurança nas compras médias (ex. fogão)
- Capacidade em investir no futuro
- Presente segurança no emprego e perspectivas de segurança

Nesse contexto, o que o nosso estudo propõe é justamente:

Entender como os atuais e potenciais clientes estão investindo e escolhendo bancos e corretoras

As principais perguntas que responderemos nesse estudo:

ENGAJAMENTO COM O CONSUMIDOR

Qual o nível de conhecimento espontâneo e estimulado das marcas corretoras/bancos de investimentos?

Como está o funil de engajamento das marcas da categoria e em qual etapa do processo de decisão devemos fortalecer nossas ações de marketing?

IMAGEM DE MARCA

Como as marcas são percebidas?
Em quais territórios devemos reforçar a nossas ações e comunicações?

Quais são os principais benefícios que devemos reforçar para gerar maior número de clientes?

BRAND EQUITY

O quão relevante é a marca em relação às outras opções do mercado?

Qual o impacto que fatores de mercado como canais de contato, disponibilidade, benefícios, etc têm sobre a escolha da contratação do serviço?

Quais gargalos devemos atacar para que a marca seja escolhida em 1º lugar por mais pessoas?

Como será o questionário:

Demográficos + Filtro

(sexo, idade, classe, região, possuem conta corrente em banco, perfil do investidor, intenção de investir)

Métricas de comportamento do consumidor (Funil)

(Top Of Mind, Conhecimento, Onde investe, Frequência de Investimentos, Tempo de relacionamento, Share of Wallet, Consideração)

Métricas de imagem de marca

(Imagem por associação à atributos pré-definidos, sendo 12 gerais + 5 específicos)

Métricas de Equity (Brand Value Creator)

(Proximidade com a marca, relevância, efeitos de mercado)

Os resultados **darão suporte** para **executar** o **planejamento** da marca em **2019**, bem como **guiar** suas **ações de comunicação**.

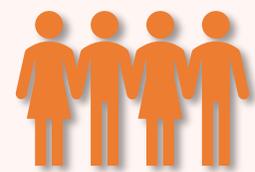
Marcas sugeridas para avaliação*



*A lista de marcas é customizável, mas deverá ser acordada com todos os clientes participantes (até 20 marcas – funil e até 12 marcas para imagem/equity)

Com quem falaremos neste estudo?

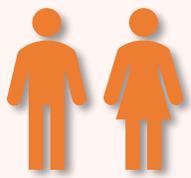
Com quem falaremos?



1000 respondentes



Pessoas que tenham renda, estejam trabalhando ou estagiando e tenham conta bancária ou investimento



Homens e Mulheres
20+



Leituras adicionais *:

- **Segmentação dos clientes/potenciais:** Investem via corretoras, investem via bancos e não possuem investimentos
- **Predispostos:** pretendem realizar algum tipo de investimento nos próximos 12 meses



Classes
ABC



Tempo previsto de questionário:
máx. 20 minutos



Nacional: cotas por região

* Leituras serão possíveis se atingirem incidência de pelo menos 20% por grupo

Quando o estudo será realizado?

Dezembro 2018							Janeiro 2019						
Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
						1			1	2	3	4	5
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30	31		
30	31												

Legenda:

- Data limite para aprovação do estudo* → **07 de dezembro, sexta-feira**
- Data limite para discussão e envio de atributos e marcas para entrar no questionário*
- Ajustes e aprovação do questionário*
- Programação e testes de link*
- Campo*
- Pós-campo: consistência, codificação e processamento dos dados*
- Análise e preparação de relatório final*
- Entrega do relatório final. Após essa primeira entrega pedidos de análises e quebras específicas, previamente acordados serão trabalhados e as datas combinadas com cada cliente.*
- Feriado e emendas: escritório da Ipsos fechado*

Ficou interessado? Quer saber mais?

Os desafios da **sua marca** são
também os **nossos desafios**.

Confirme sua participação até 07/12 por
e-mail [clikando aqui](#).

No dia 10/12 comunicaremos quantos participantes
aderiram ao estudo e valor final por marca.

Quer bater um papo?
Entender mais sobre a
proposta?
CLIQUE AQUI



Débora Rodrigues
Brand Health Tracking Head

☎ +55 11 2159.8630
+55 11 98933.1965
✉ debora.rodriques@ipsos.com



Fernanda Campanini
Brand Health Tracking Manager

☎ +55 11 2159.8653
+55 11 98826 7149
✉ fernanda.campanini@ipsos.com

