

# O NOVO COMPORTAMENTO DE COMPRA

Compreendendo o comportamento de compra antes, durante e depois da crise COVID-19

## Contexto/

O isolamento trouxe novas rotinas e hábitos que vão perdurar, e conseqüentemente, um reflexo e uma adaptação no comportamento de compra.

A mudança das rotinas trazem adaptações na vida dos brasileiros para o enfrentamento da pandemia. Novas necessidades surgem juntamente a novos comportamentos de consumo.

Conseqüentemente novas interações de compra se inserem no dia-a-dia, sendo que muitos vão modificar o padrão da jornada de compra em relação a como era antes.

Surge o ressignificado do Shopper e a necessidade de compreender que as tensões e medos farão que comportamentos de compra sejam modificados... A jornada de compra, que já era omnichannel, ganha novas formas, triggers, barreiras.

**Como está sua categoria nesse novo comportamento? Vamos entender e pensar em ações para o futuro?**

## O que mudou/

## No nosso approach/

**O estudo ajuda a adaptar suas estratégias de shopper**

DINO  
**Pesquisa mostra que 51% dos brasileiros farão compras online devido ao coronavírus**

**DELIVERY 2.0: COMÉRCIO REFORÇA COMPRA ONLINE; CLIENTE VAI NA LOJA SÓ PARA BUSCAR O QUE COMPROU PELA INTERNET**

Clientes podem economizar no frete e reduzir o tempo de espera pelo recebimento durante o surto de coronavírus

Redação E-Commerce Brasil

**71% dos brasileiros aumentaram compra online após Covid-19, aponta pesquisa**

Segunda-feira, 23 de março de 2020 • CORONAVÍRUS, MERCADO • Tempo de leitura: 3 minutos •

**Como a crise do COVID-19 está mudando as compras de supermercado nos EUA**

- Entendimento do comportamento de compra das categorias antes, durante e depois do COVID-19.
- Comportamento durante a compra: onde são feitos os pedidos? Por onde são comprados? Quais formatos de entrega?
- Segmentação dos consumidores de acordo com seus comportamentos.
- Migração entre canais e missão de compra/ Satisfação de canais.
- Influenciadores por trás das compras: locais pesquisados, fontes de informações...
- Formas de pagamento: meios e as plataformas
- Mudanças comportamento de compra: o que, como, onde, quando, frequência. E razões de mudanças.
- Formatos de entrega.

# O NOVO COMPORTAMENTO DE COMPRA

## A pesquisa/

### Categorias

- Beauty/Personal Care
- Alimentos / Bebidas
- Eletrodomésticos/Eletrônicos
- Apps de entrega
- Varejo em geral
- Health Care
- Serviços financeiros / crédito
- Home Care
- DIY / bricolagem
- ...

### Detalhes

#### Amostra:

Homens e mulheres  
18+ anos  
Classe ABC

#### Pesquisa Online:

2000 entrevistas em 2 ondas:  
1000 na primeira onda em maio  
1000 na segunda onda em julho

#### Tempo total de projeto:

2,5 semanas por onda

#### Investimento:

R\$24.000,00 para 4 clientes fundadores

## Outputs/

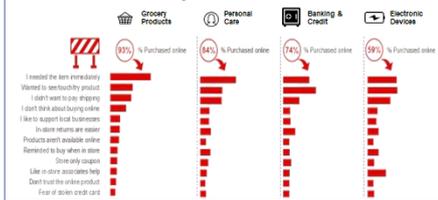
### Incidência de compra de cada categoria



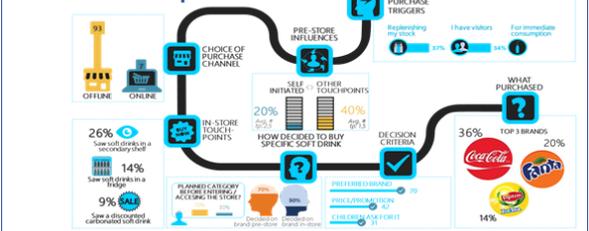
### Migração entre canais por categoria



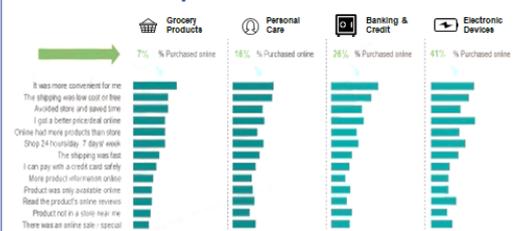
### Barreiras de compra



### Jornada de compra



### Drivers de compra



### Comportamento e razões de compra



Quer saber mais sobre o novo comportamento de compra?

Estamos à disposição!

Rafael Lindemeyer  
Rafael.lindemeyer@ipsos.com

Ana Laura Guitti  
Ana.guitti@ipsos.com

