

E-BOOK 2022

BLACK FRIDAY



PESQUISA BLACK FRIDAY 2022

Foi realizada a quinta edição da Pesquisa de Intenção de Compras da CDL Caxias para a Black Friday 2022. Os dados mostram que o conhecimento dos caxienses sobre a ação chegou a 83,9% e que nos últimos quatro anos a confiança dos consumidores quanto às promoções aumentou 95,1%.

Característico da Black Friday, os eletroeletrônicos, como televisores, celulares e produtos de informática, seguem como os preferidos na hora de escolher o que comprar. Na sequência estão os móveis e eletrodomésticos, vestuário e calçados.

944 moradores de diferentes pontos de Caxias do Sul responderam a pesquisa entre os dias 03 e 05 de novembro. Veja os dados completos do estudo a seguir.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO

FEMININO	50,3%
MASCULINO	49,7%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	53,1%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	46,9%

IDADE

16-29	28,2%
30-39	29,2%
40-49	19,2%
50-59	12,1%
60-69	9,1%
70+	2,2%

POSSUI FILHOS?

NÃO	43%
1	33,1%
2	16,4%
3	5,2%
4+	2,3%

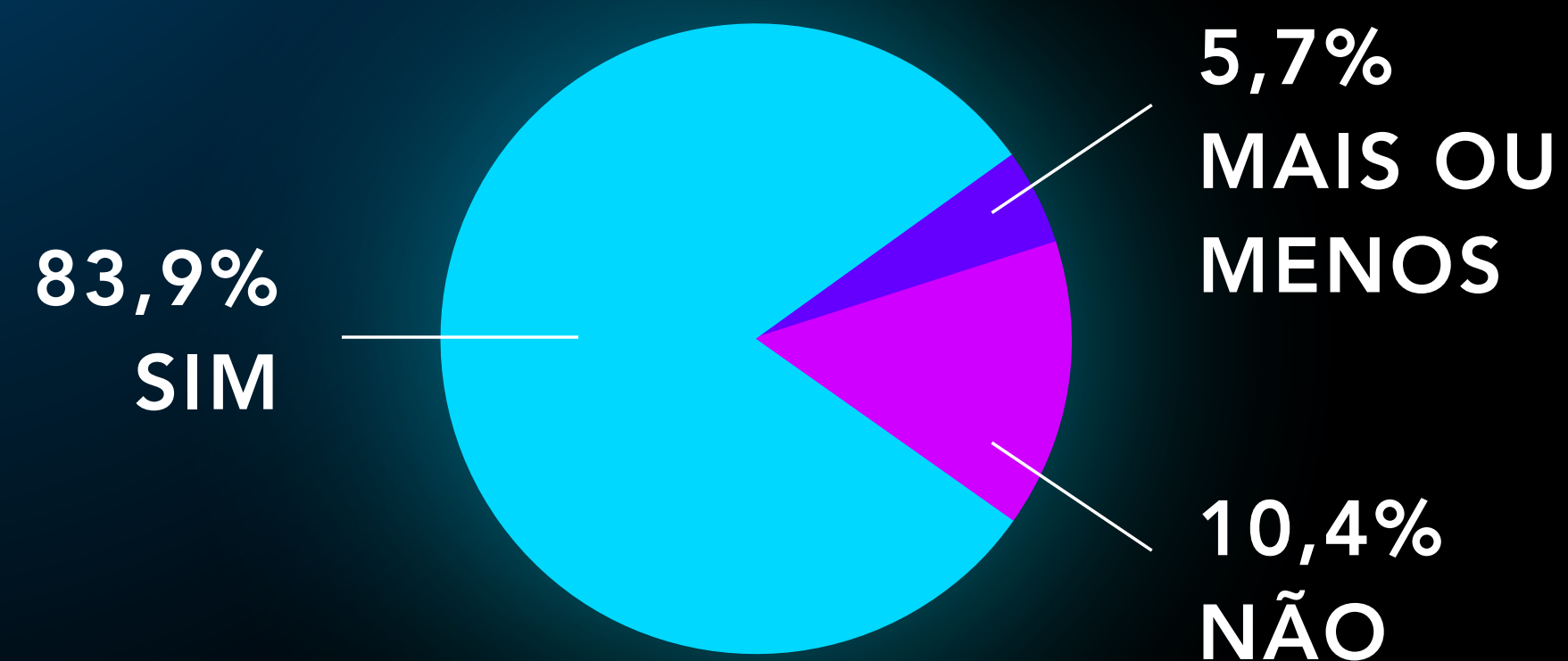
ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	1,0%
FUNDAMENTAL COMPLETO	4,2%
MÉDIO INCOMPLETO	13,8%
MÉDIO COMPLETO	43,0%
SUPERIOR INCOMPLETO	19,3%
SUPERIOR COMPLETO	16,7%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	0,8%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	1,2%

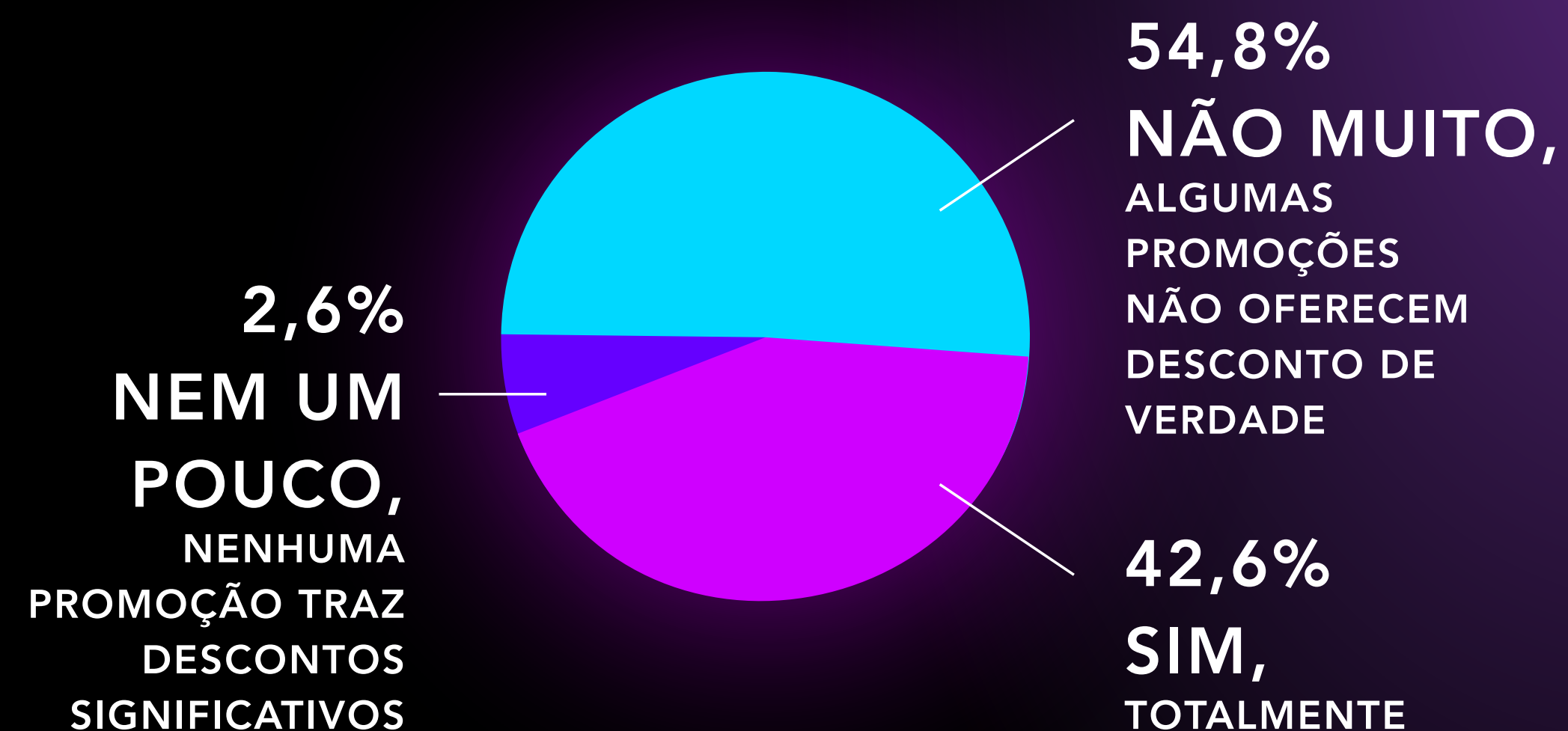
SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	54,4%
PROFISSIONAL LIBERAL	19,8%
APOSENTADO/PENSIONISTA	7,3%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	7,0%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	4,2%
DO LAR	3,9%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	3,1%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	0,3%

VOCÊ SABE O QUE É A BLACK FRIDAY E QUANDO OCORRE?



VOCÊ ACREDITA NAS PROMOÇÕES DESTA DATA?



O QUE TE AJUDA A LEMBRAR QUE A BLACK FRIDAY ESTÁ CHEGANDO?



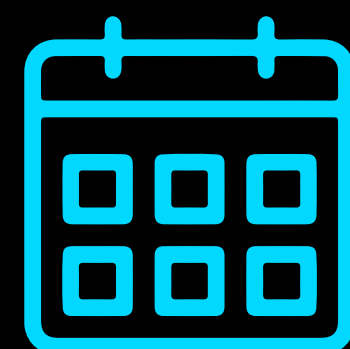
ANÚNCIOS EM
REVISTAS, JORNAIS,
OUTDOORS E RÁDIO

35,3%



ANÚNCIOS
ONLINE

23,1%



ÉPOCA
DO ANO

15,8%



PROMOÇÕES

10,8%



PESSOAS
COMENTANDO

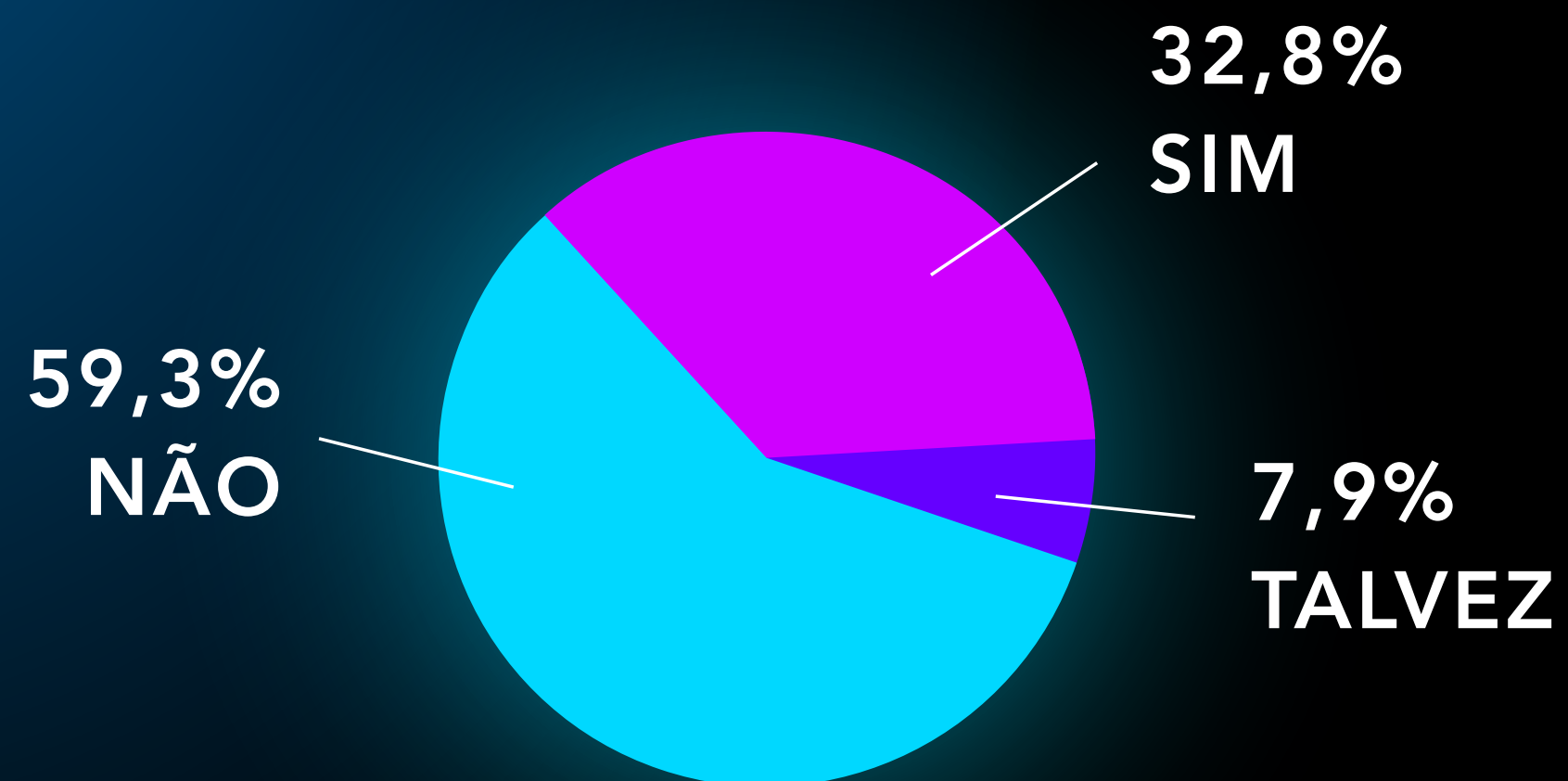
9,8%



LOJAS
DECORADAS

5,2%

VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA A BLACK FRIDAY?



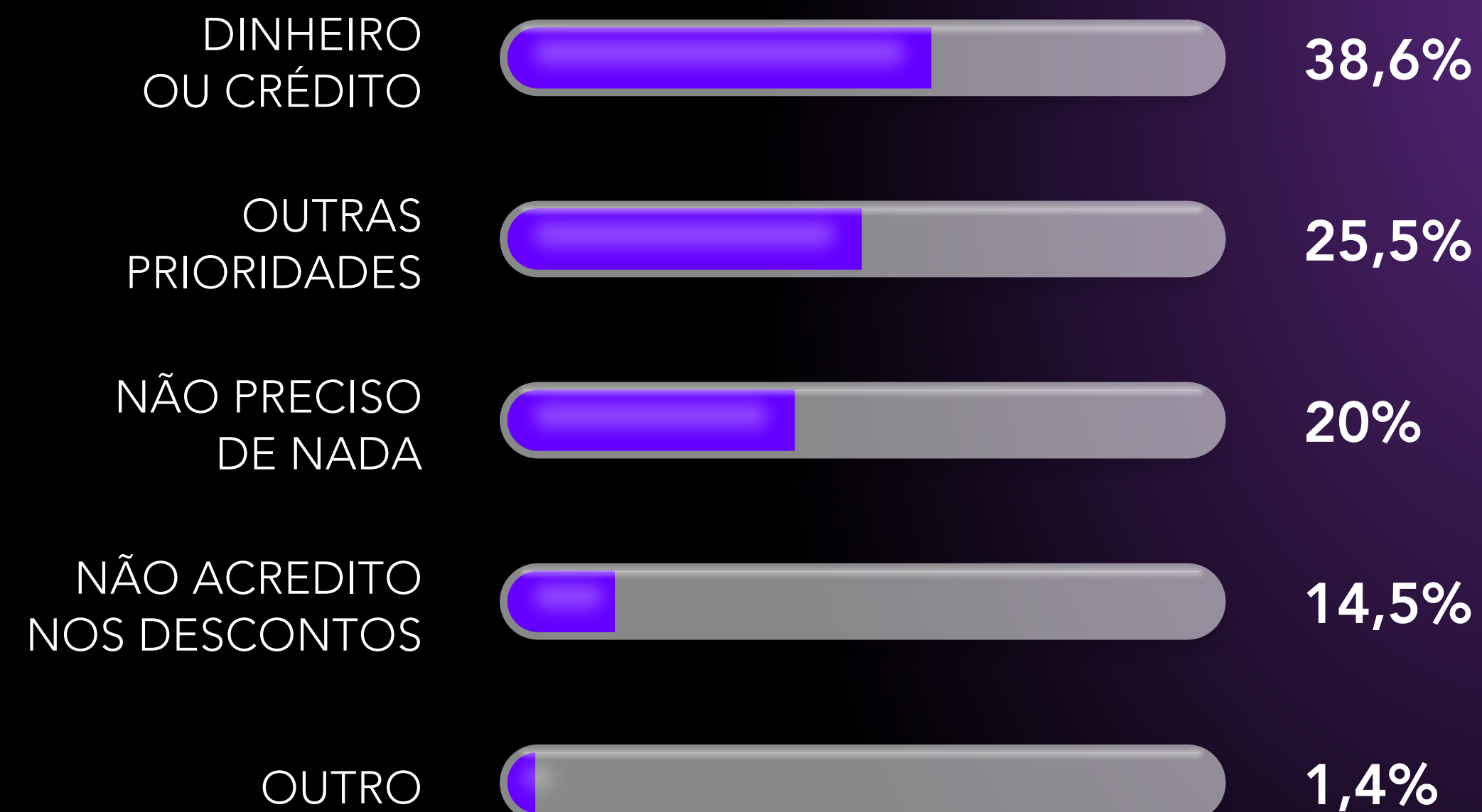
2021

57,8%
NÃO

33,7%
SIM

8,5%
TALVEZ

POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS NA BLACK FRIDAY?

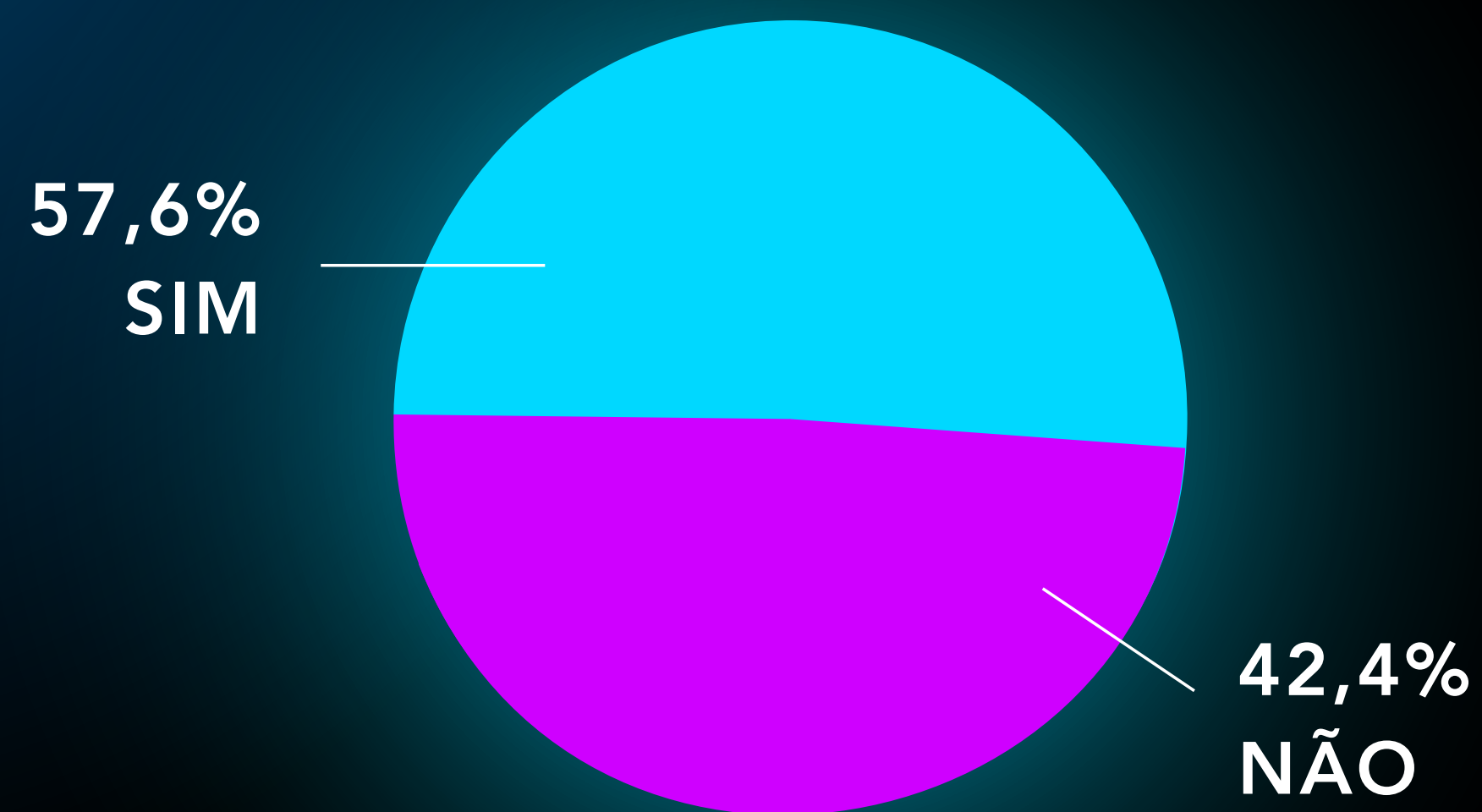


SE ALGO FOSSE FEITO PELOS LOJISTAS, O QUE PODERIA TE MOTIVAR A COMPRAR NA BLACK FRIDAY?*

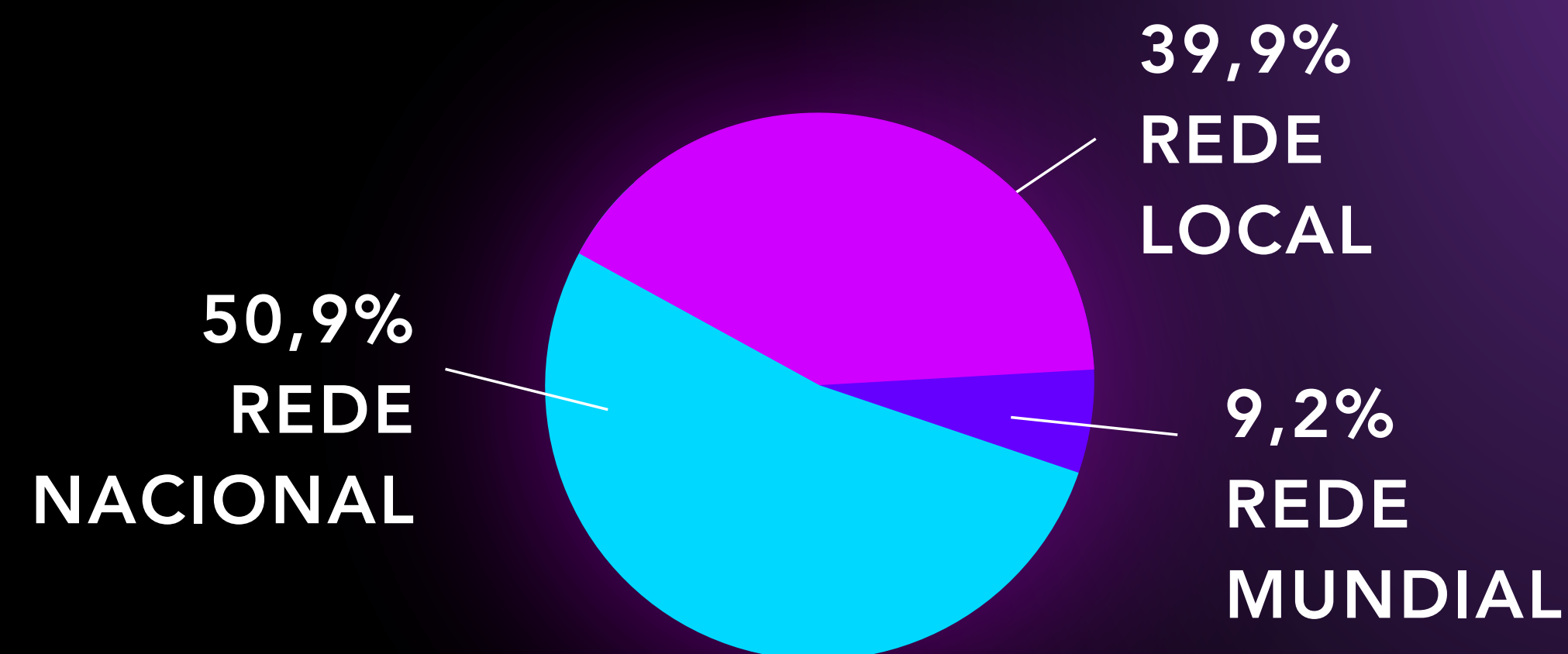


* PERGUNTA FEITA PARA TODOS QUE DISSERAM NÃO PRETENDER COMPRAR
NA BLACK FRIDAY DESTE ANO

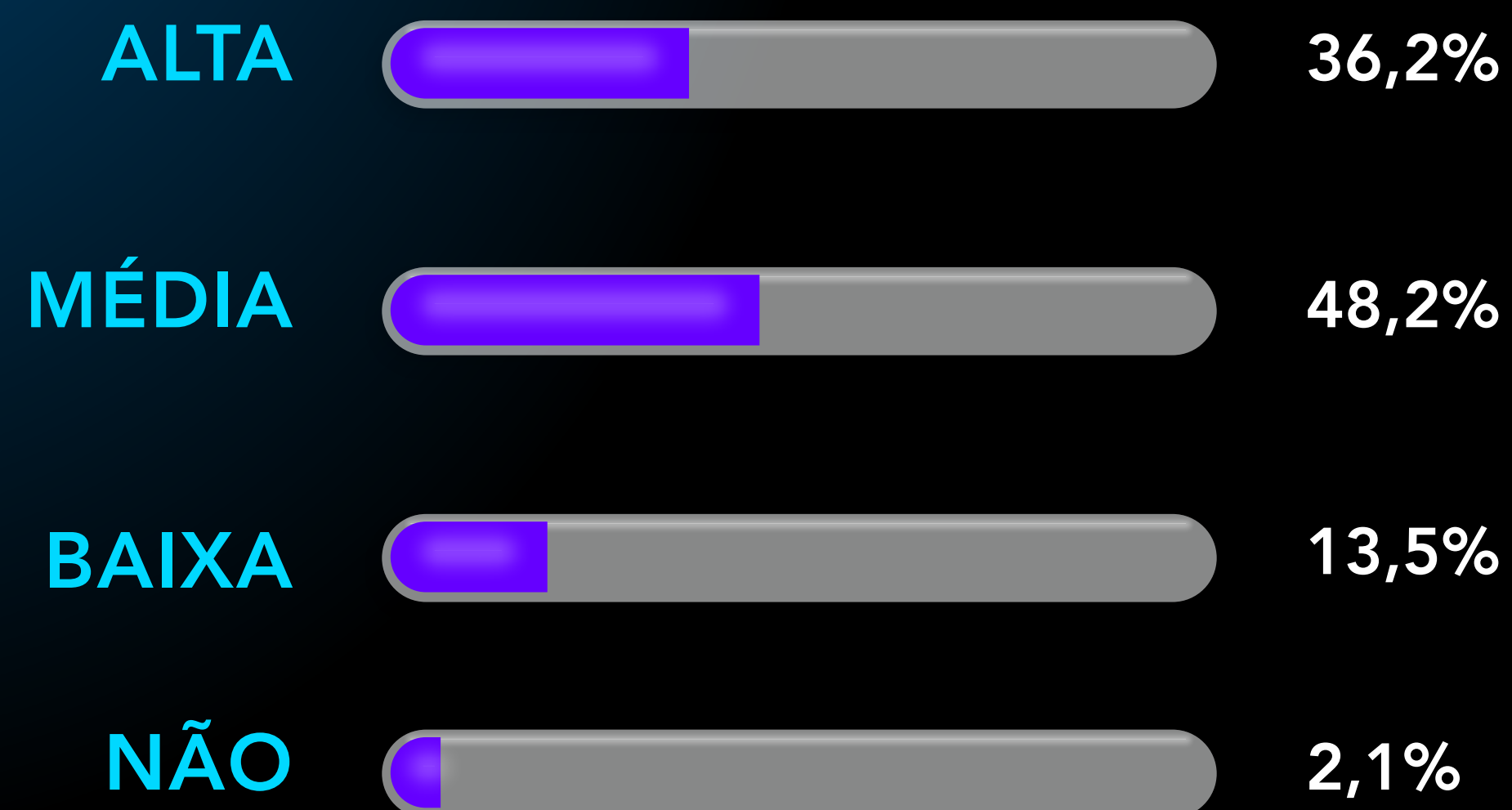
VOCÊ LEMBRA DE ALGUMA EMPRESA QUE JÁ INICIOU AS OFERTA DE PRODUTOS PARA BLACK FRIDAY?



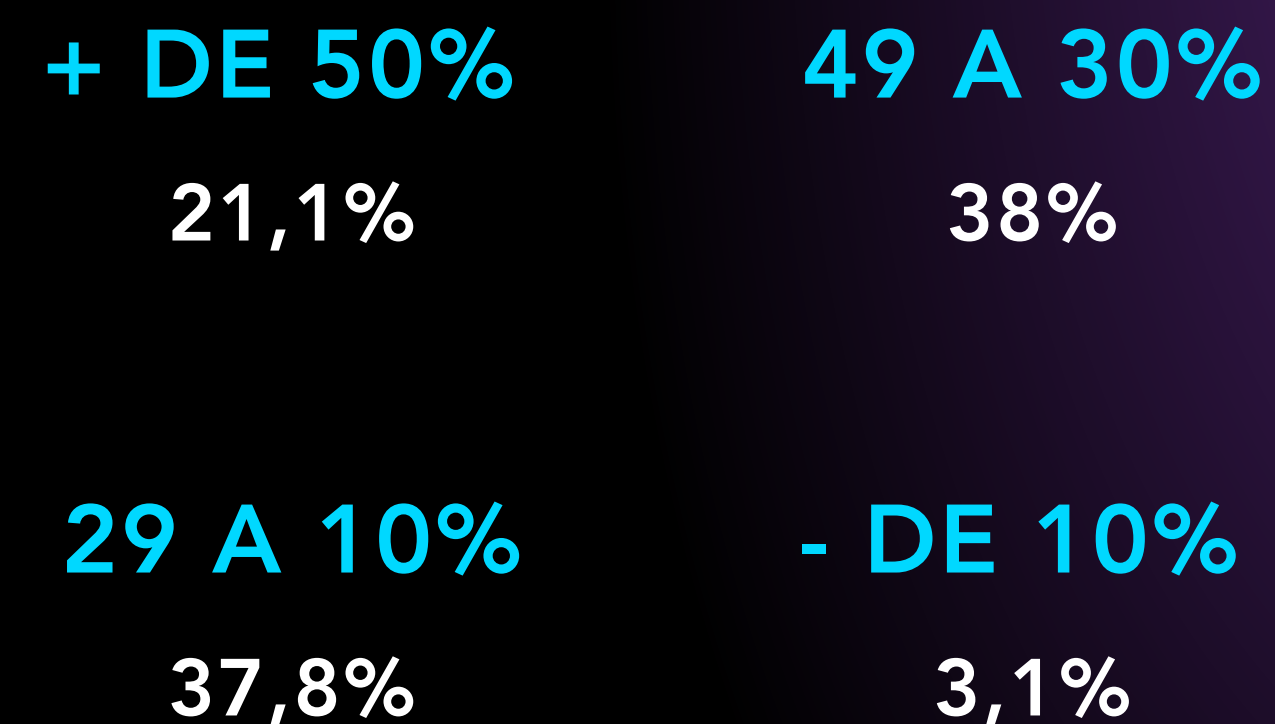
SE SIM, QUAL?



VOCÊ TEM EXPECTATIVAS DE QUE O COMÉRCIO IRÁ FAZER OFERTAS INTERESSANTES?



QUANTO ESPERA ENCONTRAR DE DESCONTOS NESTA BLACK FRIDAY?



JÁ DECIDIU O QUE VAI COMPRAR?

**SIM,
PRIMEIRO DECIDO
O PRODUTO E
DEPOIS PROCURO
A MELHOR OFERTA**

44,3%

**NÃO,
MAS VOU DECIDIR
E DEPOIS BUSCO A
MELHOR OFERTA**

33,1%

**NÃO,
FICO DE OLHO NAS
OFERTAS E QUANDO
ENCONTRO ALGO QUE
POSSA INTERESSAR EU
FAÇO A COMPRA**

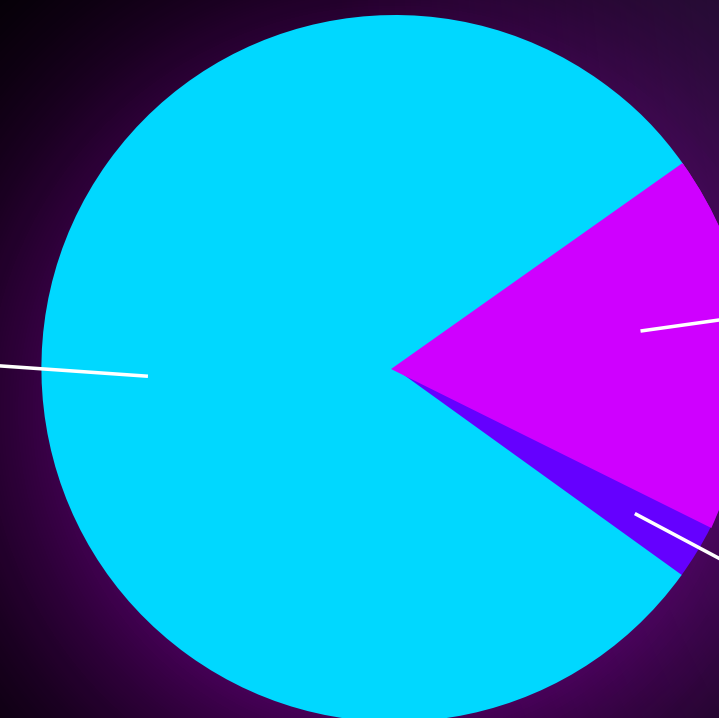
14,6%

**SIM,
MAS VOU FICAR DE
OLHO EM OUTRAS
OPORTUNIDADES**

8%

ESTÁ MONITORANDO OS PREÇOS PARA SABER SE O DESCONTO É REAL?

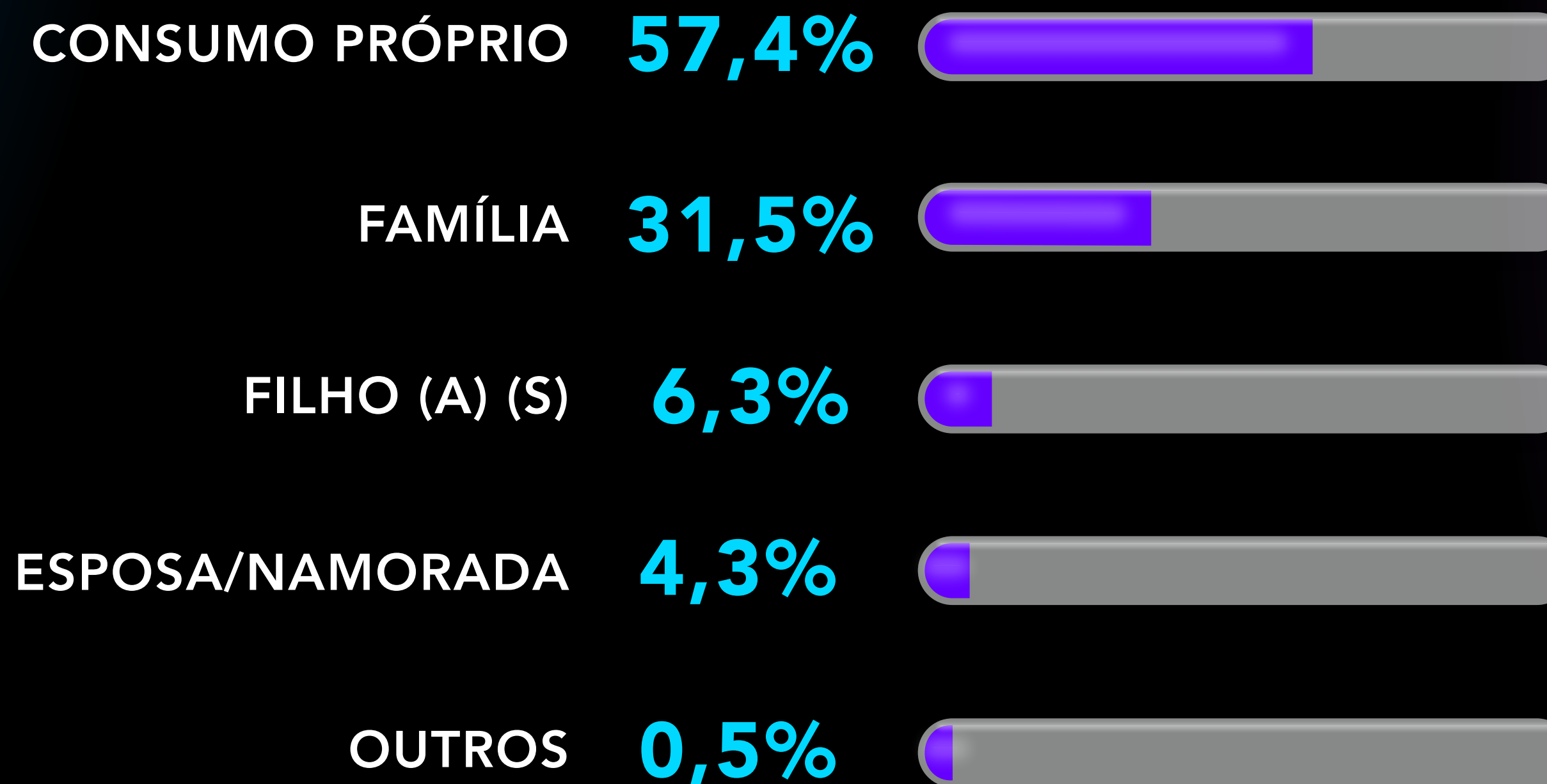
**83,6%
SIM**



**14,9%
NÃO,
VOU MONITORAR
NOS PRÓXIMOS DIAS**

**1,5%
NÃO,
VOU VER MAIS
PRÓXIMO DA
DATA**

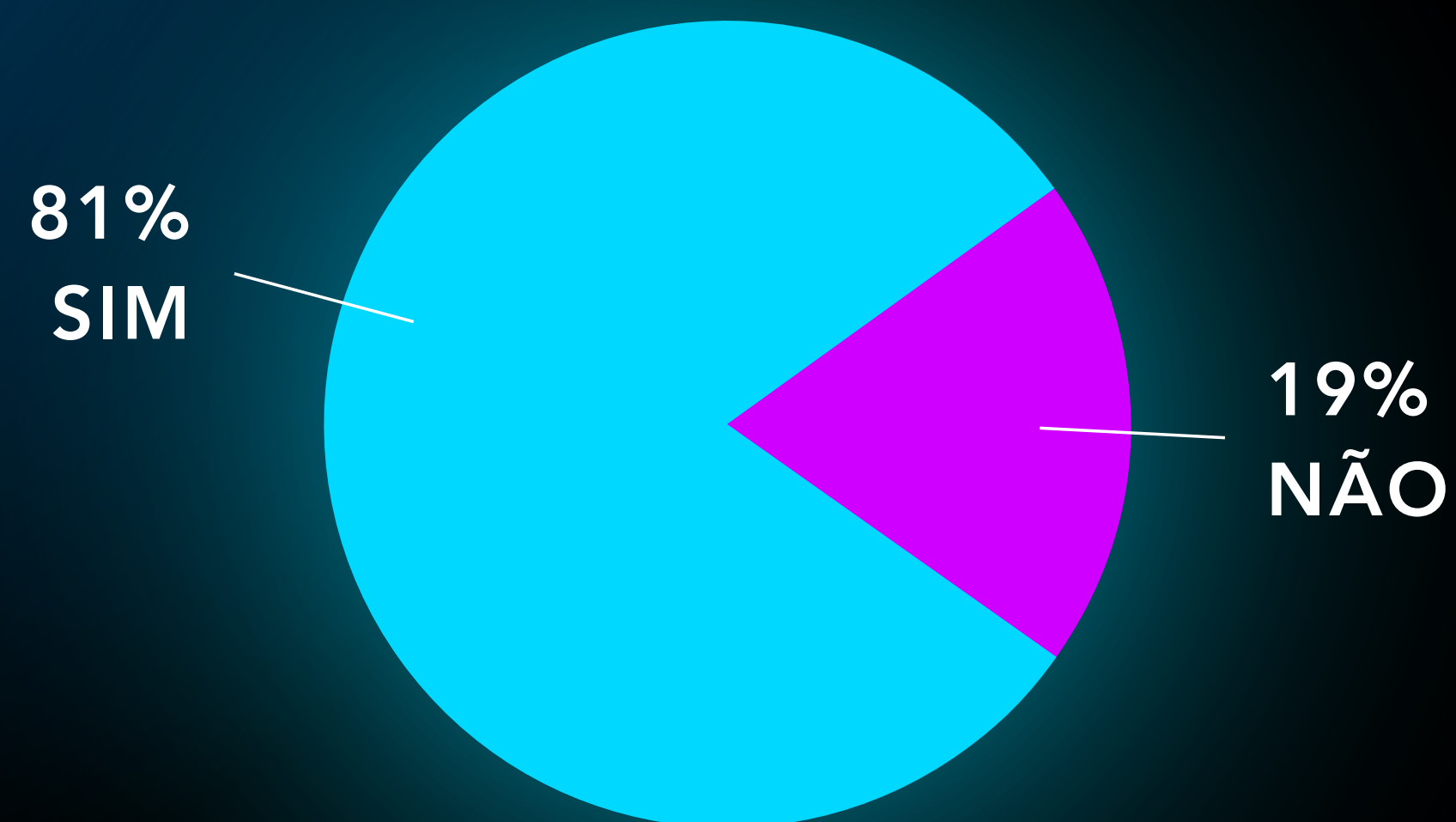
PARA QUEM VOCÊ VAI FAZER COMPRAS NESTA BLACK FRIDAY?



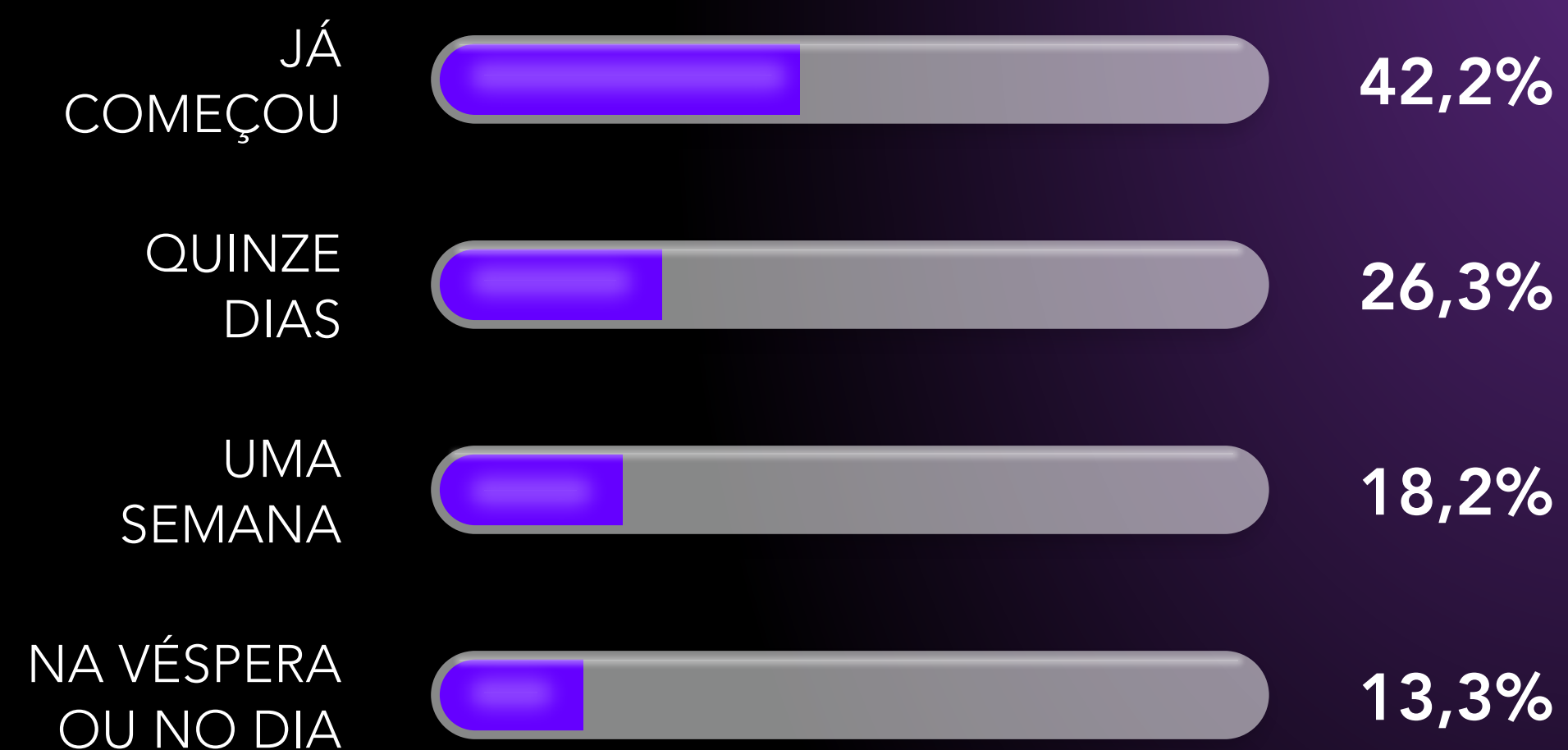
QUAIS OS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA COMPRAS NA BLACK FRIDAY?



VOCÊ SEMPRE PESQUISA PRODUTOS E PREÇOS ANTES DE COMPRAR?



COM QUE ANTECEDÊNCIA VOCÊ COMEÇA A INICIAR A PESQUISA SOBRE PRODUTOS OU SERVIÇOS?



QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?



DIRETO NAS
LOJAS

26,5%



SITES DAS
LOJAS

23,2%



SITES DE
BUSCA

21,7%



CARTAZES
E FOLHETOS

JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR?

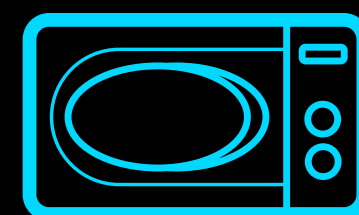
70,1%
SIM



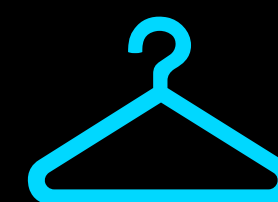
29,9%
NÃO



32,8%
ELETROELETÔNICOS



18%
MÓVEIS OU
ELETRODOMÉSTICOS



15%
VESTUÁRIO



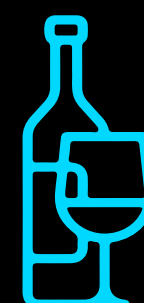
9,8%
CALÇADOS



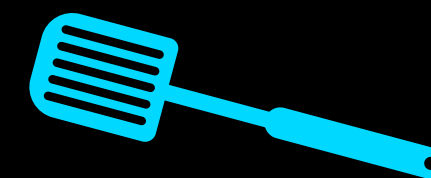
6,6%
BELEZA E
CUIDADOS
PESSOAIS



5,7%
BRINQUEDOS



3,6%
BEBIDAS E
ALIMENTOS



3,3%
UTENSÍLIOS
DOMÉSTICOS



5,2%
OUTROS

INVESTIMENTO

TICKET MÉDIO
R\$1.093,33

MÉDIA DE PRODUTOS 2,3

EM RELAÇÃO AO ANO
PASSADO, ESSE VALOR É:



MAIOR
50,8%

=

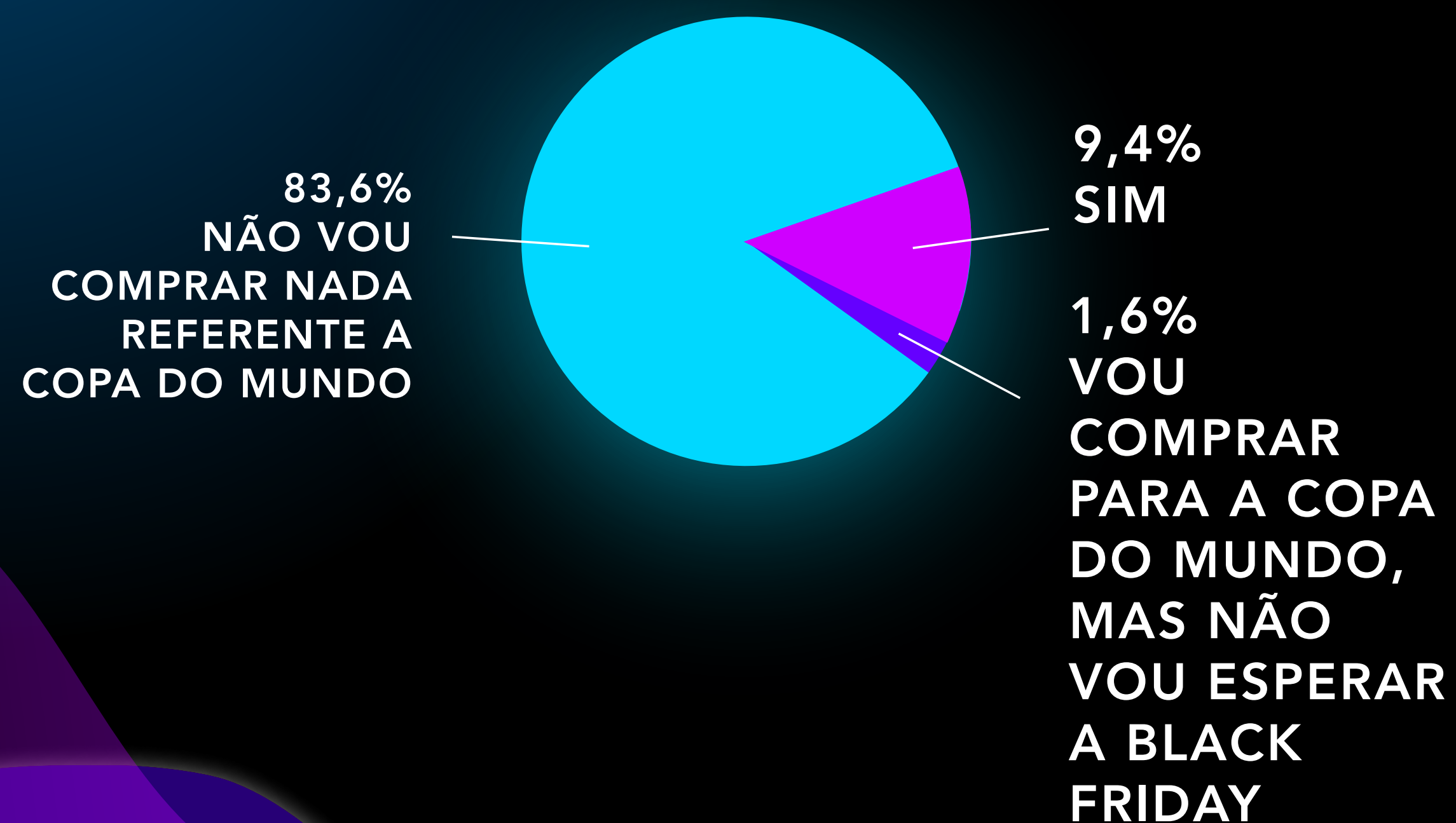
IGUAL
32,5%



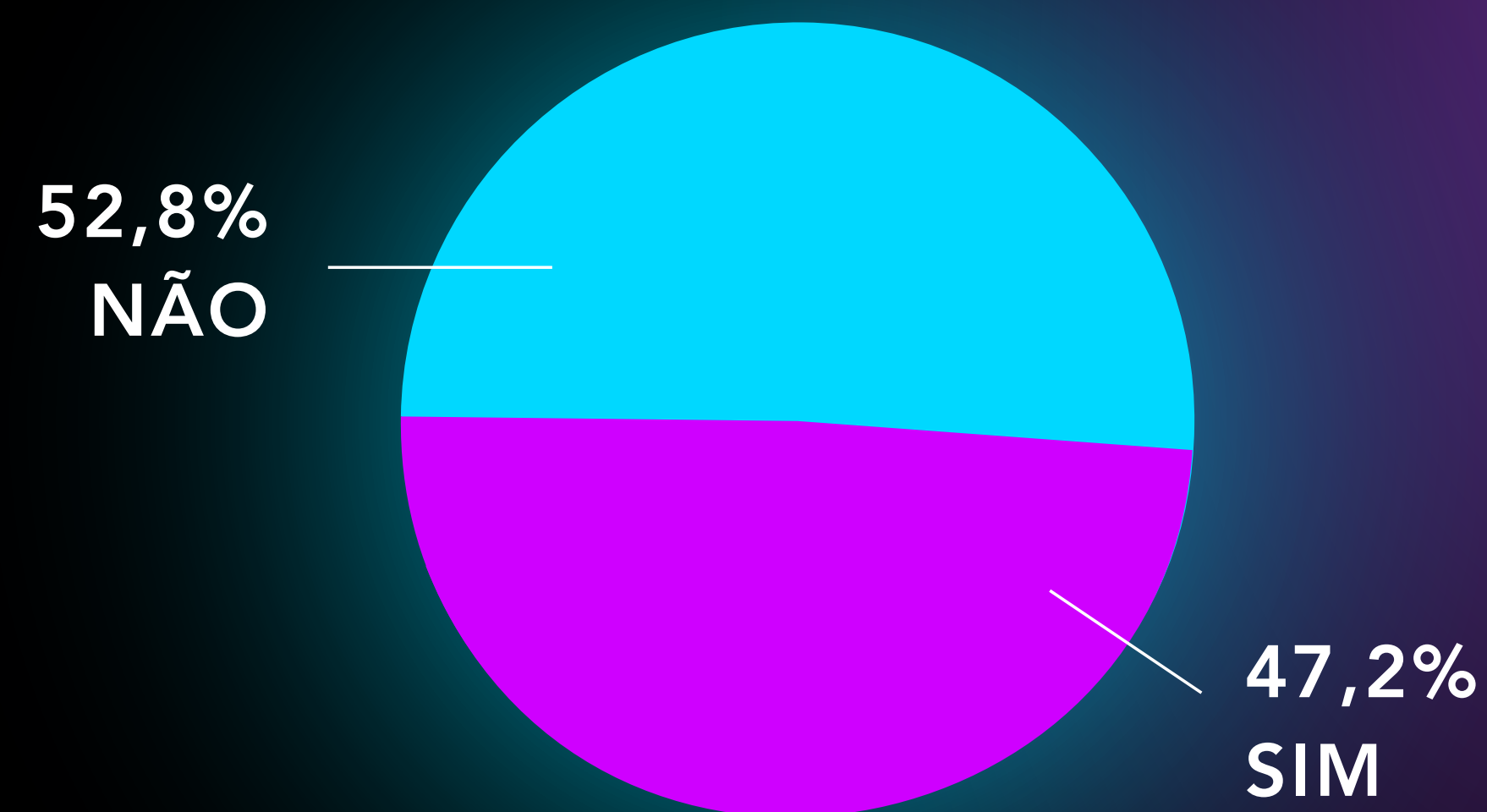
MENOR
16,7%

BLACK FRIDAY E COPA DO MUNDO

VAI ESPERAR A BLACK FRIDAY
PARA COMPRAR ALGO REFERENTE
A COPA DO MUNDO?



ESSAS COMPRAS ESTÃO INCLUSAS
NAS RESPOSTAS ANTERIORES?*

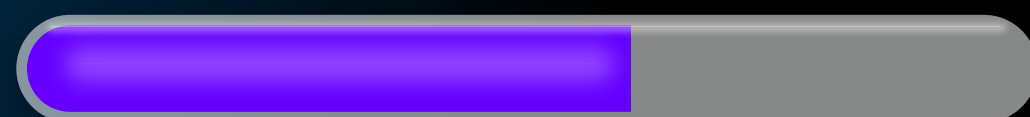


*FEITA SOMENTE PARA QUEM
RESPONDEU SIM NA ANTERIOR

BLACK FRIDAY E COPA DO MUNDO

O QUE VAI COMPRAR?*

59,5%
SIM



40,5%
NÃO

CAMISA DA
SELEÇÃO BRASILEIRA
40,6%

CAMISA DAS
SELEÇÕES
31,3%

BEBIDAS
9,4%

VUVUZELA
6,3%

CALÇÃO
DE FUTEBOL
6,3%

OUTROS
6,1%

* PERGUNTA FEITA SÓ PARA QUEM
RESPONDEU SIM OU VAI COMPRAR ALGO
PARA A COPA, MAS NÃO NA BLACK
FRIDAY, NA PRIMEIRA PERGUNTA

TICKET MÉDIO
PARA OS GASTOS COM
PRODUTOS DA COPA
R\$355,60

MÉDIA DE PRODUTOS 2,2

MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



37,2%
DINHEIRO



29,7%
CARTÃO
DE CRÉDITO



22,7%
CARTÃO
DE DÉBITO



8,1%
PIX



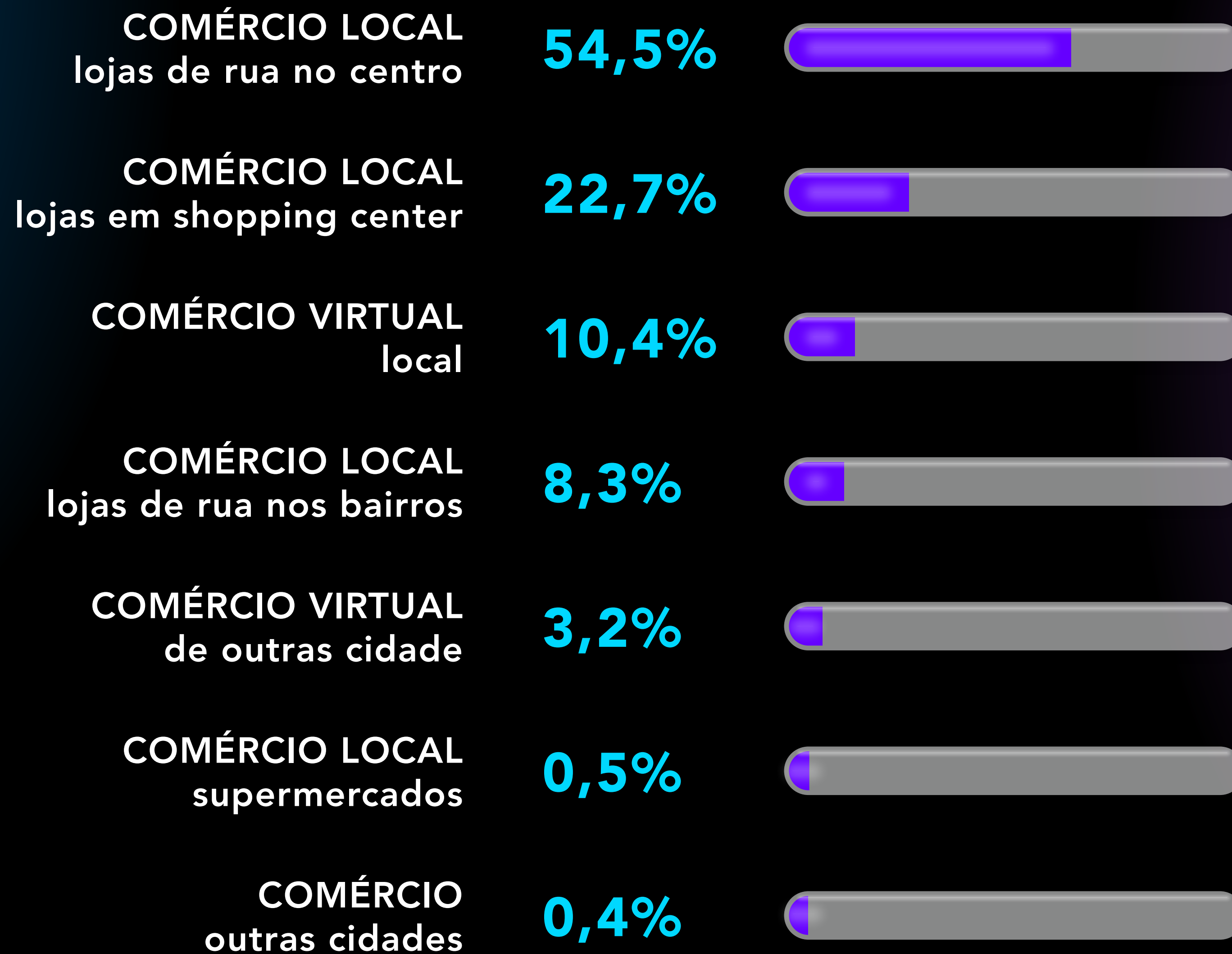
2,3%
CREDIÁRIO

QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?

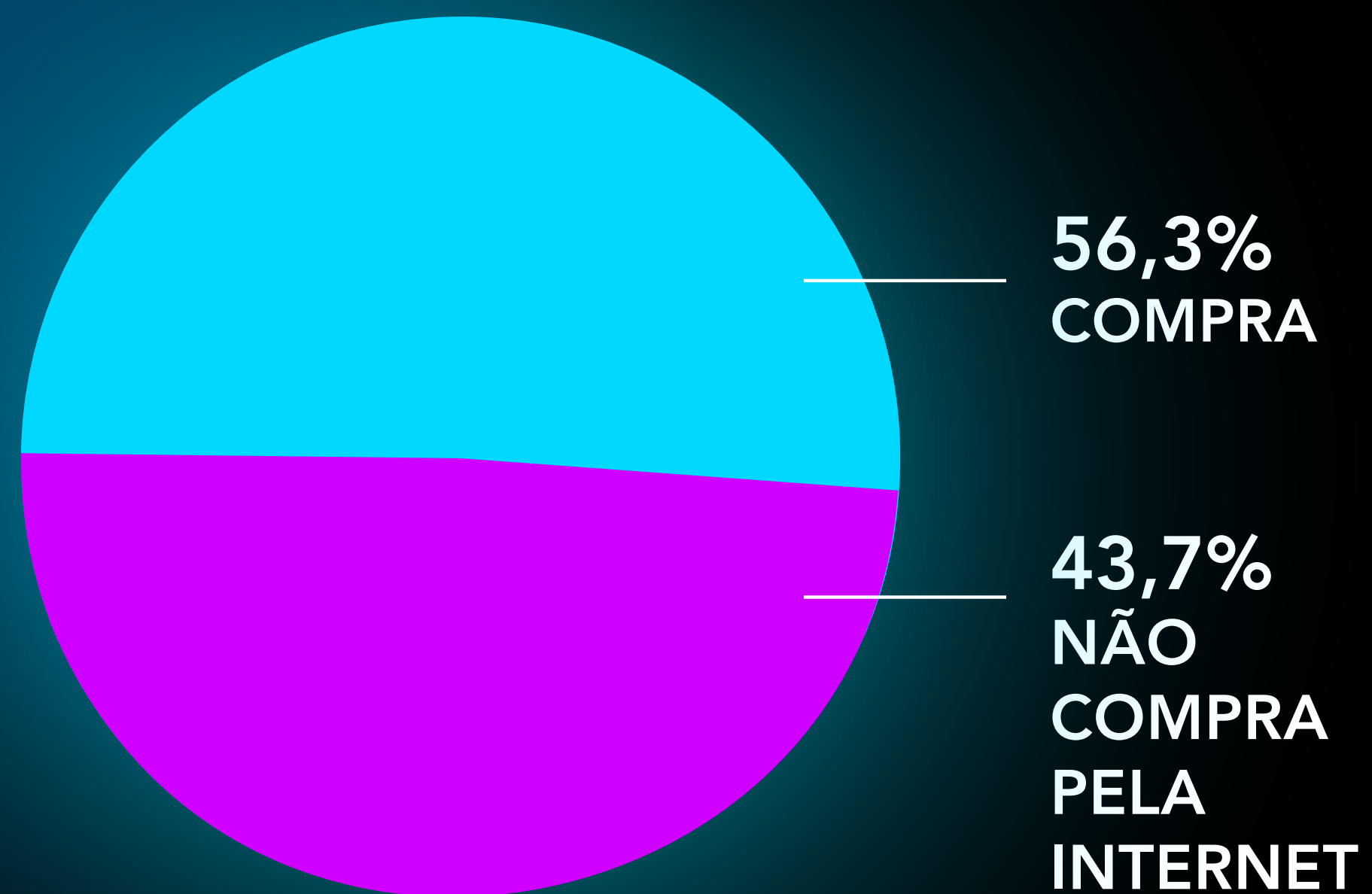
PARA 68% AS COMPRAS SERÃO PAGAS À VISTAS.
MAS 32% IRÃO PARCELAR, E DESTES O NÚMERO DE
PARCELAS SERÁ:

1x	4%	4x	12,9%
2x	12,1%	5x	19,3%
3x	20,2%	6x ou +	31,5%

PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA



COMPRAS PELA INTERNET



NO CASO DE COMPRAS PELA INTERNET, QUE FATORES VOCÊ CONSIDERA?

37,3%
PREÇO

22%
REPUTAÇÃO
DA EMPRESA

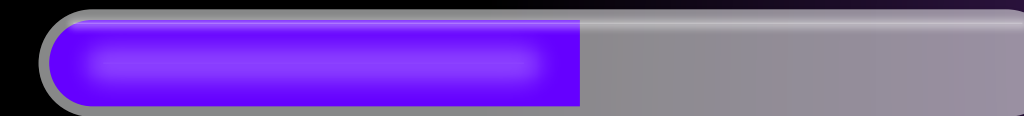
22%
PRAZO DE
ENTREGA

18,6%
SEGURANÇA

VOCÊ ENTENDE QUE O COMÉRCIO ELETRÔNICO IRÁ SUBSTITUIR A EXPERIÊNCIA DE COMPRA EM UMA LOJA FÍSICA?

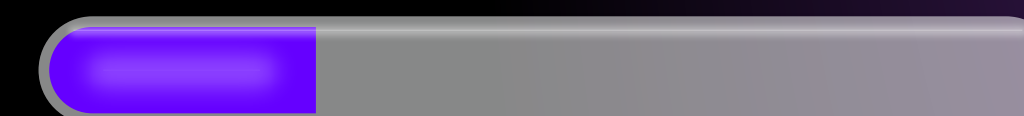
NÃO,
A EXPERIÊNCIA DE COMPRA EM
LOJAS FÍSICAS TEM SEUS ATRATIVOS

45,3%



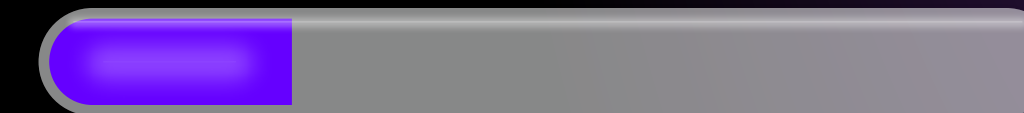
NÃO,
SOMENTE PARA ALGUNS PRODUTOS
OU SITUAÇÕES COMO A BLACK FRIDAY

26,3%



SIM

25%

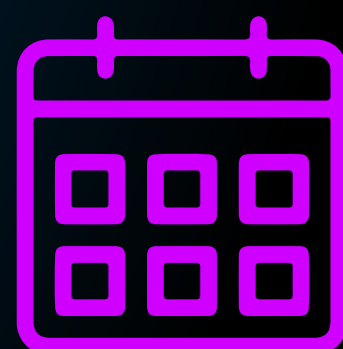


NÃO TEM UMA POSIÇÃO DEFINIDA
QUANTO A ESTE ASSUNTO

3,4%



PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



42,2% SEGUNDA A SEXTA
49,8% SÁBADO
8% DOMINGO

HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



65,3% MANHÃ
27,2% TARDE
7,5% NOITE

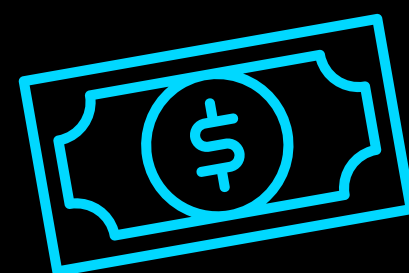
QUE FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



ATENDIMENTO



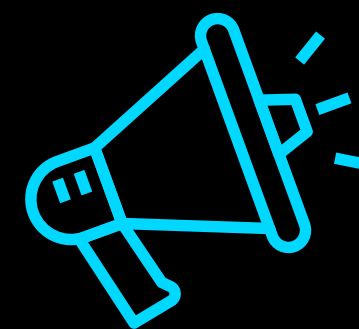
PRODUTO



CONDIÇÕES
DE PAGAMENTO



LOCAL



PROPAGANDA
E DIVULGAÇÃO



TRANSPARÊNCIA



DIGITAL

37,7%

25,9%

23,2%

6%

2,8%

2,5%

1,9%

Atenção,
Explicações
sobre os
produtos e
ajuda para
escolher os
produtos

Qualidade,
diversidade
e produtos
diferenciados

Preços,
descontos e
promoções

Estacionamento,
segurança
e fácil acesso

Anúncios em
redes sociais,
folhetos e
cartazes

Identificação
clara dos preços

Atendimento
digital e
entrega a
domicílio

