No Dia dos Namorados, veja como sua marca pode conversar com apaixonados de todos os perfis

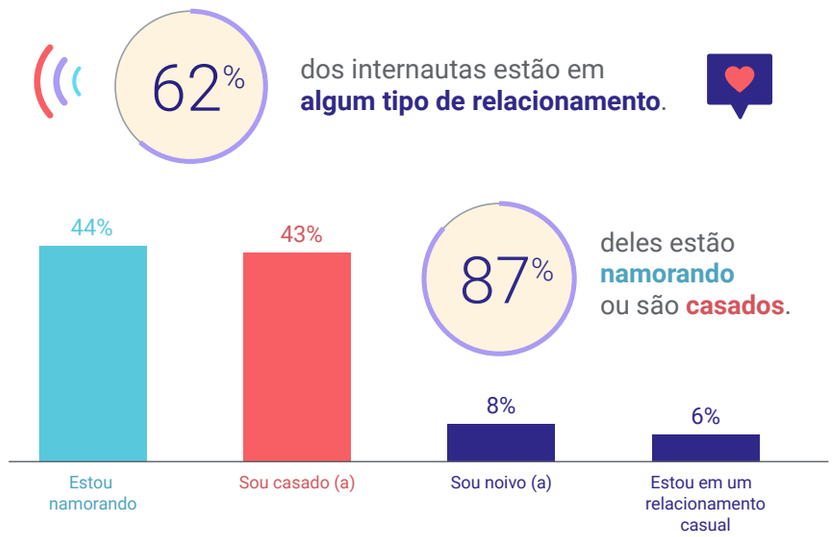
Stephania Costa / Maio 2019 /
Tendências de Consumo, Varejo, Métricas, Buscas, Omnichannel

O amor está no ar no Dia dos Namorados – e isso vale para todos os tipos de relacionamento. Não só as pessoas que estão namorando vão atrás de presentes para os seus amados e amadas no dia 12 de junho: dados dos consumidores mostram que os casados, mesmo estando juntos há muito tempo, também encarnam os "eternos namorados" e buscam algo para dar às suas almas gêmeas nessa data.

Mas quais são os hábitos dessas pessoas quando compram os presentes de Dia dos Namorados? Será que o status de relacionamento tem alguma influência na hora de buscar um produto? Faz sentido pensar em uma campanha de eletrônicos nessa data, ou o ideal mesmo para ela são chocolates e flores? Vamos olhar para alguns dados que podem ajudar na estratégia da sua marca nesse momento tão marcante do ano.

Conhecendo melhor essas almas gêmeas

Uma enquete feita pelo Google junto a brasileiros conectados[1] mostra que, de cada dez dessas pessoas, seis estão em algum tipo de relacionamento. Entre esses entrevistados, casados e namorados formam a maioria esmagadora. Outro dado interessante é que, entre os namorados, quase 80% estão em um relacionamento há menos de três anos, enquanto a grande maioria dos casados estão juntos há pelo menos cinco anos.



Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "Se você está em um relacionamento, em qual das situações abaixo você se encaixa?"

Onde essas pessoas **se conheceram**...

Namorados

17% Internet

29% Escola ou curso

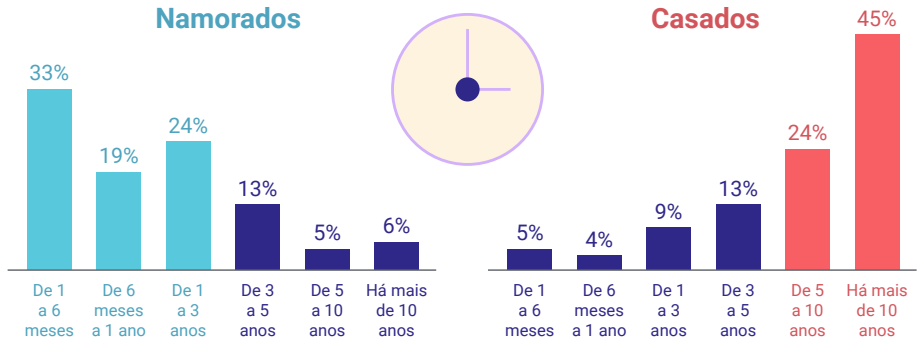
Casados

21% Trabalho

49% Através de amigos ou em eventos sociais/festas

Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "Onde você conheceu seu (sua) atual parceiro(a)?"

... e **há quanto** tempo estão **juntas**



76% **têm até 3 anos** de relacionamento

69% **têm mais de 5 anos** de casamento

Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "Há quanto tempo você está em um relacionamento com essa pessoa?"

Em busca do presente perfeito

Quando chega a data, a maioria dos entrevistados, tanto namorados quanto casados, pensa em dar um mimo – ou algo mais do que isso – para seu parceiro ou parceira. E entre os que estão casados, vale a máxima dos "eternos namorados": praticamente 50% pensa em dar pelo menos um presente para a pessoa com quem decidiu passar a vida junto.

52% **pretendem presentear** o(a) parceiro(a) no Dia dos Namorados

57% **dos namorados**

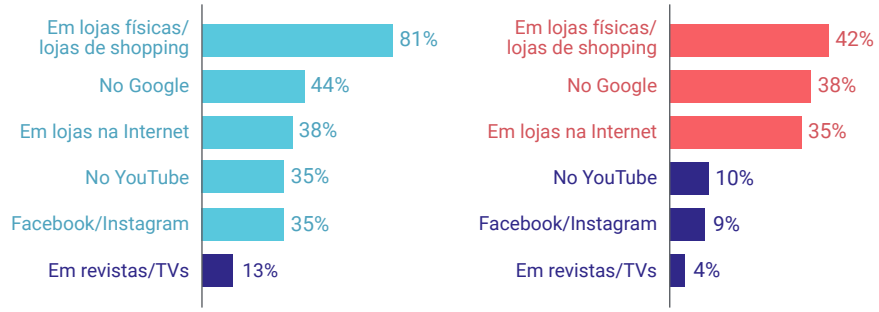
49% **dos casados**

Fonte: Google Survey, 400 respondentes; "Você pretende presentear seu (sua) parceiro(a) no Dia dos Namorados em 2019?" e "Onde você pretende comprar o(s) presente(s) de Dia dos Namorados?"

Além de pesquisarem antes, sendo mais planejados, os namorados são mais ativos na busca pelos presentes. Eles também são mais generosos na quantidade de itens, mas os casados pretendem gastar mais na data – embora deixem a pesquisa para a última hora.

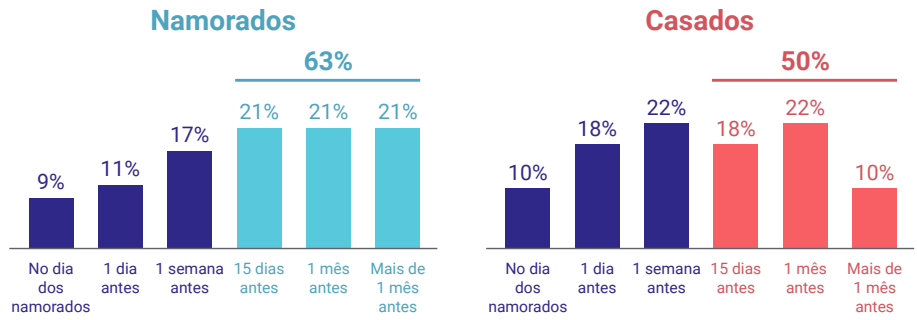
Onde as pessoas **pesquisam**?

Namorados **Casados**



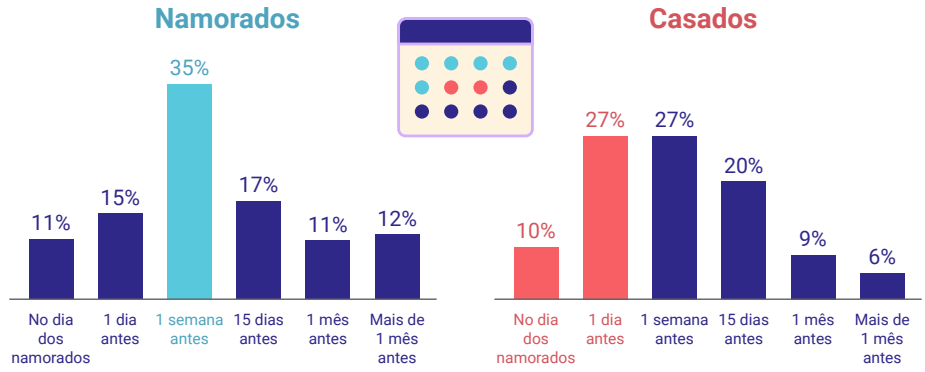
Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "Onde você costuma pesquisar pelo presente de Dia dos Namorados (marque todas as opções que se apliquem)?"

Quando as pessoas **fazem** suas **buscas**...



Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "Quando você costuma pesquisar pelo presente do Dia dos Namorados?"

... e **quando compram**?

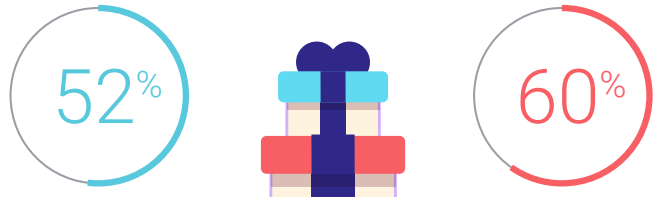


35% dos **namorados compram** o presente **1 semana antes** da data

37% dos **casados compram** o presente **no Dia** dos Namorados **ou na véspera**

Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "Quando você costuma *comprar* o presente do Dia dos Namorados?"

Quantos presentes as pessoas compram?



dos **namorados** pretendem comprar **2 presentes ou mais**

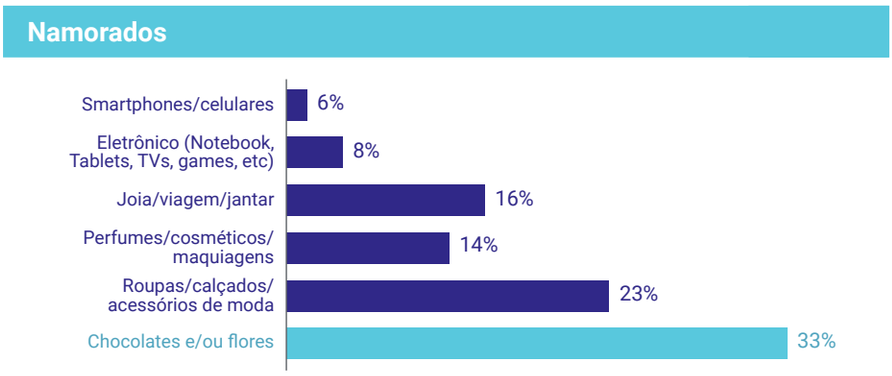
dos **casados** pretendem comprar **somente um presente**

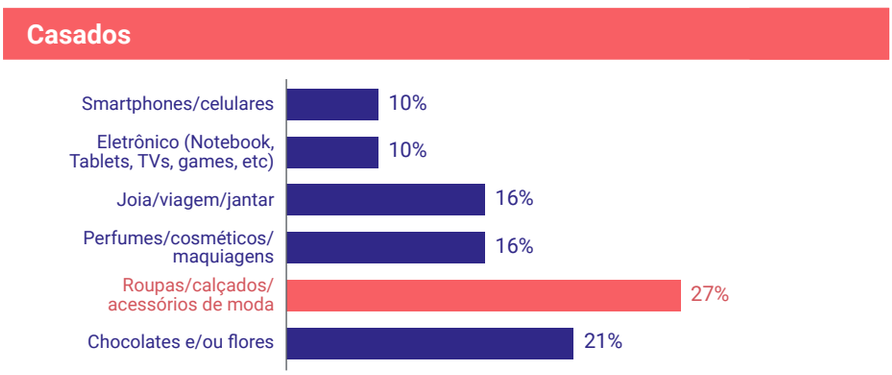
Fonte: Google Survey, 400 respondentes

Quanto as pessoas **pretendem gastar**?

Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "Quanto você pretende gastar com o(s) presente(s) de Dia dos Namorados?"

No momento de escolher o que presentear, o status do relacionamento também influencia.





Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "Quando você costuma *comprar* o presente do Dia dos Namorados?"

COMO FLECHAR O CORAÇÃO DO SEU PÚBLICO?

Com esses dados em mãos, notamos que casados e namorados pertencem a dois perfis distintos de consumidor no Dia dos Namorados. Vamos ver como eles são

Quem está namorando	Quem já é casado
Tem **menos tempo** de relacionamento	Tem **mais tempo** de relacionamento
O objetivo do presente é **conquistar**	Já **conhece os gostos** do parceiro
Pesquisa mais e **compra** mais **cedo**	**Planeja menos** e compra perto da data
Tenta diversificar nos presentes	**Compra menos** presentes e **gasta mais**
Flores e chocolate são preferidos para dar	**Itens de moda** são os preferidos para dar

Fonte: Google Survey, 400 respondentes

Assim, aqui vão alguns insights para movimentar o Dia dos Namorados para a sua marca, levando em conta o status do relacionamento das pessoas que formam o seu público.

1 - Namoro em tempos online

O Dia dos Namorados é mais uma data especial em que o online marca uma presença forte na hora das compras. Uma grande fatia do público está de olho nos aplicativos e nos sites de e-commerce para adquirir os presentes para seu parceiro ou parceira. Outro sinal da importância da web é o aumento de downloads de apps na semana do Dia dos Namorados. Com isso, se sua marca dá importância ao Dia dos Namorados, aqui vai uma dica: suas plataformas online precisam estar funcionando a todo vapor, merecendo toda sua atenção.

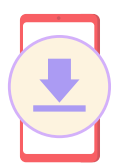
34%
pretendem **comprar** o presente **pela internet.**

30% **dos que namoram...**

37% **dos casados...**

... **compram** o presente **pela Internet**.

Fonte: Google Survey, 400 respondentes; "Você pretende presentear seu (sua) parceiro(a) no Dia dos Namorados em 2019?" e "Onde você pretende comprar o(s) presente(s) de Dia dos Namorados?"



Na semana do Dia **dos Namorados**, o **download** de **apps aumenta**...

7% para os **varejistas em geral**

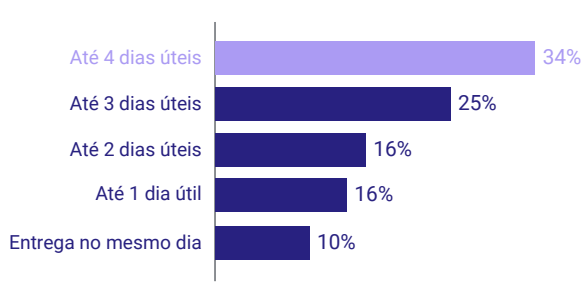
10% para os **varejistas de Moda**

Fonte: AppAnnie

Para os casados, a usabilidade é o fator mais importante nos sites de compra. Nos aplicativos, informações e/ou avaliações de produtos e novidades também têm peso. Já para os namorados, preço, promoções e descontos são os fatores mais relevantes nos sites, enquanto um conteúdo diferenciado para a data é o principal fator nos apps[2].

2 - Quem ama também quer conveniência

Esse peso do e-commerce no Dia dos Namorados traz outra consequência: as pessoas querem o serviço mais conveniente possível. Ou seja, fatores como frete grátis e prazo de entrega são diferenciais para os casados escolherem o local de compra – já que eles levam menos tempo planejando e tomam mais decisões de última hora. Já para os namorados, a facilidade na troca e a flexibilidade no parcelamento fazem mais diferença3. Assim, é importante ter a conveniência em vista como atrativo para seu público.



65%
preferem um prazo de **entrega de até 3 dias**

Fonte: Google Survey, 400 respondentes

3 - Construindo marca com casais plurais

Quando pensam no Dia dos Namorados, as pessoas lembram de marcas de vários setores: cosméticos, chocolates, eletrônicos e até artigos esportivos. No entanto, o varejo fica de fora[4]. É um fenômeno que acontece em outras datas especiais, como Dia das Mães, e que deixa, acima de tudo, uma oportunidade para construção de marca. Nesse sentido, uma maneira de ser eficiente é entender que, no Dia dos Namorados, o público espera ver campanhas mais inclusivas e plurais, representando casais de diferentes perfis e etnias.

64%

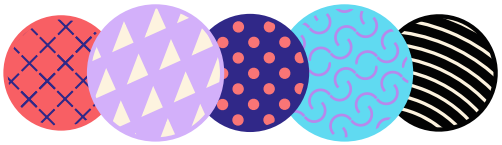
dos entrevistados **não se sentem representados ou preferiam ver mais diversidade** nas campanhas de Dias dos Namorados.

Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "De acordo com sua opção sexual, você se sente representado pelos casais divulgados nas mídias hoje em dia (em programas de TV, filmes, séries e novelas)?"

76% dos **namorados**...

68% dos **casados**...

... gostariam de **ver diversidade na comunicação** de mídia.



Isso inclui...

Casais **trans**

Casais **gays**

Casais de **diferentes etnias**

Casais de **diferentes idades**

Fonte: Google Survey, 400 respondentes, "Que tipo de casal(is) você gostaria de ver representado nas comunicações de Dia dos Namorados?"

Vimos que o público do Dia dos Namorados é diverso, com hábitos de compra bem diferentes dependendo do status do relacionamento. Além disso, as pessoas esperam que as marcas criem diálogos mais diversificados, refletindo a pluralidade do mundo em que vive. Por isso, o caminho para sua estratégia é pensar em diálogos específicos, de acordo tanto com o setor da sua marca quanto com cada fatia do público, e tendo em vista que as pessoas querem ver comunicações mais abrangentes e plurais. Com essas ideias em mente, suas chances de criar conversas e conquistar os apaixonados só vão aumentar.

Stephania Costa
Analytical Lead for Fashion & Sports

Fontes (2)

1, 2 e 3 Google Survey, 400 respondentes.

4 Google Survey, 400 respondentes, "Qual (is) das categorias abaixo *você gostaria de ganhar* de presente de Dia dos Namorados? e Em qual (is) site (s) você pretende comprar o(s) presente(s) de Dia dos Namorados?" e "Qual app você já usou para comprar presente do Dia dos Namorados?"