



PESQUISA BLACK FRIDAY 2021

Descubra como o consumidor
se comportará na maior Black
Friday de todos os tempos!

Entrevistamos 400 brasileiros conectados à internet para saber quais são as expectativas do consumidor para a Black Friday 2021

Uma das datas mais importantes para o comércio no país, físico e virtual, está se aproximando: a Black Friday 2021 chega em novembro com a expectativa de ser a maior que já aconteceu na história.

Em 2020, todas as atenções voltaram-se ao e-commerce de maneira repentina. Por conta da crise sanitária e do fechamento do comércio físico em diversas cidades do país, a maior parte do público aderiu a Black Friday por meio dos canais digitais e fez compras online.

Este ano, no entanto, podemos esperar um comércio eletrônico mais maduro: com as lições aprendidas no último ano, as atenções do consumidor agora se voltam às compras online por escolha própria, por mais segurança no digital e mais comodidade.

Para compreender o que este novo consumidor espera dos grandes descontos deste ano, desenvolvemos uma pesquisa exclusiva com 400 brasileiros conectados à internet sobre suas preferências e anseios.

Os resultados você pode conferir a seguir.

Expectativas

Expectativa de compra está maior em 2021; 87,75% pretendem comprar nesta Black Friday

Quando perguntados se fizeram alguma compra na Black Friday do ano passado, 76,5% dos entrevistados afirmaram que sim.

No entanto, ao responderem se pretendem comprar este ano, este número sobe para 87,75%.

Destes consumidores, aqueles que revelaram escolher as compras online por medo do contágio do COVID-19 somam 62,96%. No ano passado, este número era de 75,3%.

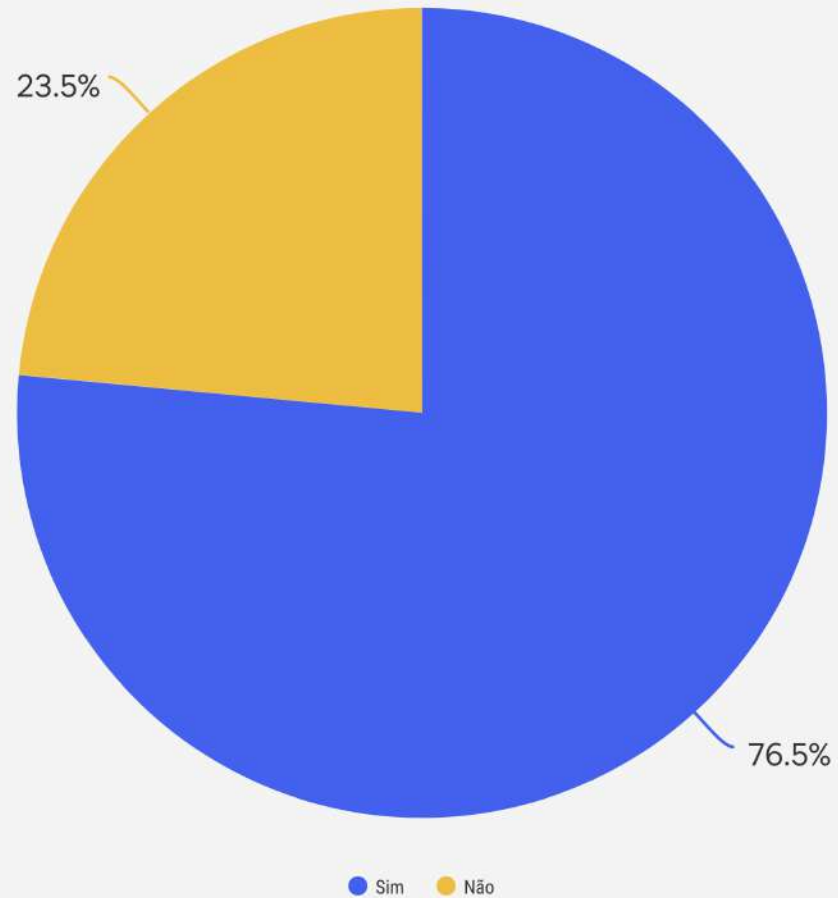
Estes dados mostram que, apesar da reabertura de algumas cidades, como São Paulo, a maior parte da população ainda possui algum receio com relação à pandemia.

Essa constatação se corrobora pelo fato de que mais da metade dos consumidores (55,56%) pretende comprar algum item de proteção ao coronavírus.

Apesar disso, o anseio pelos descontos é grande: 72,65% dos respondentes esperam começar suas compras assim que as promoções começarem a surgir, enquanto apenas pouco mais de 27% esperarão pelo dia 26 de novembro. Confira todos os dados nas próximas páginas.

BLACK FRIDAY 2021

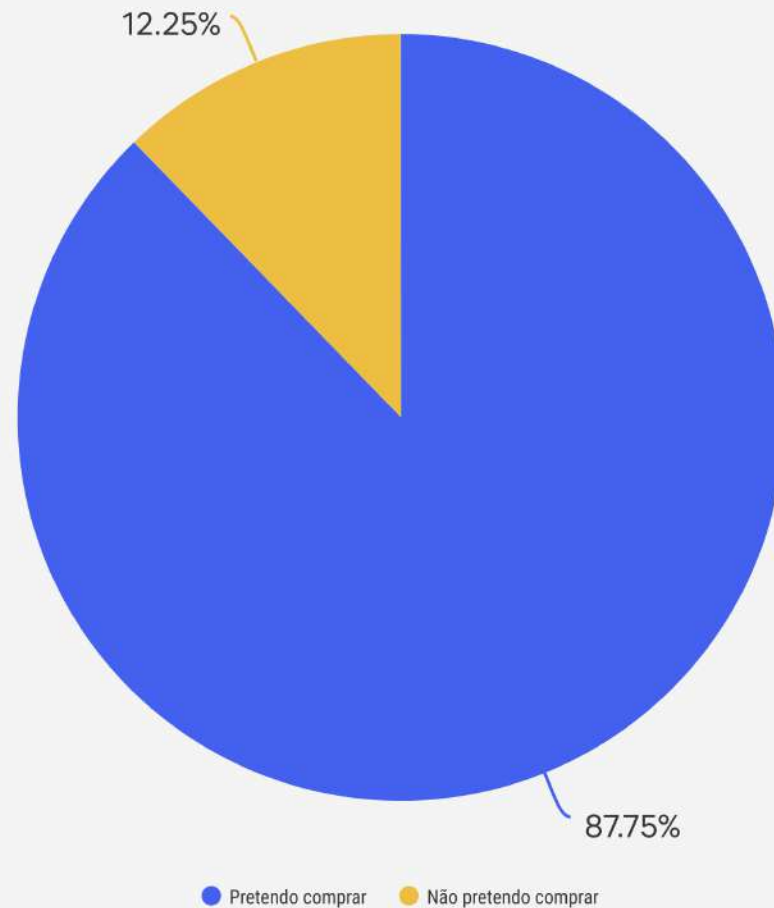
Você fez compras na Black Friday/Black November do ano passado (2020)?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

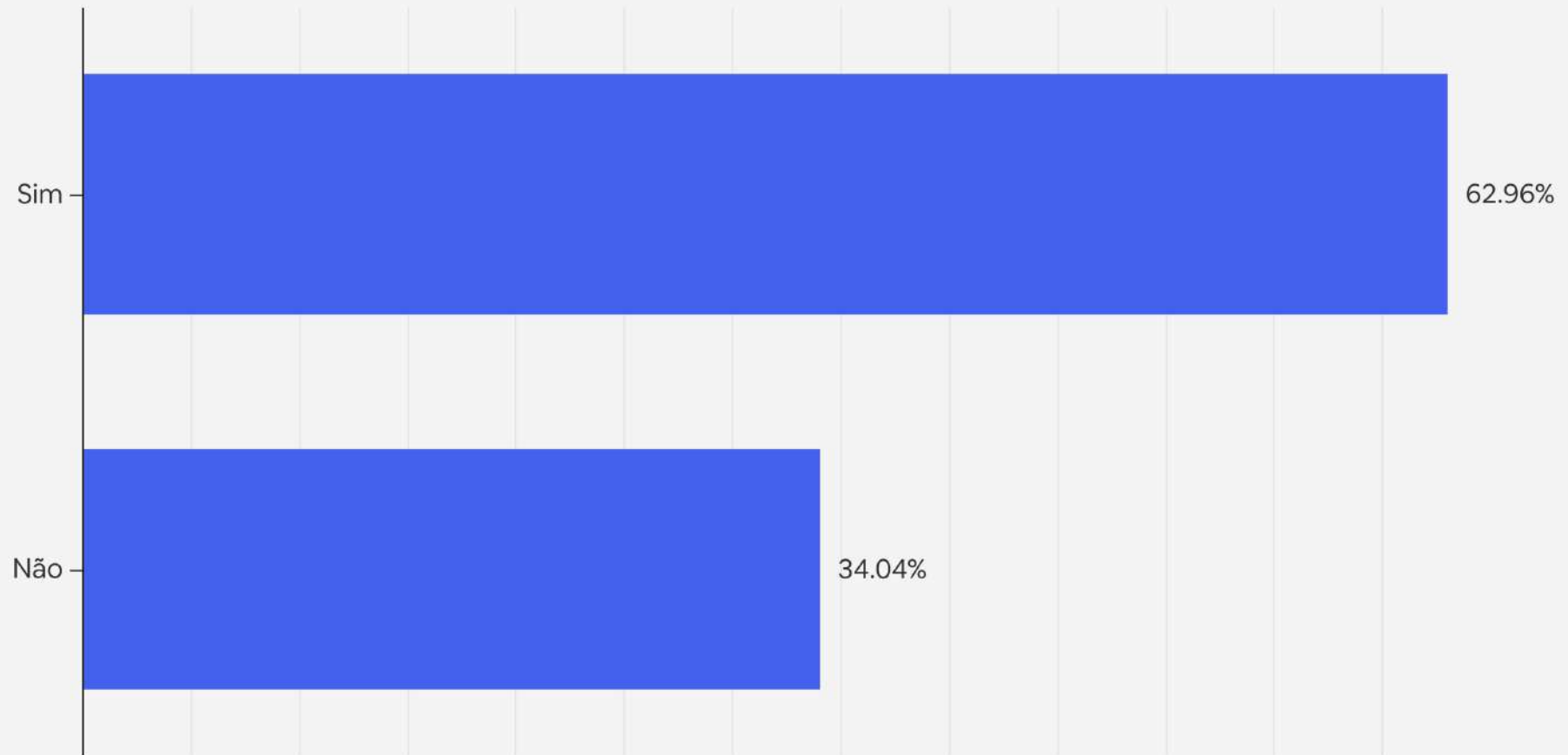
Sobre a Black Friday, Black November e variações, qual(is) opção(ões) melhor descreve(m) você para 2021?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

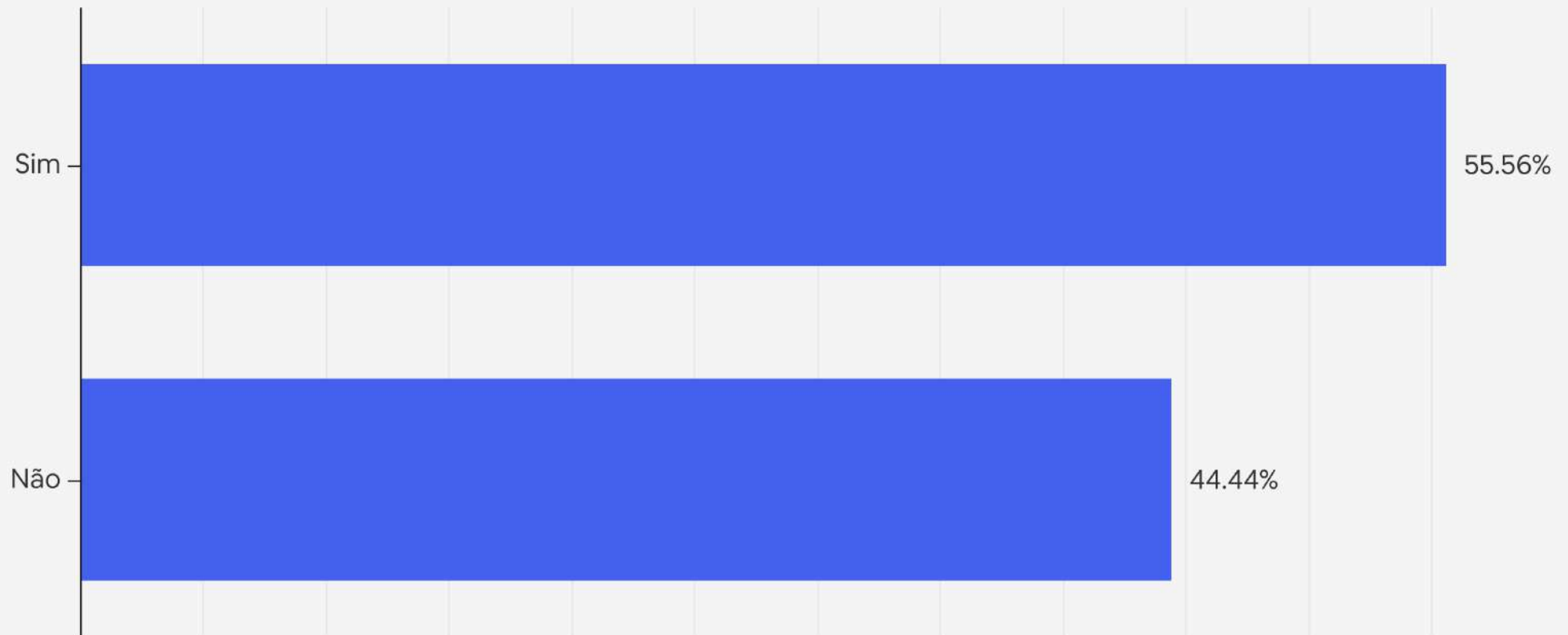
Nesta Black Friday/Black November, você comprou ou comprará online por medo de contágio do COVID-19?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

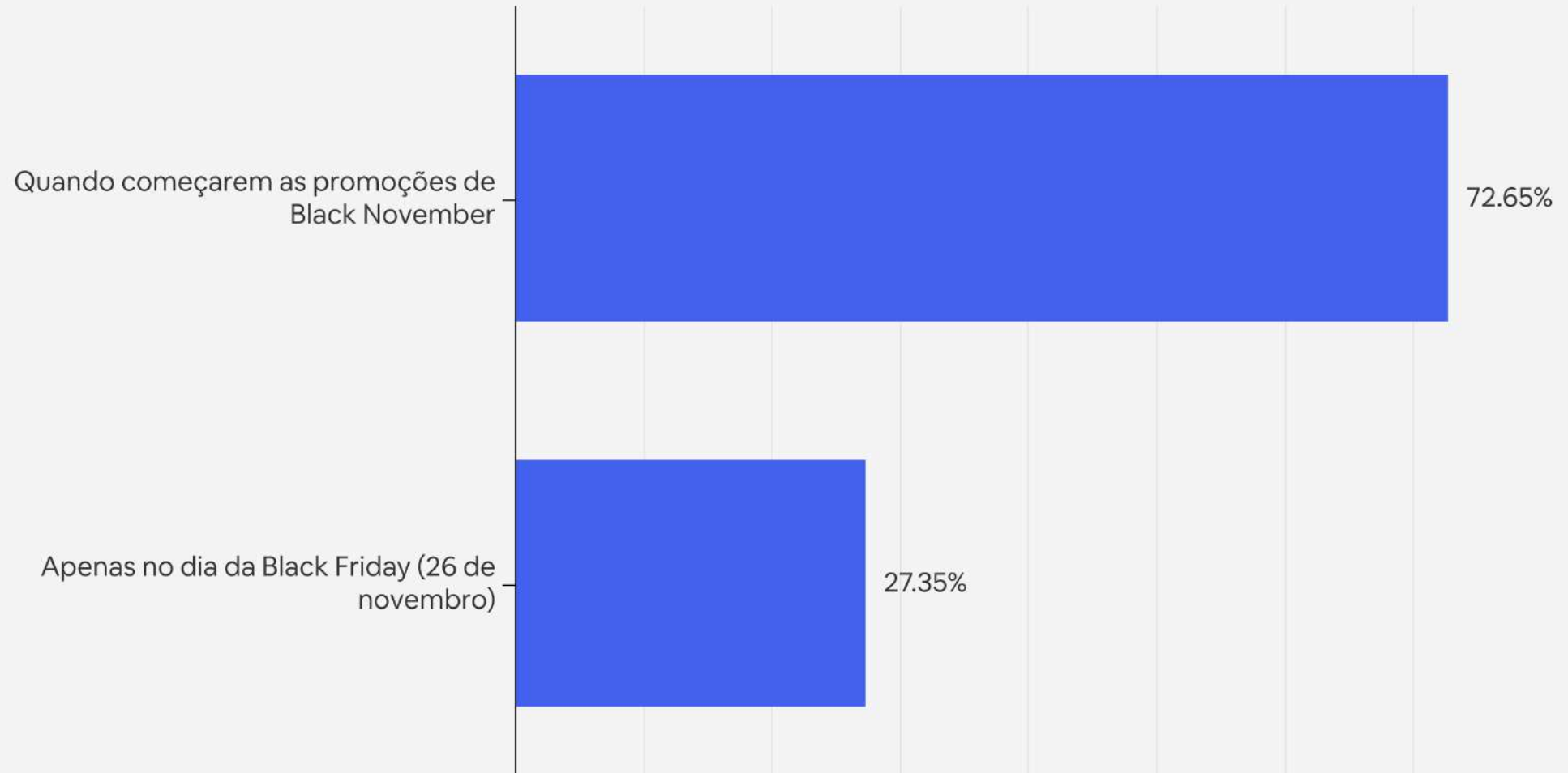
Nesta Black Friday/Black November, você pretende comprar algum produto para prevenir o coronavírus?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

Nesta Black Friday, você pretende comprar quando?



Fonte: Conversion (2021)

Orçamento e intenção de compra

Faixa de gastos é alta e maioria pretende antecipar as compras para o Natal

Ao responderem quanto pretendem gastar em suas compras deste ano, 55,84% dos entrevistados entraram na faixa de R\$500,01 a R\$3.000,00.

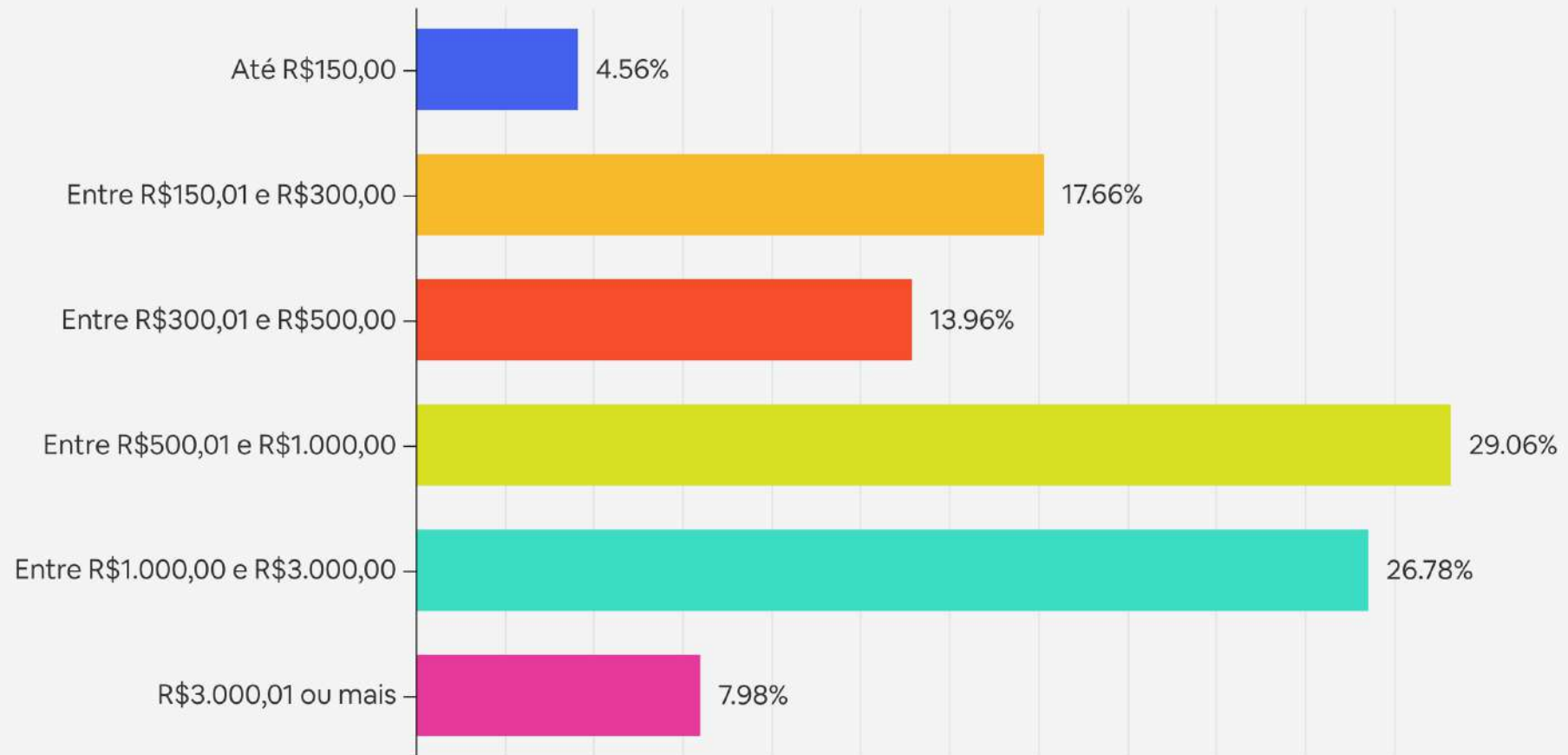
As compras para o Natal também lideram as intenções, e 86,04% dos consumidores assumiram usar a Black Friday para garantir os presentes de final de ano.

Segundo nossa pesquisa, os mais presenteados serão os familiares próximos, com as maiores intenções de presentes indo para cônjuge (esposo e esposa) e filhos.

Veja os dados a seguir.

BLACK FRIDAY 2021

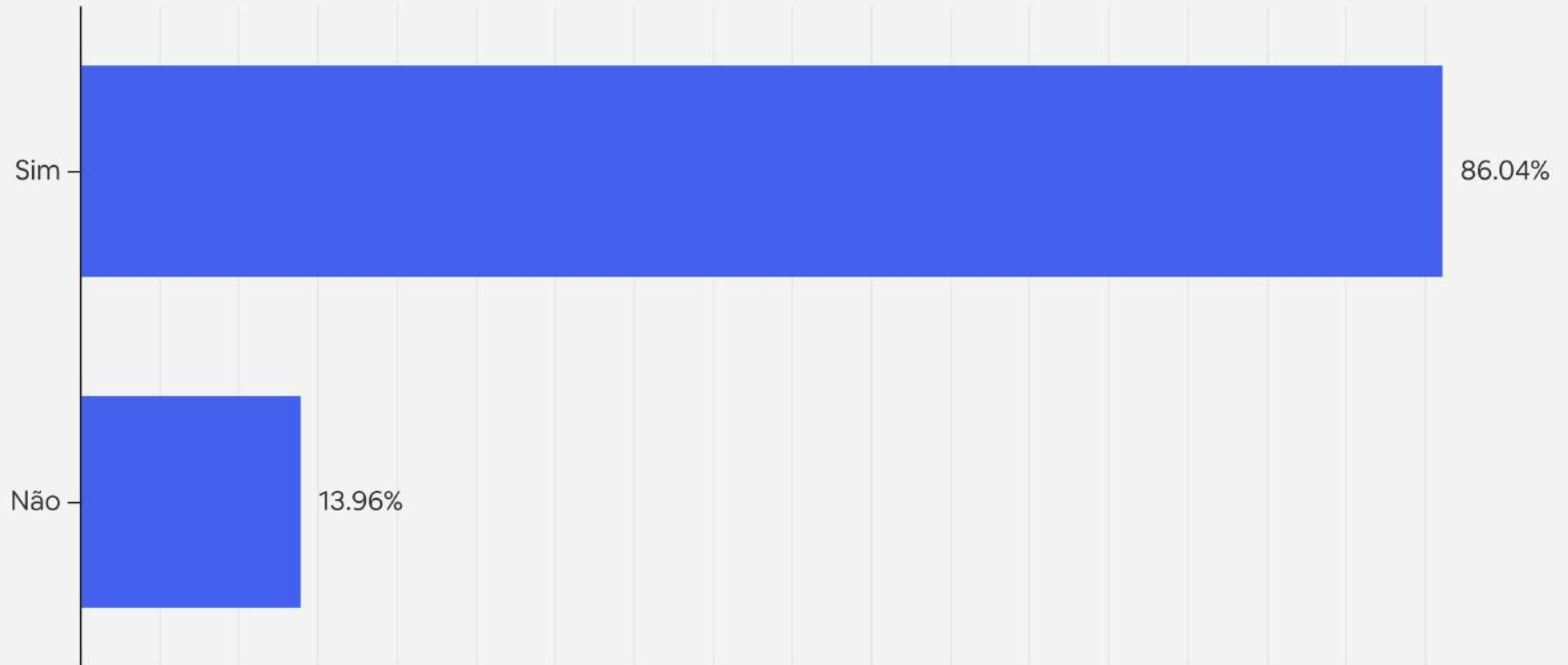
Nesta Black Friday/Black November, aproximadamente quanto você pretende gastar em suas compras?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

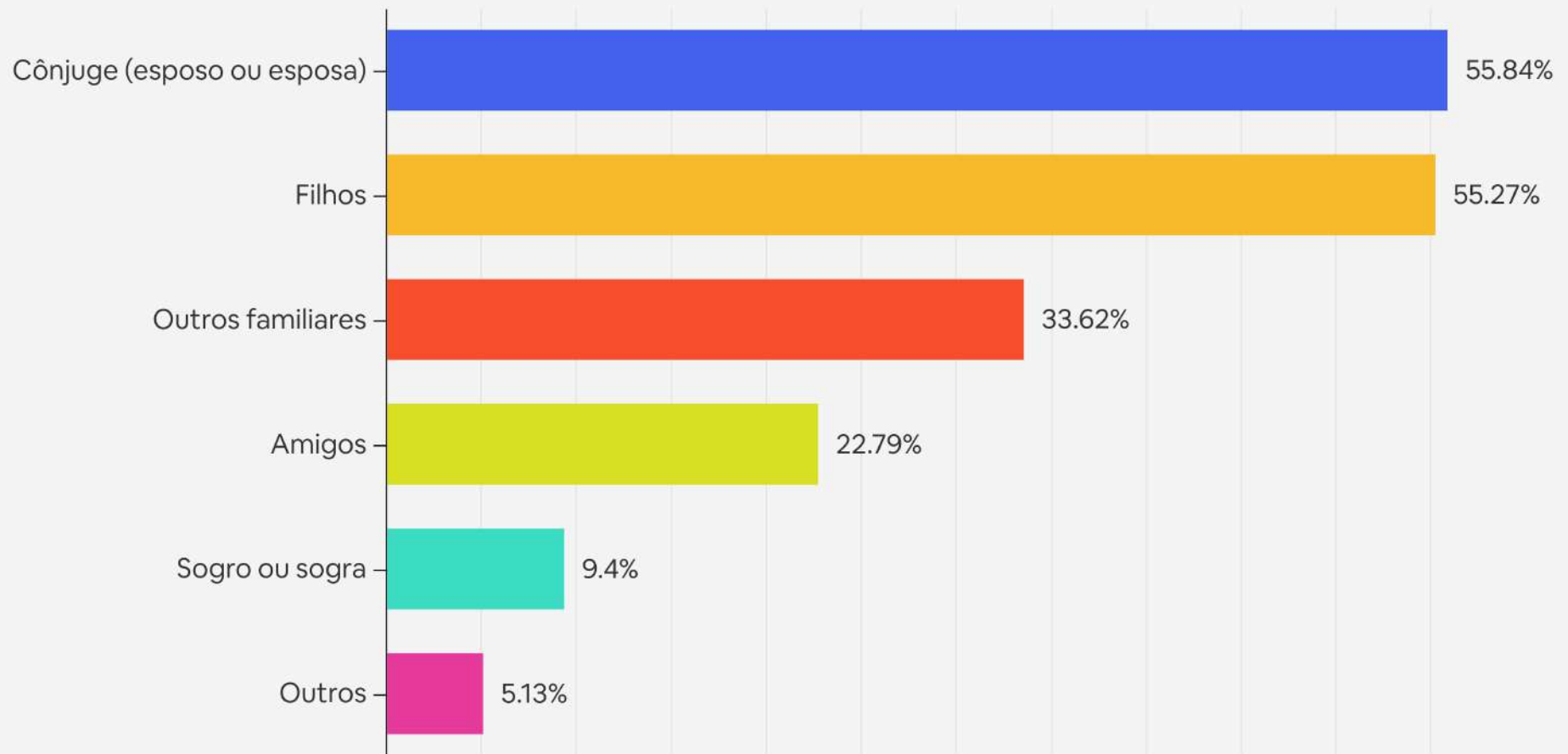
Você pretende usar a Black Friday/Black November para comprar presentes de Natal?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

Nesta Black Friday/Black November, você pretende comprar presentes para outras pessoas?



Fonte: Conversion (2021)

Categorias

Celulares e eletrônicos lideram intenções de compra

Este ano, o item mais desejado pelos consumidores são os Celulares, com 66,67% das intenções de compra.

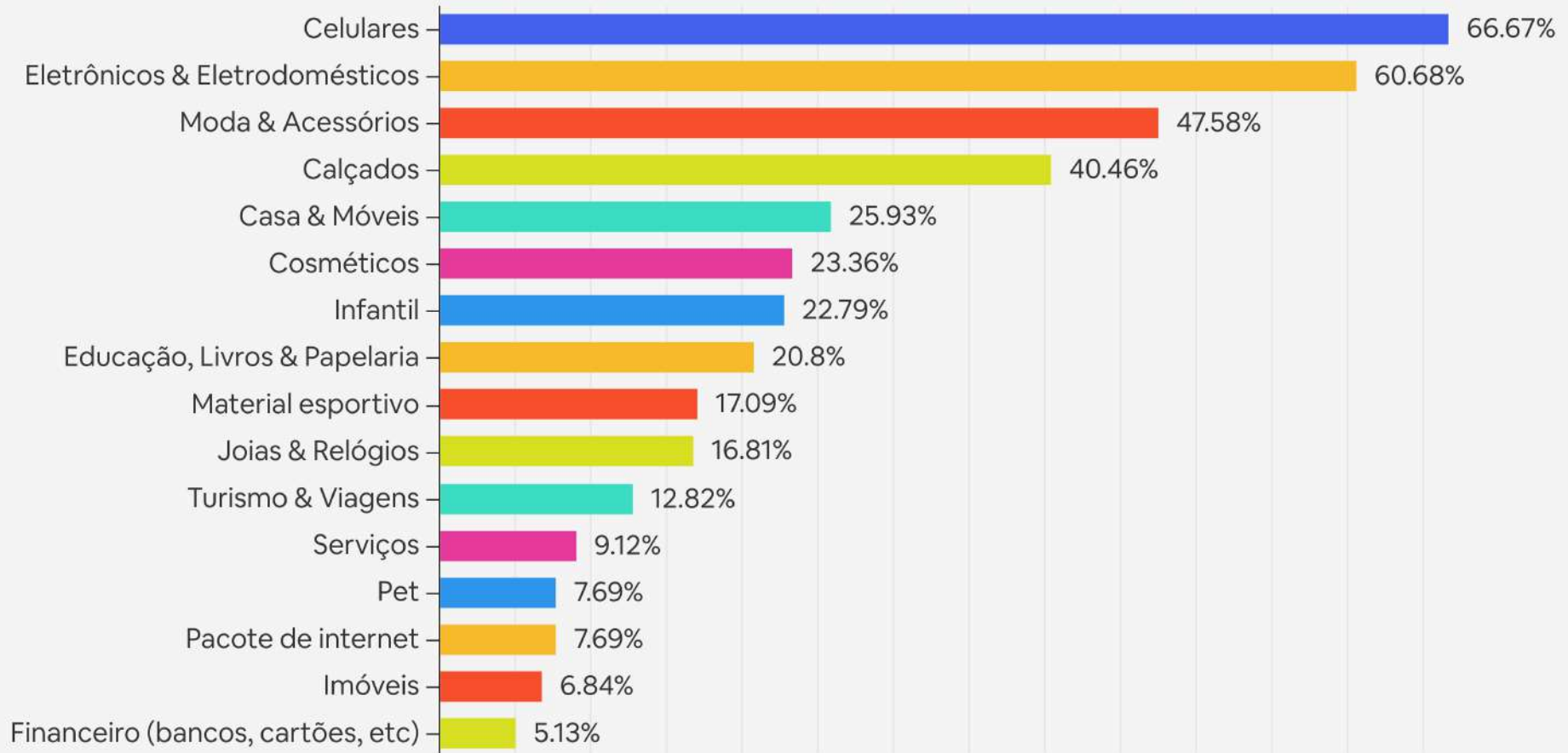
No ano passado, a categoria de Eletrônicos & Eletrodomésticos vinha na frente, uma consequência do isolamento social, período em que a maioria dos brasileiros comprou itens para melhorar a infraestrutura de suas próprias casas.

Outro ponto de atenção é que, apesar do setor de Turismo & Viagens estar passando por uma grande retomada, tendo sido o setor de maior crescimento do comércio eletrônico em Julho, apenas 12,82% dos consumidores pretendem usar a Black Friday para garantir suas férias.

Veja a seguir a divisão de preferência por categorias.

BLACK FRIDAY 2021

Na Black Friday/November 2021, quais categorias de produtos você pretende comprar?



Fonte: Conversion (2021)

Confiança

Medo de fraudes diminui, mas segurança ainda é fator determinante

Quando perguntados sobre o medo de fraudes, 80,63% dos consumidores afirmaram possuir algum.

Este número revela maior confiabilidade por parte dos respondentes, uma vez que, no ano passado, este número era de 84,6%.

Ainda que o cenário esteja mais positivo, porém, é um fator bastante negativo que a maior parte da população ainda tema ser lesada mesmo após 11 anos da implementação da Black Friday no Brasil.

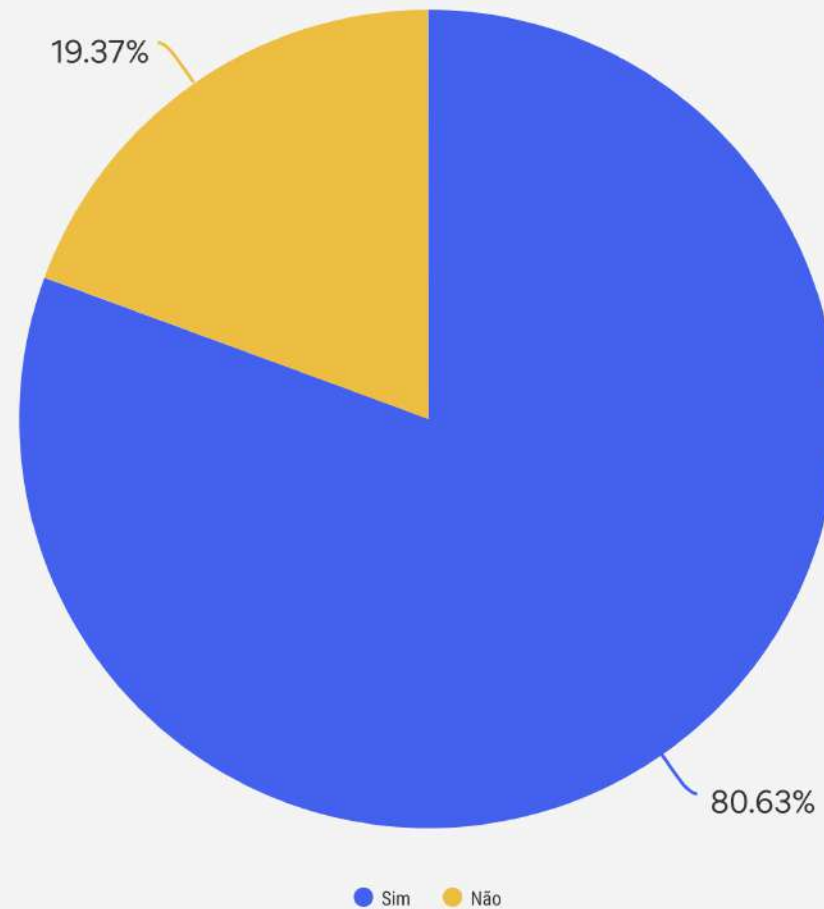
Apesar do preço do produto ser o aspecto mais importante na decisão de compra para 83,48% dos consumidores, fatores como selos de segurança e boa avaliação no ReclameAqui possuem grande peso.

Depoimentos e avaliações também estão no TOP 10 da lista, que ainda inclui boa avaliação no Google e bom conteúdo como fatores que chamam a atenção do consumidor digital.

Veja os gráficos a seguir.

BLACK FRIDAY 2021

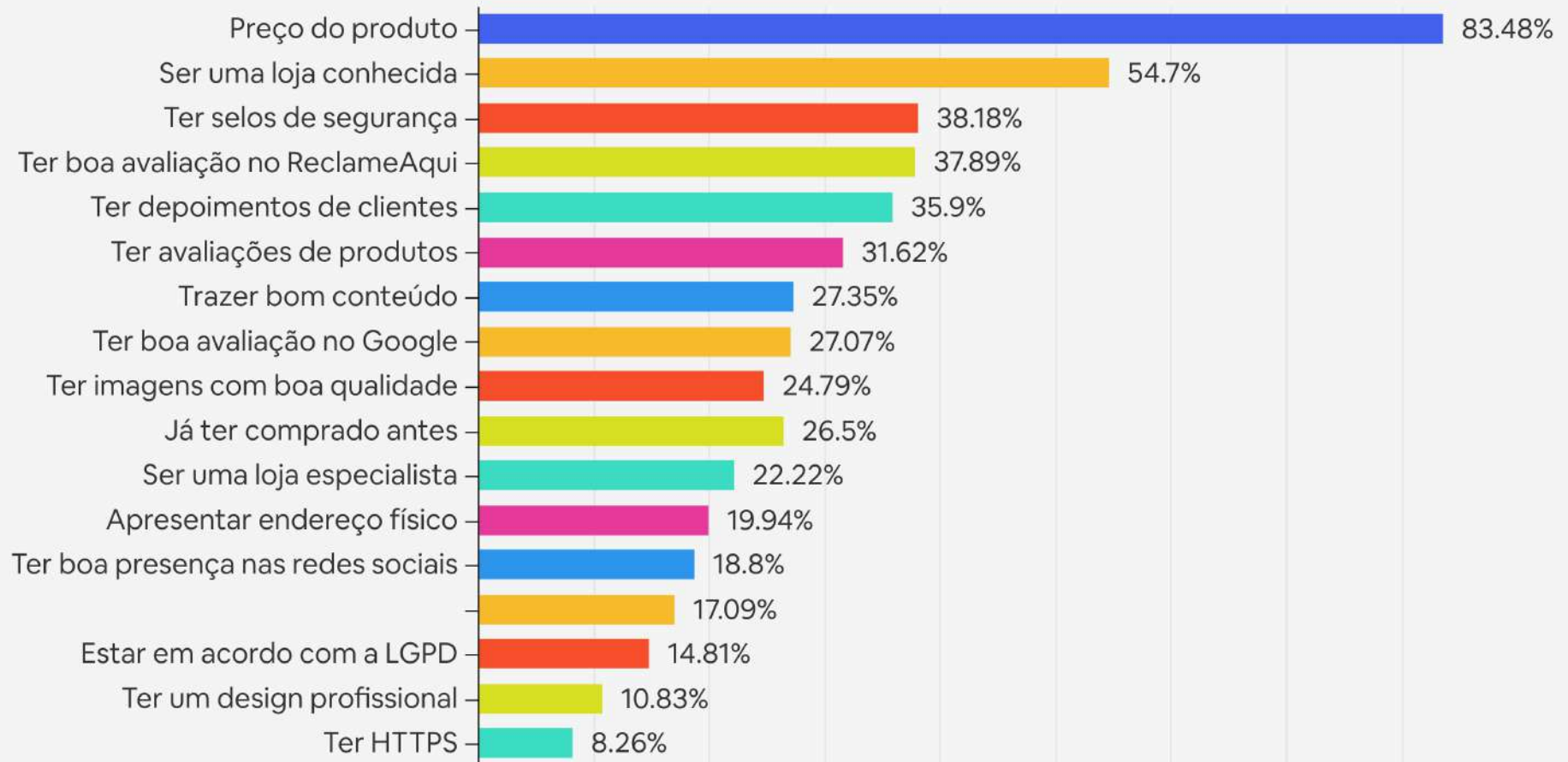
Na Black Friday/Black November, você tem medo de fraudes?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

Para fazer compras na Black Friday, o que você mais pretende levar em conta na hora de decidir onde comprar?



Fonte: Conversion (2021)

Descontos

Descontos são maior motivador de compras

Como era o esperado, 81,77% dos entrevistados afirmaram que os preços mais baixos são o maior motivador das compras feitas na Black Friday.

Outros motivadores são 13º salário e necessidade.

Com relação aos descontos procurados por quem vai comprar, a faixa mínima de 30% de desconto continua sendo a mais atrativa para a maioria (22,79%).

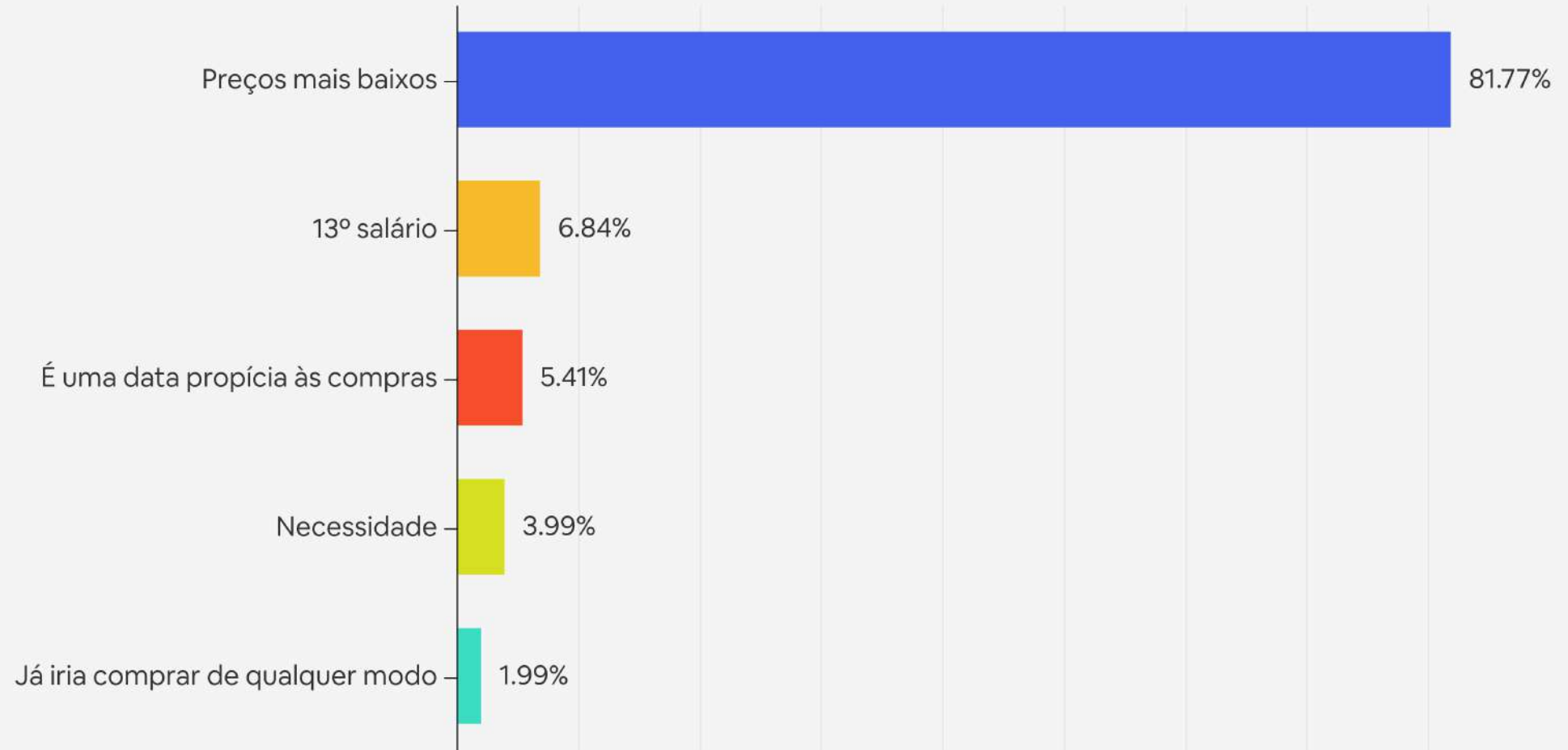
A preferência maior varia entre 20% e 50% de abatimento nos preços.

Ao falarem sobre frete, 40,74% consideram que esperar até 1 semana é um prazo aceitável, enquanto somente 17,09% admitem esperar mais do que isso.

Veja os dados a seguir.

BLACK FRIDAY 2021

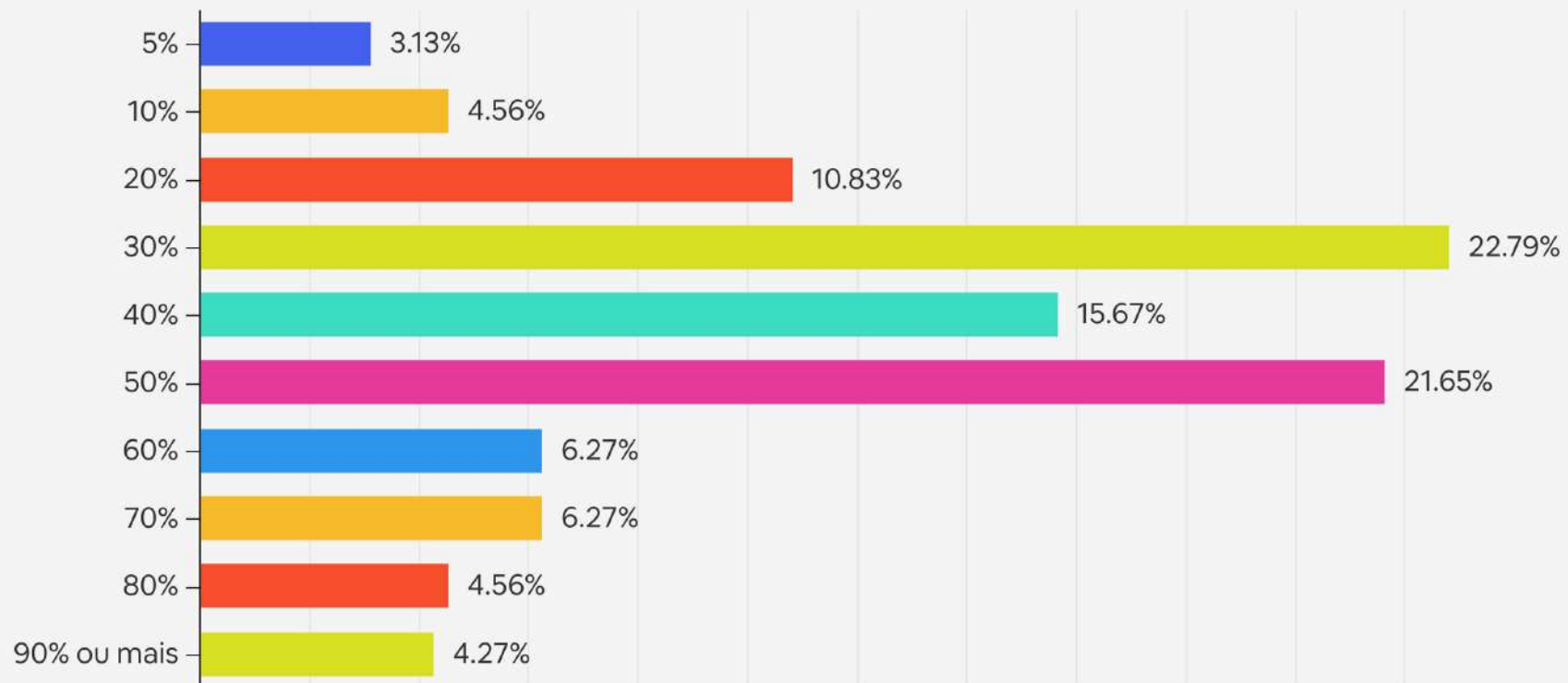
Durante a Black Friday, o que mais te motiva a comprar?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

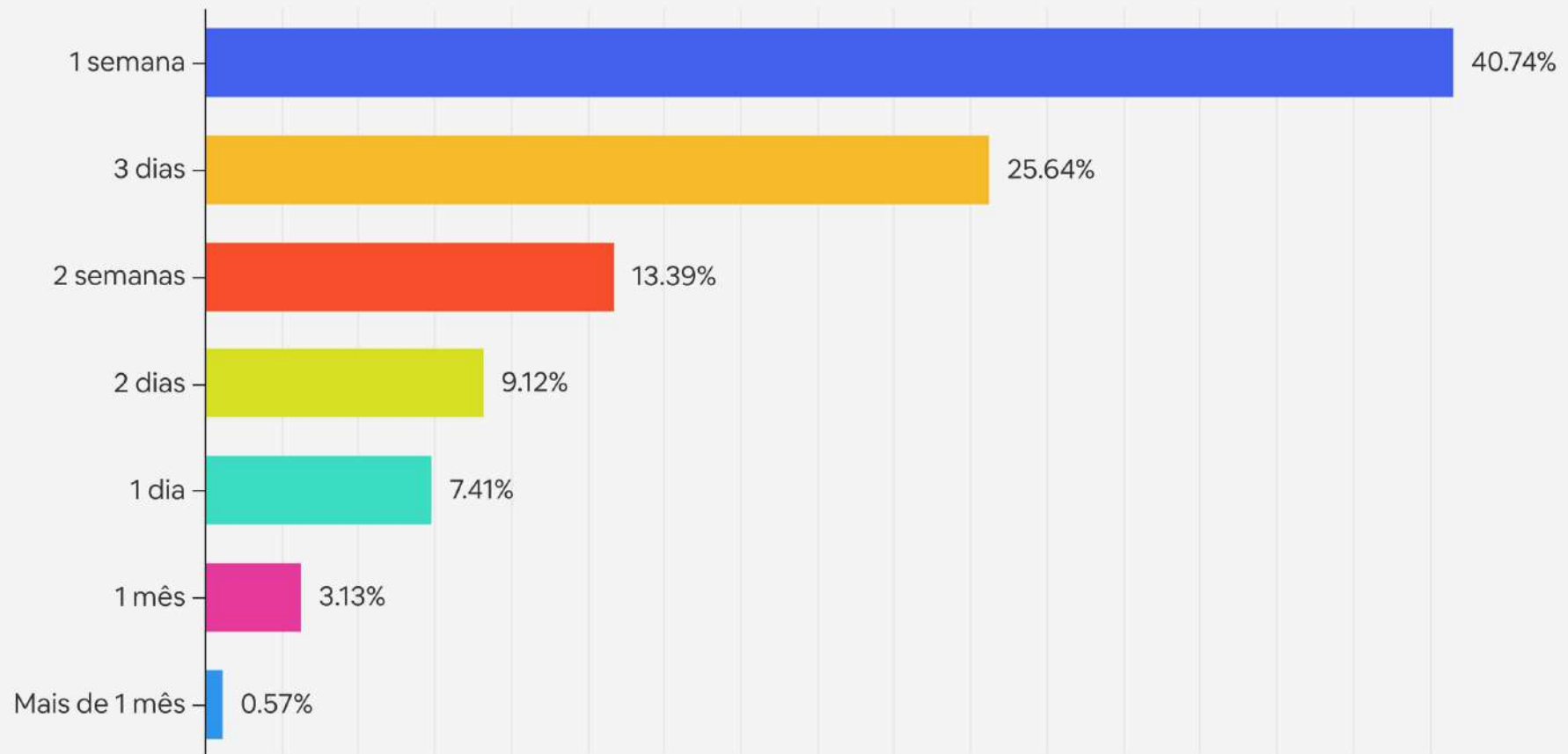
Nesta Black Friday/November e variações, qual o desconto mínimo que chamará a sua atenção?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

Para compras na Black Friday/Black November, qual para você é o prazo de entrega aceitável?



Fonte: Conversion (2021)

Comércio eletrônico

Data alavanca comércio eletrônico e 72% pretendem comprar online

Este ano, 56,98% dos consumidores pretendem comprar em sites e lojas virtuais, enquanto 14,81% pretendem comprar através dos aplicativos. No total, quase 72% dos consumidores esperam aderir a Black Friday por meio de canais digitais.

As lojas físicas aparecem com 27,35% da preferência, cerca de 6% a mais do que no ano passado, em que parte delas estavam fechadas por conta de decretos governamentais.

É possível afirmar, portanto, que o crescimento do comércio eletrônico não anula o desejo do consumidor pelas lojas físicas.

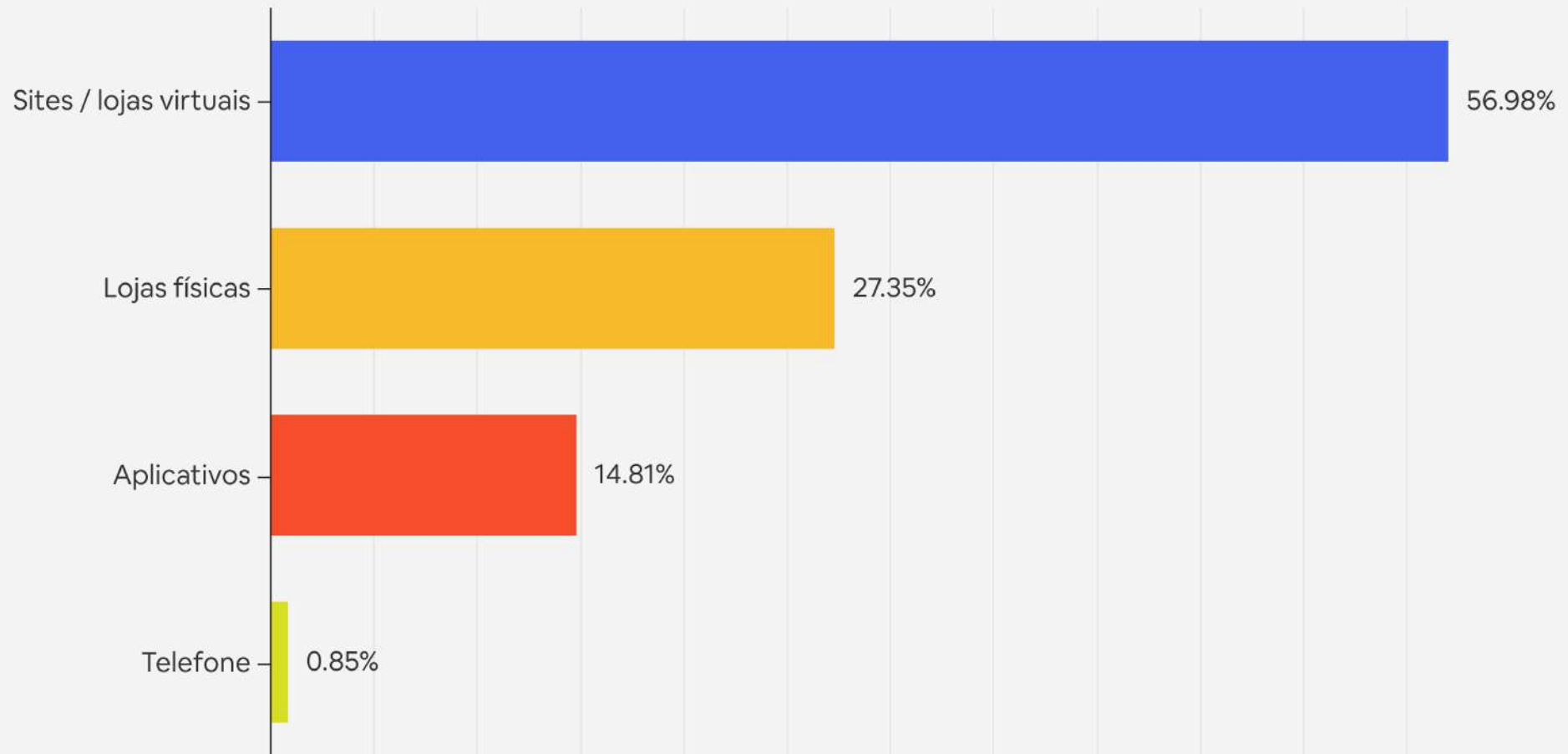
Quando perguntados sobre como espera descobrir as melhores ofertas, o acesso aos sites das suas marcas preferidas foi a resposta mais escolhida, com 65,53% dos votos.

No entanto, pesquisar no Google vem em segundo lugar, com 52% das respostas: número que demonstra de maneira clara a importância da busca para o e-commerce nacional.

Indo ainda mais adiante, podemos lembrar que a busca orgânica já é o segundo maior canal de tráfego do comércio eletrônico brasileiro, perdendo apenas para o acesso direto e estando a frente da mídia paga.

BLACK FRIDAY 2021

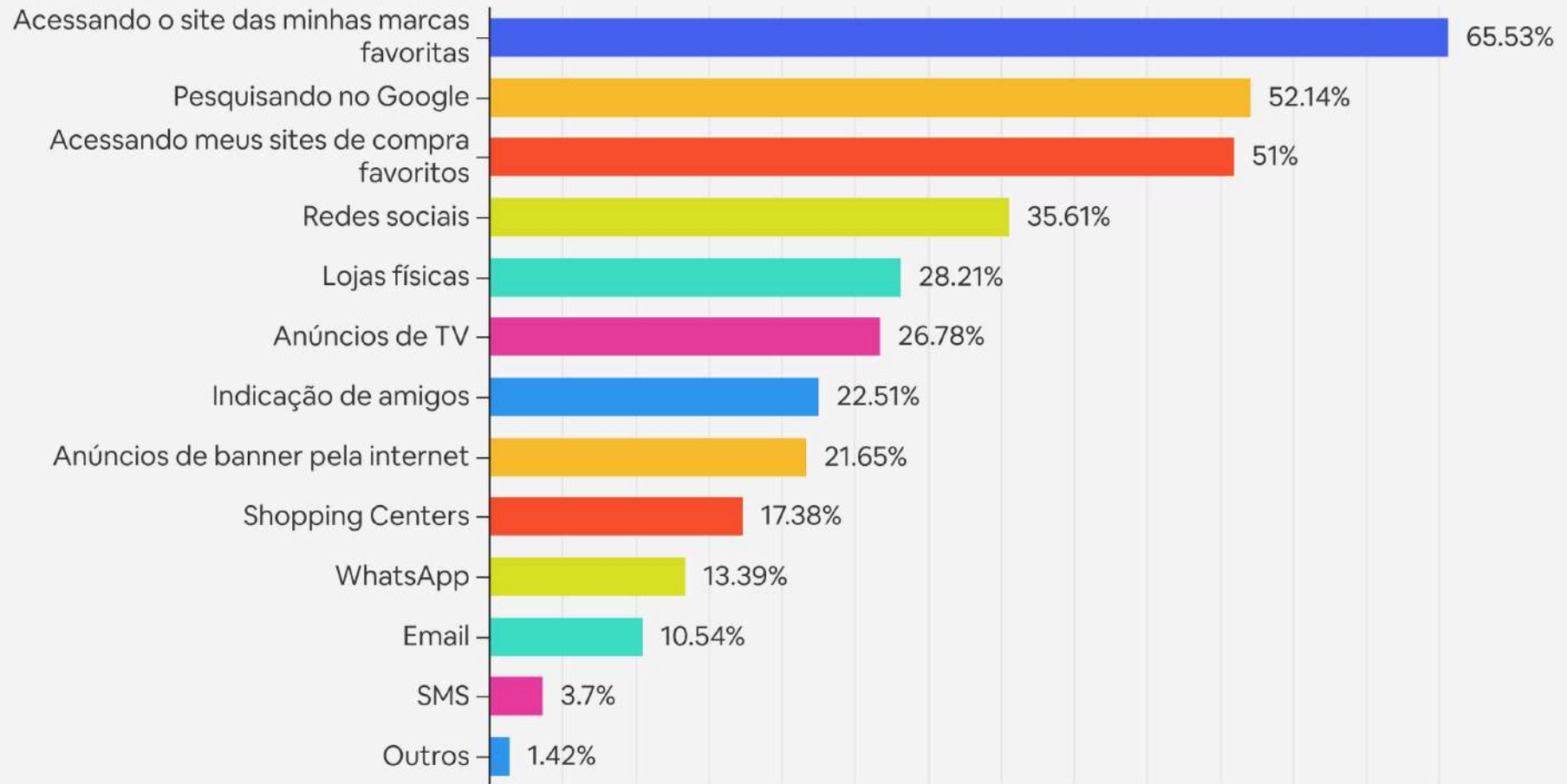
Nesta Black Friday/Black November, por onde você pretende comprar?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

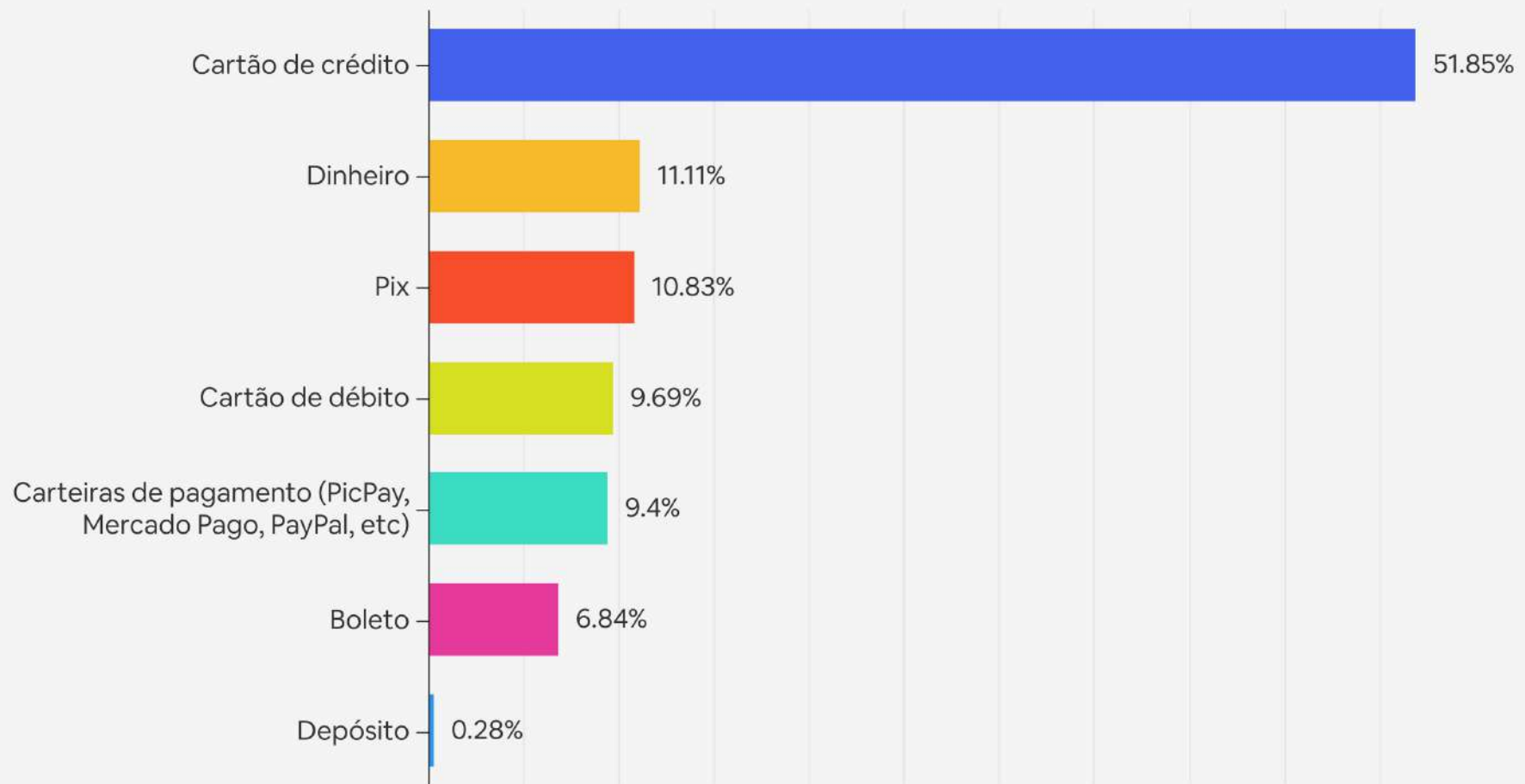
Nesta Black Friday/Black November, onde você pretende descobrir as melhores ofertas?



Fonte: Conversion (2021)

BLACK FRIDAY 2021

Qual(is) meio(s) de pagamento pretende usar ou já usou para comprar Black Friday/Black November?



Fonte: Conversion (2021)

Ranking dos e-commerces preferidos

Ranking dos 15 e-commerces preferidos pelos brasileiros

Este ano, perguntamos aos nossos entrevistados quais eram seus e-commerces favoritos, permitindo até três respostas espontâneas.

No TOP 3 estão as gigantes Americanas, Magazine Luiza e Amazon, com 17,67%, 14,9% e 11,98% da preferência, respectivamente.

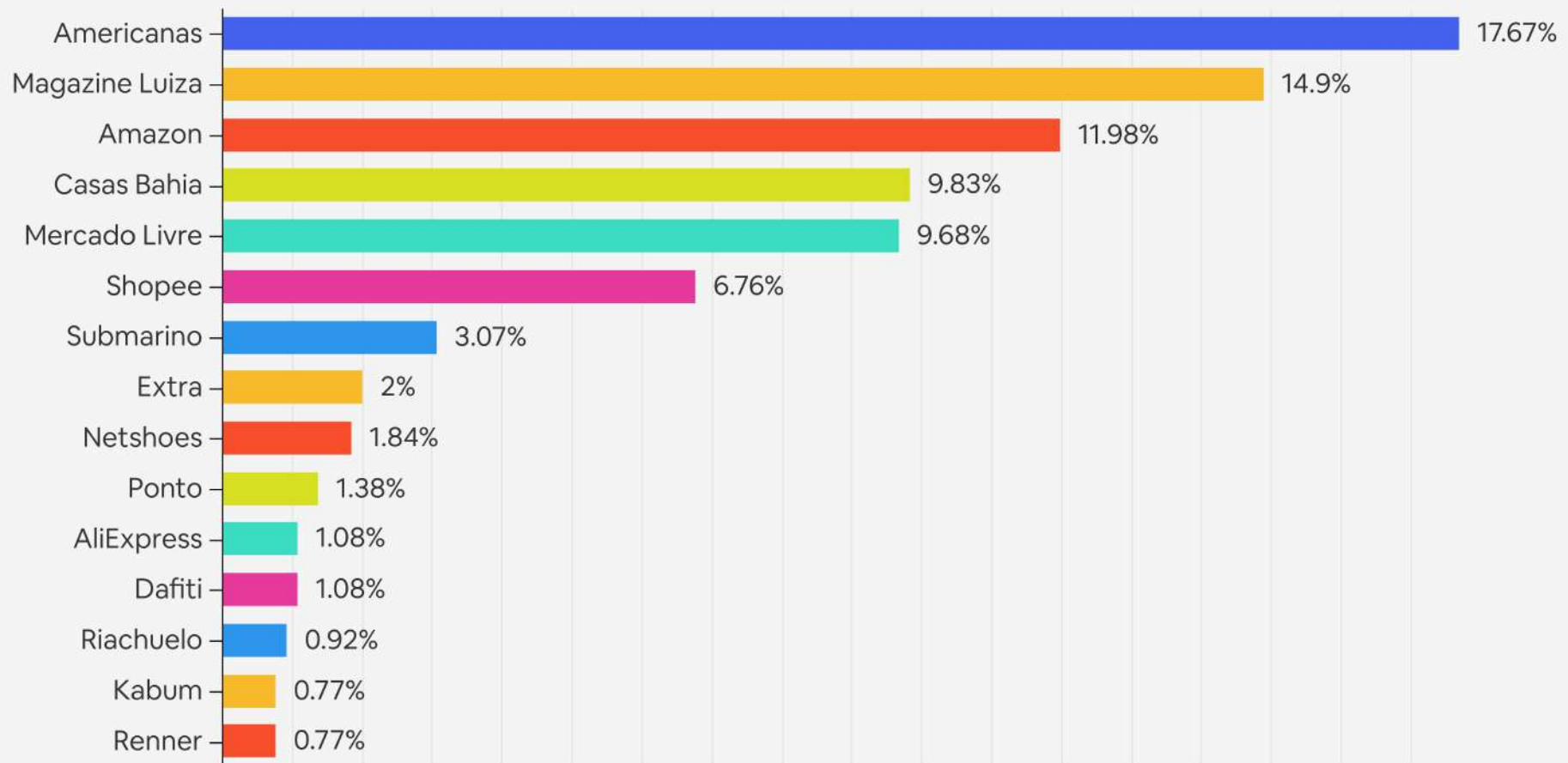
Apesar de ser, comercialmente, o maior e-commerce do país, o Mercado Livre aparece somente na 5ª posição, com 9,68% do favoritismo, após Casas Bahia.

Outros destaques são Shopee, da categoria de Importados, que também é representada no ranking pelo AliExpress; Submarino, Extra, Ponto e Dafiti.

Veja o ranking a seguir.

BLACK FRIDAY 2021

Para esta Black Friday/November, qual é o seu e-commerce preferido? (Resposta até 3)



Fonte: Conversion (2021)

Racista?

Maioria não considera o termo Black Friday racista

No ano passado, algumas marcas resolveram mudar suas nomenclaturas referentes a Black Friday por entenderem que este se tratava de um termo racista.

Marcas como Natura, Boticário, Adidas e Lojas Americanas aderiram a outros termos, como Red Friday e Beauty Friday.

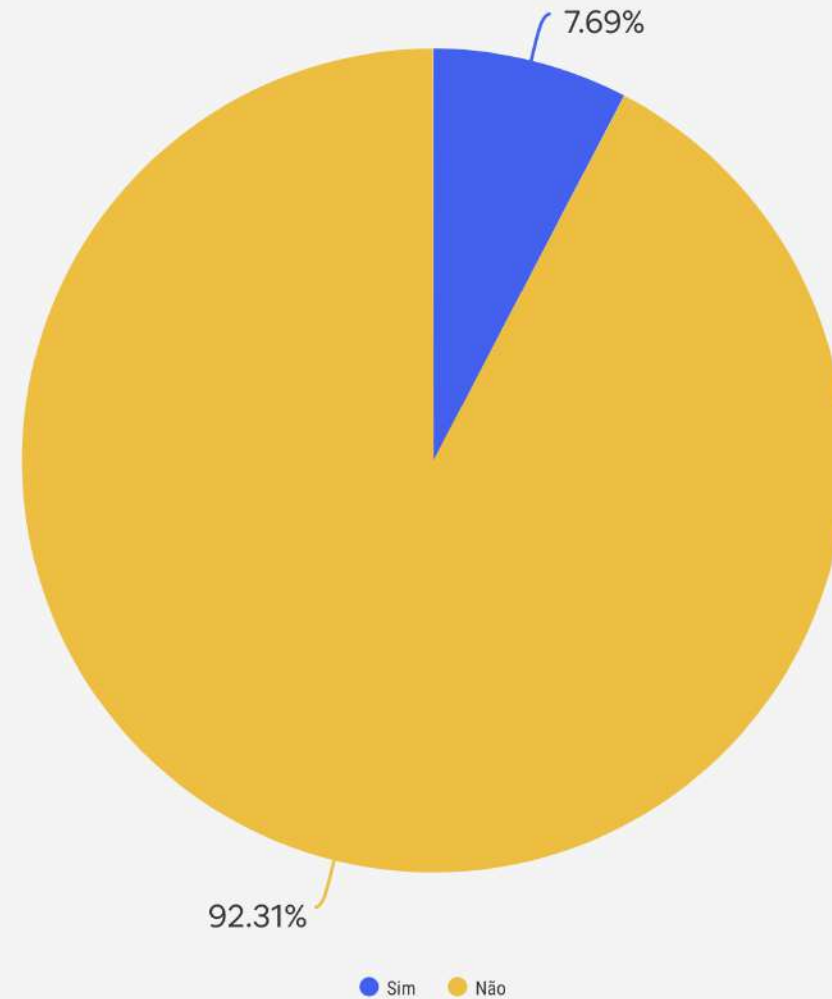
No entanto, esse entendimento não reflete a opinião da população sobre o tema.

Assim como no ano passado, a maioria massiva dos consumidores (92,31%) não consideram este termo racista.

Veja o gráfico na próxima página.

BLACK FRIDAY 2021

Você considera o termo Black Friday racista?



Fonte: Conversion (2021)

Conclusão

E-commerce ganha mais confiança e espaço na vida dos brasileiros

A maturidade adquirida no último ano pelo comércio eletrônico nacional se reflete em uma maior confiabilidade dos usuários quando falamos em compras online.

Enquanto a aderência aos e-commerces, no ano passado, se dava por conta das medidas de isolamento social, este ano é possível afirmar que os motivos são mais espontâneos.

Fatores como segurança virtual se mostram determinantes para a maioria dos consumidores, mas a preocupação com fraudes, por exemplo, vem diminuindo desde a última edição da Black Friday, em 2020.

O cenário é positivo para o digital e mais de 70% dos consumidores pretendem realizar compras por e-commerces e/ou aplicativos, sem diminuir a importância das lojas físicas, que cresceu 6% do último para este ano.

Esta, que tem a previsão de ser a maior Black Friday de todos os tempos, carrega consigo grandes expectativas de recuperação para alguns setores da indústria, e nós estamos confiantes de que ela alavancará ainda mais a confiança do consumidor no comércio eletrônico brasileiro.

Metodologia

A pesquisa da Conversion foi feita em outubro deste ano, com brasileiros acima de 16 anos, de todo o Brasil e todas as classes sociais a partir de um questionário estruturado com perguntas fechadas, via Internet, com dados ponderados.

A amostra é de 400 pessoas, com nível de confiança de 95% e erro relativo de 5 pontos percentuais.

OBRIGADA!

Sinta-se à vontade para compartilhar.

Caso publique algum conteúdo, por favor mencione a página oficial de nosso estudo.

IMPRENSA

Para entrevistas, dúvidas e matérias:

Alice Bachiega

+55 11 99217-5870

alice.bachiega@conversion.com.br

