

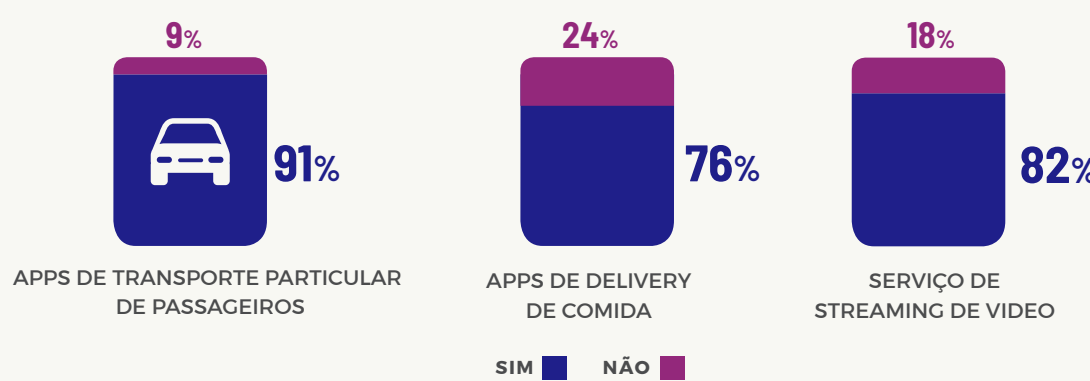
TRANSPORTE // COMIDA /// ENTRETENIMENTO

METODOLOGIA

PESQUISA QUANTITATIVA E ONLINE COM HOMENS E MULHERES DE 16 A 45 ANOS DAS CLASSES SOCIAIS A,B,C E REGIÕES SUL, SUDESTE, CENTRO-OESTE, NORTE E NORDESTE.

O QUE GERA A PREFERÊNCIA ENTRE OS APLICATIVOS DA MESMA CATEGORIA? COMO GARANTIR O SHARE OF WALLET?

O USO DOS APLICATIVOS ENTRE OS ENTREVISTADOS.



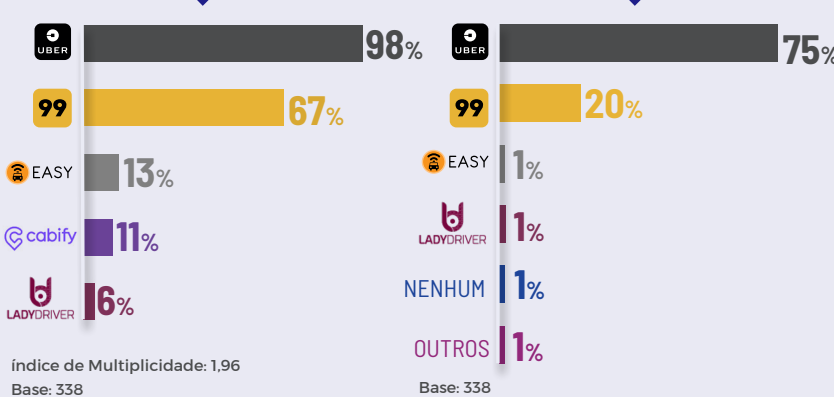
TRANSPORTE



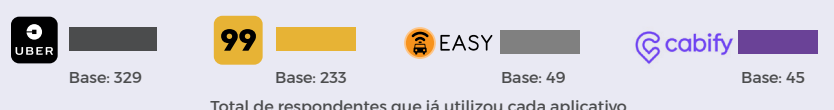
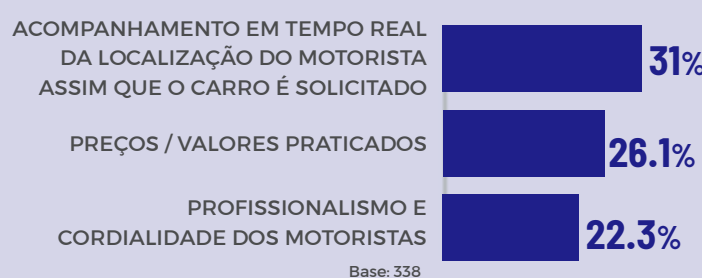
TER CONTROLE EM TEMPO REAL

JÁ UTILIZOU

PREFERÊNCIA



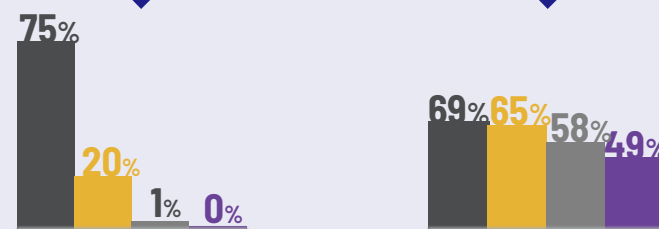
IMPACTO NA PREFERÊNCIA



PREFERÊNCIA É MAIS IMPORTANTE DO QUE RECOMENDAÇÃO

PREFERÊNCIA

RECOMENDAÇÃO



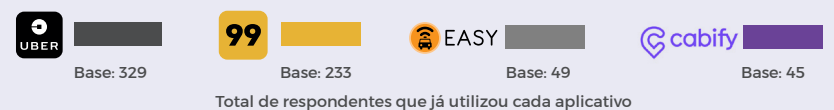
OS HEAVY USERS SE CONCENTRAM NOS PREFERIDOS



DOS QUE PREFEREM O UBER, TEM ALTA FREQUÊNCIA NA UTILIZAÇÃO DESTA, MAIS DE 1 VEZ POR SEMANA



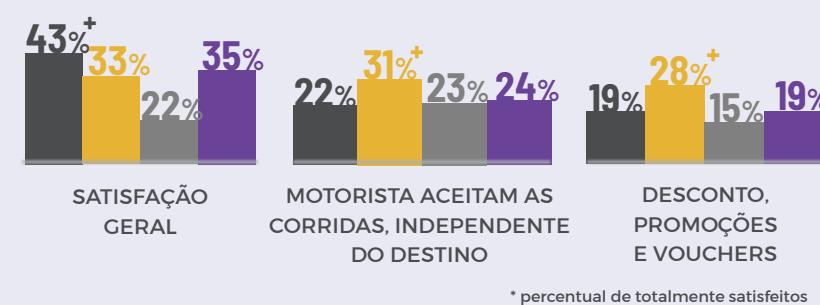
DOS QUE PREFEREM O 99, TEM ALTA FREQUÊNCIA NA UTILIZAÇÃO DESTA, MAIS DE 1 VEZ POR SEMANA



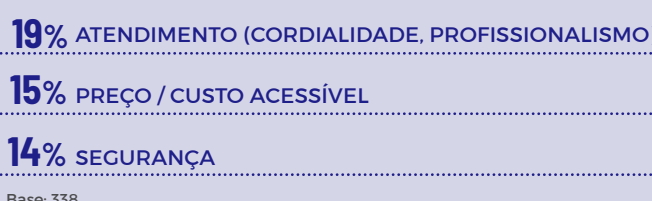
COMPARANDO O NÍVEL DE ENCANTAMENTO

O UBER DESTACA-SE PELA DISPONIBILIDADE DE CARROS

O 99 APRESENTA AVALIAÇÃO MAIS POSITIVA QUANDO O ASSUNTO É "ACEITAÇÃO DE CORRIDAS PELOS MOTORISTAS" E "DESCONTOS E PROMOÇÕES"



QUANDO AVALIAMOS AS FORÇAS E PONTOS DE MELHORIA



O CUSTOMER CHOICE PODE CONTRIBUIR COM MAIS INFORMAÇÕES PARA OS NEGÓCIOS DE SUA EMPRESA.

FAÇA O DOWNLOAD DA VERSÃO COMPLETA OU ENTRE EM CONTATO COM A GENTE.

WWW.HSR.SPECIALISTRESEARCHERS.COM.BR/INSPIRING

ENTRE EM CONTATO COM A BRIDGE:
TEL: (55 11) 3755.2999
BRIDGERESEARCH.COM.BR

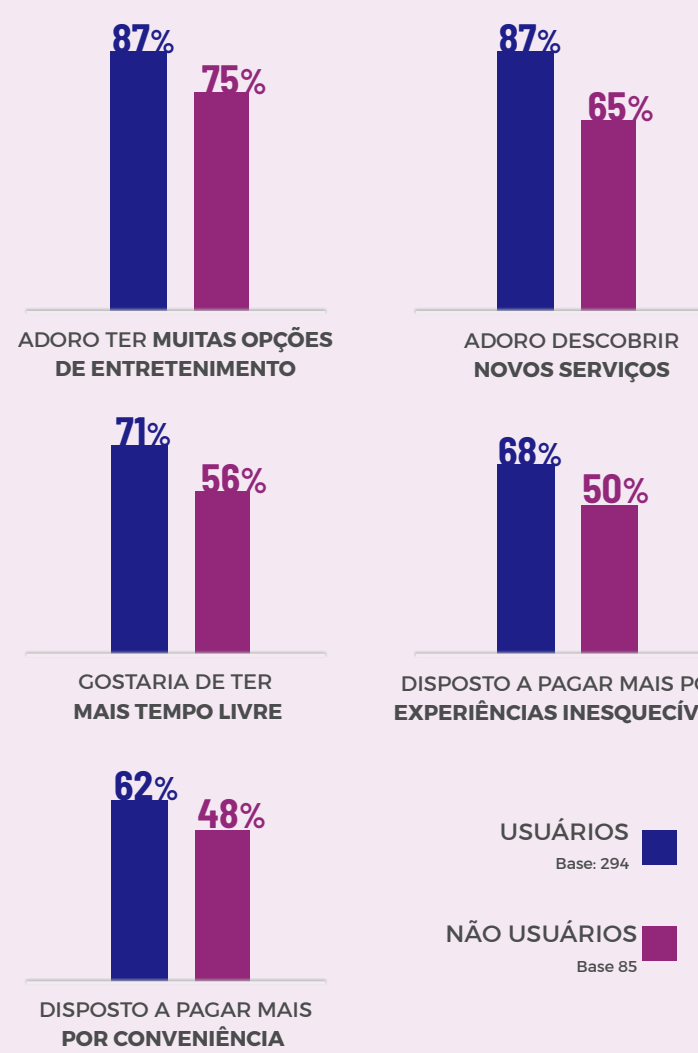
COMIDA



VARIEDADE DE RESTAURANTES E ALIMENTOS

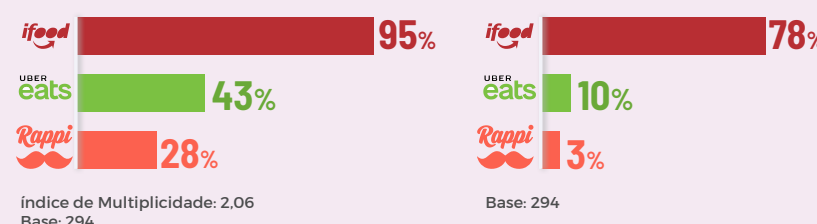
PERFIL ATITUDINAL

TRAÇOS ATITUDINAIS MAIS FORTES ENTRE USUÁRIOS.

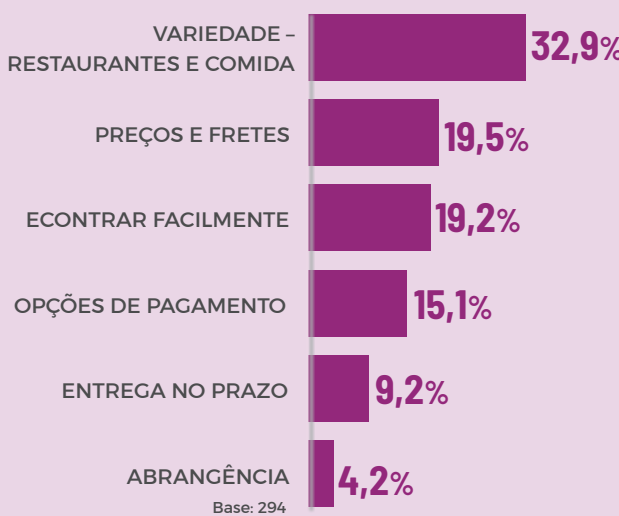


JÁ UTILIZOU

PREFERÊNCIA



IMPACTO NA PREFERÊNCIA



IFOOD FIDELIZA MAIS

	ifood	UBER eats	Rappi
BASE	280	136	91
USUÁRIOS	100	95	98
USUÁRIOS QUE TAMBÉM USAM OUTROS APPS	43	100	73
USUÁRIOS QUE NÃO USAM OUTROS APPS	29	48	100
ÍNDICE DE MULTIPLICIDADE	2,11	3,11	3,51



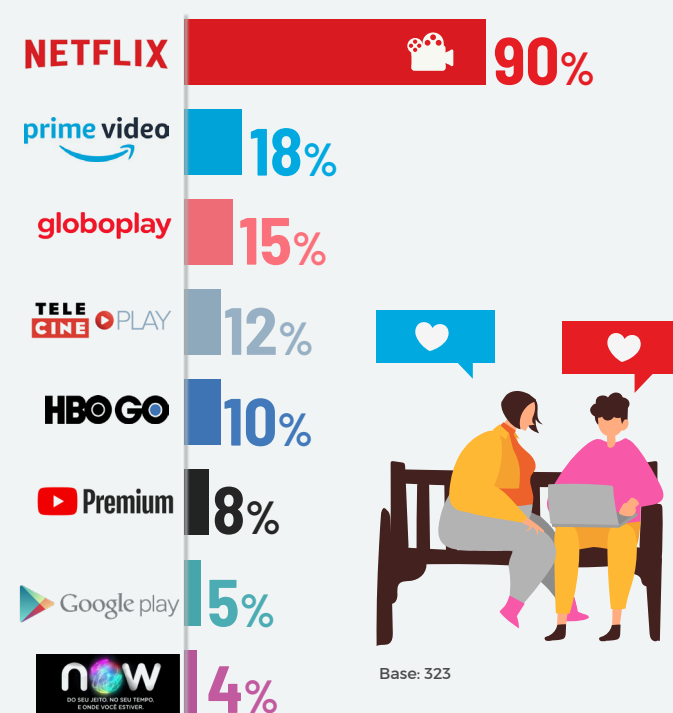
O mercado altamente competitivo, em constante inovação e com alta escalabilidade, gera um ambiente em que consumidores utilizam múltiplos Apps e todos recebem avaliações muito semelhantes, sejam elas de satisfação, NPS ou recomendação.

ENTRETENIMENTO

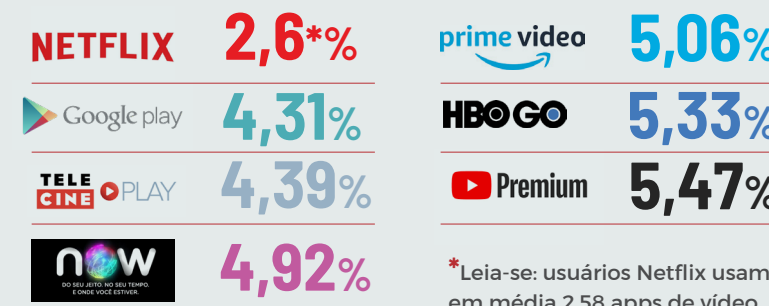


CONTEÚDO ORIGINAL

LEMBRANÇA ESPONTÂNEA DE MARCA

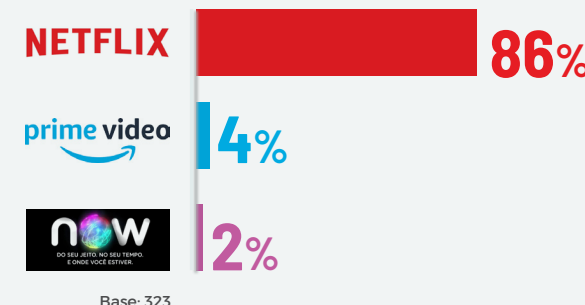


MULTIPLICIDADE DE USO DE APPS DE VIDEO

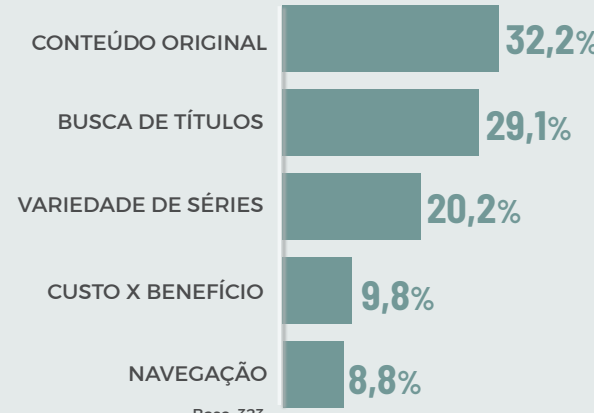


*Leia-se: usuários Netflix usam em média 2.58 apps de vídeo.

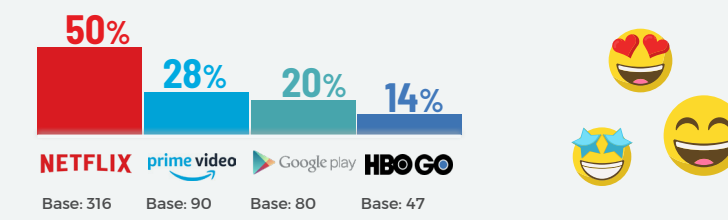
PREFERÊNCIA



IMPACTO NA PREFERÊNCIA



ENCANTAMENTO EM VARIEDADE DE SÉRIES



NOSSA CONCLUSÃO

Nesse cenário, ter altos índices não é garantia de liderança, o que nosso estudo identificou, é que a chave desse mercado é ter a preferência dos usuários. Saiba mais, fale com a gente e conheça os drivers de escolha!

#COMPARTILHE OS ESTUDOS DA HSR E LIDERE TENDÊNCIAS.