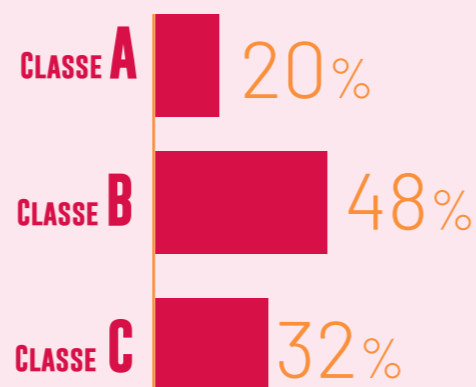




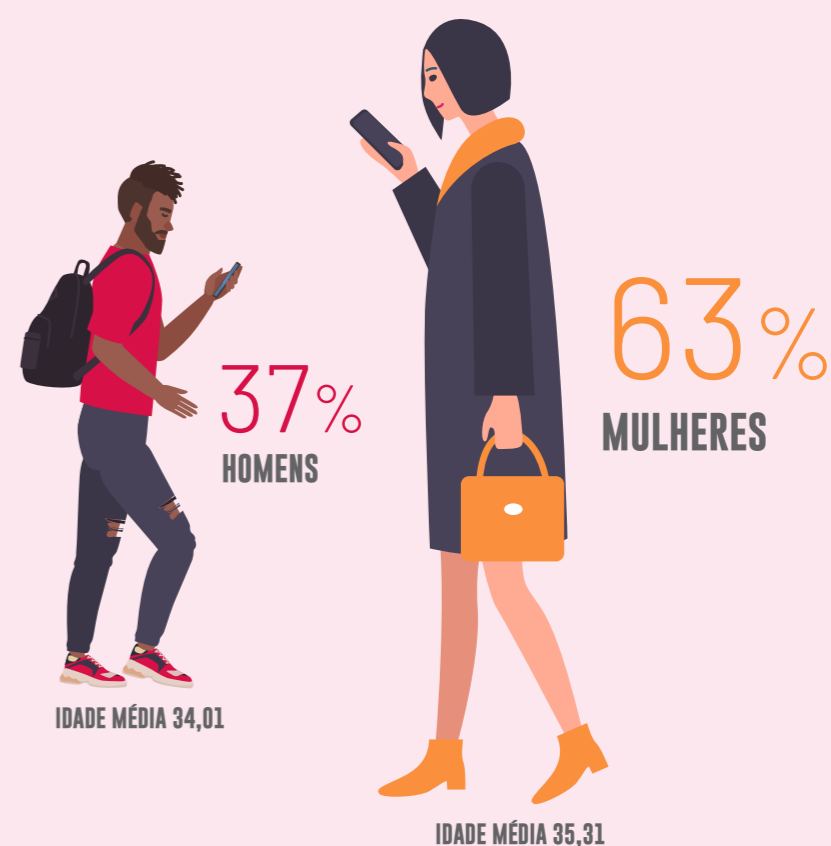
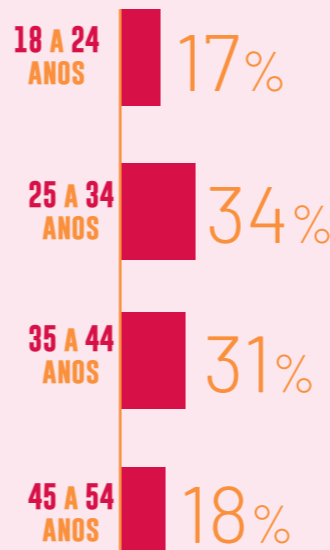
## GERAÇÕES E-SHOPPERS



### CLASSE SOCIAL



### FAIXA ETÁRIA | IDADE MÉDIA 34,48



### GASTO ANUAL EM ROUPAS

#### 18 A 24 ANOS

R\$ 1.200

#### 45 A 54 ANOS

R\$ 1.890

### % DE GASTO DE ROUPAS NO E-COMMERCE

46%

47%

### PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÕES

INSTAGRAM

FACEBOOK

### DEVICE PREFERIDO

SMARTPHONE 78%

COMPUTADOR 75%

### O QUE MAIS VALORIZAM NA ENTREGA

POSSIBILIDADE DE RASTREAMENTO

POSSIBILIDADE DE AGENDAMENTO DA ENTREGA

### SEGUEM AS MARCAS NAS REDES SOCIAIS E CURTEM OS POSTS

62%

46%

### O QUE DÁ PRAZER NA COMPRA ON-LINE

FACILIDADE EM COMPARAR PREÇO 67%  
DIVERSIDADE DE LOOKS 53%

FACILIDADE EM COMPARAR PREÇOS 62%  
ECONOMIA DE TEMPO 57%

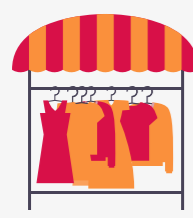
### ABANDONAM O CARRINHO QUANDO FICA MUITO CHEIO/CARO

41%

28%

## A EXPERIÊNCIA NOS DIFERENTES MODELOS DE LOJA

E QUE NOTA ENTRE 0 A 10 VOCÊ DÁ PARA A SUA EXPERIÊNCIA DE COMPRA COMO UM TODO NESTA LOJA? ONDE 0 SIGNIFICA QUE A EXPERIÊNCIA É MUITO RUIM E 10 SIGNIFICA QUE A EXPERIÊNCIA É EXCELENTE?



0 A 7 8 E 9 10

## ONDE AS MARCAS ON-LINE SE DIFERENCIAM DAS DEMAIS



MARCAS ON-LINE SÃO MAIS ATUANTES NO INSTAGRAM, FÁCEIS DE NAVEGAR E COM MAIOR PERCEPÇÃO DE MODA, QUANDO COMPARADAS ÀS LOJAS DE MARKETPLACE E E-COMMERCE DE LOJAS FÍSICAS.

## NOSSA CONCLUSÃO

**PARA SABER COMO PODEMOS AJUDAR SUA MARCA, ENTRE EM CONTATO E AGENDE UMA REUNIÃO COM NOSSOS ESPECIALISTAS**

O estudo mostra que o acesso à informação e outras facilidades, como a navegação no site ou entrega no mesmo dia, alteram a experiência de consumo, assim como a satisfação com marcas ou atendimento do e-commerce e, conseqüentemente, refletem no crescimento do setor. Em relação às gerações de e-shoppers, o gasto com compras online é maior entre as pessoas de 45 a 54 anos, com média de R\$ 1,9 mil por ano.

Já os mais jovens, entre 18 e 24 anos, gastam em média R\$ 1,1 mil por ano. Comportamentos diferentes também foram identificados nas preferências pela rede social, em que cada grupo busca informações e atualizações sobre vestuários. Os entrevistados mais novos costumam recorrer ao Instagram, enquanto os "mais maduros" utilizam o Facebook

MYSPECIALIST@HSR.SPECIALISTRESEARCHERS.COM.BR

TEL: (55 11) 3755.3010