

noonly

**INSTITUTO
DE DADOS**
acejundiaí

Natal

Como será a comemoração | Jundiaí, 2022

FILIADA À FACESP
**ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL**
EMPRESARIAL DE JUNDIAÍ
CONECTADA COM VOCÊ. LIGADA NO FUTURO.

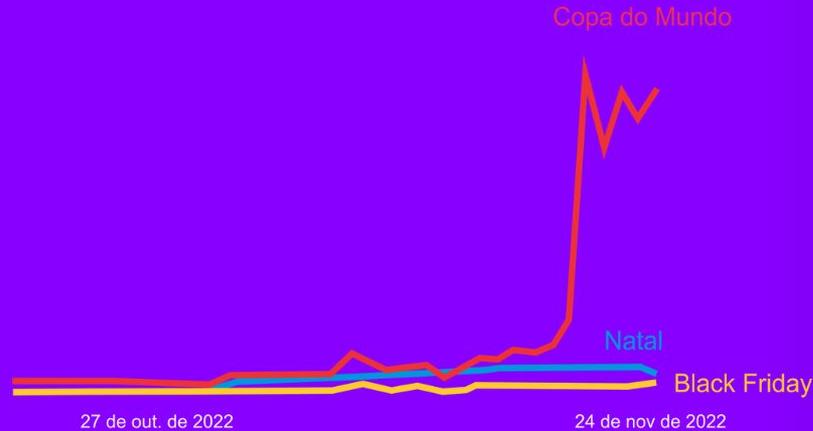
Os dias considerados parte da data sazonal de Natal estão entre 10 de dezembro e 24 de dezembro.



Observando o volume de buscas no Google, o Natal é de longe o mais relevante dentre as principais datas comemorativas. A busca começa com bastante antecedência. Já em meados de outubro e novembro observa-se um início de crescimento.

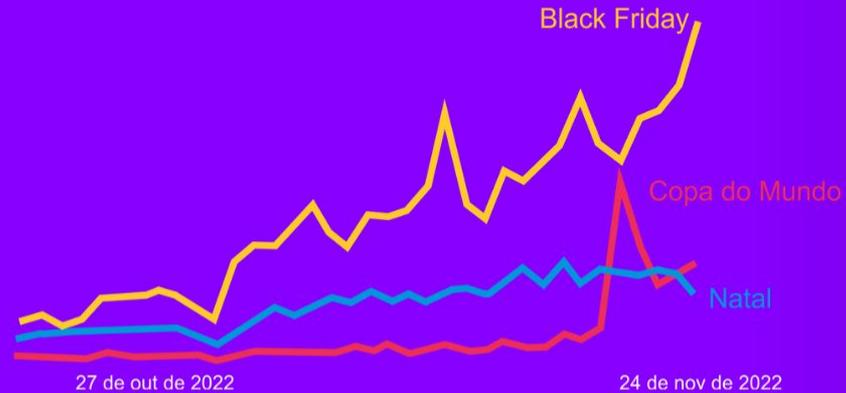


Outras datas importantes para compararmos com o Natal são Black Friday e Copa do Mundo. Como a Black Friday acontece próximo do Natal e a busca pelo tema Natal começa já em outubro/novembro, muitas compras de Natal são feitas já na Black Friday. E este ano, pela primeira vez, temos a Copa do Mundo de futebol acontecendo em novembro e dezembro, mesclando com a época de compra da Black Friday e Natal. A seguir, vemos o volume de buscas no Google, não sendo necessariamente relacionado com uma intenção de compra.



Olhando o volume de buscas de forma geral dos três eventos, temos um ânimo muito grande pela Copa do Mundo.

Já se filtrarmos apenas as buscas no Google pertencentes à categoria de Compras, temos o seguinte cenário.



Como as 3 datas se entrelaçam

As vendas online de Black Friday tiveram a primeira queda de um ano para o outro desde que a data chegou no Brasil. Segundo dados da Ebit/Nielsen, as vendas online na Black em 2020 foram de R\$ 3,1bi apenas na sexta-feira. Dados da Clearsale/Neotrust, indicam que em 2021, as vendas na sexta-feira foram de R\$ 4,3bi. Este ano, tivemos uma queda de 28%, voltando para o patamar de R\$3,1bi.

O fato do ano de 2022 ser o primeiro ano pós-covid sem restrição de circulação, também acaba impactando nessa queda das vendas online da Black Friday. Isso tende a gerar um reflexo positivo para as lojas físicas, melhorando a circulação na área comercial de Jundiaí frente a 2020 e 2021, por exemplo. Bares e restaurantes também devem receber mais clientes esse ano, circulação impulsionada não apenas pela maior liberdade pós-pandemia, como também pela Copa do Mundo.

Já a Copa do Mundo acaba dividindo a atenção das pessoas. As grandes varejistas anteciparam que a atenção da Black Friday poderia ser dividida com a Copa, por isso, muitos acabaram antecipando as promoções desde outubro, o que pode ter contribuído com a diluição das vendas online de sexta-feira da Black ao longo dos meses. Outro ponto interessante é que o fluxo dentro dos sites também caiu durante as partidas do Brasil, o que impactou nas vendas de quinta-feira.

Para o Natal, alguns consumidores já anteciparam a compra de alguns presentes durante a Black Friday, como mostra a pesquisa de campo da ACE/Noonly (12,13% dos entrevistados). A Copa terá a final dia 18 de dezembro, e se o Brasil estiver presente até lá, a atenção ainda estará bem dividida com o Natal. Todavia, historicamente, a busca por presentes de Natal tem seu pico cerca de 1 semana antes do dia 25 de dezembro. Por isso, a data de fim da Copa e a data de início do pico de buscas por presentes se coincidirão. Os lojistas podem esperar uma intensificação grande de movimento nas lojas físicas nesses dias.

2022 é um ano em que a população já vai estar em clima de comemoração e reunião causado pela Copa, e isso pode ter um impacto positivo no Natal.





Alguns termos relacionados à busca por "presentes de Natal" surgem com mais frequência:

- Kit churrasco
- Carteira masculina
- Kit presente de Natal
- Produtos de beleza
- Jóias e semi-jóias
- Lego
- Caneca personalizada
- Brinquedos
- Panettone

Os consumidores estão bem mais otimistas este ano comparado à 2021. O embalo das comemorações e reuniões da Copa para o Natal e o primeiro ano com circulação liberada causam um impacto positivo.

2021 - 65,2% dos entrevistados pretendiam presentear.

2022 - 80,21% pretendem presentear.



Dos entrevistados, 12,13% já fizeram compras de Natal durante a Black Friday. Este percentual em 2021 foi de apenas 2,61%.

Dos 19,79% dos entrevistados que não pretendem presentear neste Natal:

- 84% não quer ou não pode gastar
- 8,6% não tem quem presentear
- 7,4% disseram que já gastaram muito com a Copa do Mundo



Roupas e Calçados continuam sendo as categorias de destaque nas intenções de compra. Logo em seguida, temos Brinquedos.



Fonte: Pesquisa de Natal em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados Ace Jundiaí
- 30 de novembro a 3 de dezembro de 2022 | 467 entrevistas

Filhos, cônjuges, netos, pais e irmãos estão entre os mais citados nas intenções de presentear. Tanto em 2021, como em 2022.



Fonte: Pesquisa de Natal em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados Ace Jundiaí
- 30 de novembro a 3 de dezembro de 2022 | 467 entrevistas

O fim de semana (dia de folga) foi o momento mais citado pelos entrevistados como ideal para ir comprar os presentes (45,74%), seguido do período noturno (28,19%).



62,42% dos entrevistados em 2021 pretendiam gastar entre R\$ 100,00 e R\$ 200,00, e 25,71% até R\$ 100,00.

Já em 2022, 29,57% dos entrevistados pretendem gastar entre R\$ 400,00 e R\$ 500,00, e 15,05% entre R\$ 200,00 e R\$ 300,00. Entre R\$ 100,00 e R\$ 200,00, apenas 10,75% pretendem ficar nesta faixa este ano.

Acreditamos que esse aumento de ticket médio se deva à empolgação da volta dos encontros presenciais. E o número de pessoas que acreditam que a economia irá melhorar aumentou também, de 23,7% em 2021, para 50,9% em 2022.



noonlabs

O que podemos esperar da economia

Mercado no 4º tri de 2022



Panorama da economia e vendas do varejo e serviços

Como foi pontuado na pesquisa de Dia das Crianças de 2022, a tendência era de que o varejo continuasse não muito aquecido para os meses que viriam. O comércio ficou no campo negativo ou da estabilidade desde maio. Setembro apresentou a primeira alta em cinco meses. No comparativo de agosto para setembro, o volume de vendas cresceu 1,1%. Comparando setembro de 2022 com setembro de 2021, a alta foi de 3,2%. O acumulado no ano (janeiro a setembro) é de 0,8% no volume de vendas, todavia, uma retração de 0,7% se olharmos para o acumulado dos últimos 12 meses.

Olhando para as vendas de agosto para setembro, 8 atividades se destacaram: livros, jornais, revistas e papelaria (+2,5%); equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (+1,7%); combustíveis e lubrificantes (+1,3%); hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (+1,2%); tecidos, vestuário e calçados (+0,7%); e artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, e de perfumaria (+0,6%). A categoria Supermercados que vinha em queda nos últimos 3 meses, volta a registrar crescimento.

Falando do estado de São Paulo, o volume de vendas apresentou certa estabilidade frente a agosto, um crescimento de 0,1%. O acumulado do ano ainda fica com retração de 0,4%.

Olhando para o volume de serviços, tivemos um crescimento de 0,9% frente a agosto. O setor fechou com crescimento de 8,6% no acumulado do ano. No estado de São Paulo, destaque para as atividades turísticas, restaurantes, bares, hotéis, serviços de bufê e academias.



A prévia da inflação (IPCA-15) de outubro para novembro foi de 0,16% para 0,53%. Os maiores responsáveis pelo aumento foram Alimentação e Bebidas (0,54%), Saúde e Cuidados Pessoais (0,91%) e Transportes (0,49%). O boletim Focus do Banco Central publicado no dia 28 de novembro, aumentou a estimativa da inflação de 5,88% para 5,91%. O PIB previsto subiu para 2,81% e a taxa básica de juros SELIC se mantém em 13,75%.

A alta da inflação reduz o poder de compra das pessoas, principalmente com a alta de produtos essenciais, como alimentos e transportes, o que acaba impactando no consumo geral no varejo. O endividamento ainda está alto. O Banco Central aponta que a relação entre o total de dívida e a renda acumulada nos últimos 12 meses das famílias atingiu 49,9%. Portanto, para muitos, parte do 13° salário deve ser utilizado para pagar dívidas.

Entretanto, apesar da macroeconomia não estar com ótimos indicadores, temos alguns pontos positivos que podem levar a um aumento das vendas neste Natal para as lojas físicas. Como dito anteriormente, 2022 é o primeiro ano pós-pandemia sem restrição de circulação, e isso incentiva não apenas o encontro de pessoas, como também aumenta o consumo em lojas físicas. Há uma tendência de que parte do consumo online que cresceu bastante durante a pandemia, retorne para as ruas. As lojas físicas de Jundiaí devem perceber um aumento de clientes, assim como os bares e restaurantes.

A Copa do Mundo, ainda que ela divida as atenções com o Natal a um primeiro momento, acreditamos que ela ajudará a embalar um clima de comemorações e reuniões entre amigos e familiares neste final de ano. Até por isso, segundo pesquisas de campo (ACE/Noonly), tivemos um crescimento das intenções de compra de presentes neste Natal em relação ao Natal de 2021, de 65,2% em 2021 para 80,21% neste ano.

Outro ponto importante é o crescimento do volume de vendas de agosto para setembro (PMC/IBGE) de atividades como livros, jornais, revistas e papelaria (+2,5%) e tecidos, vestuário e calçados (+0,7%), categorias bastante relevantes para o Natal. Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (+1,2%) também registraram aumento no mesmo período. E há uma boa expectativa para que esses segmentos continuem crescendo nos meses de novembro e dezembro, já que são bastante procurados no Natal para presentear entes queridos e para realizar as comemorações natalinas e de Ano Novo. Outros produtos, como brinquedos, panettone/chocottone e produtos de beleza, também devem registrar aumento nas vendas durante o período de compras do Natal.

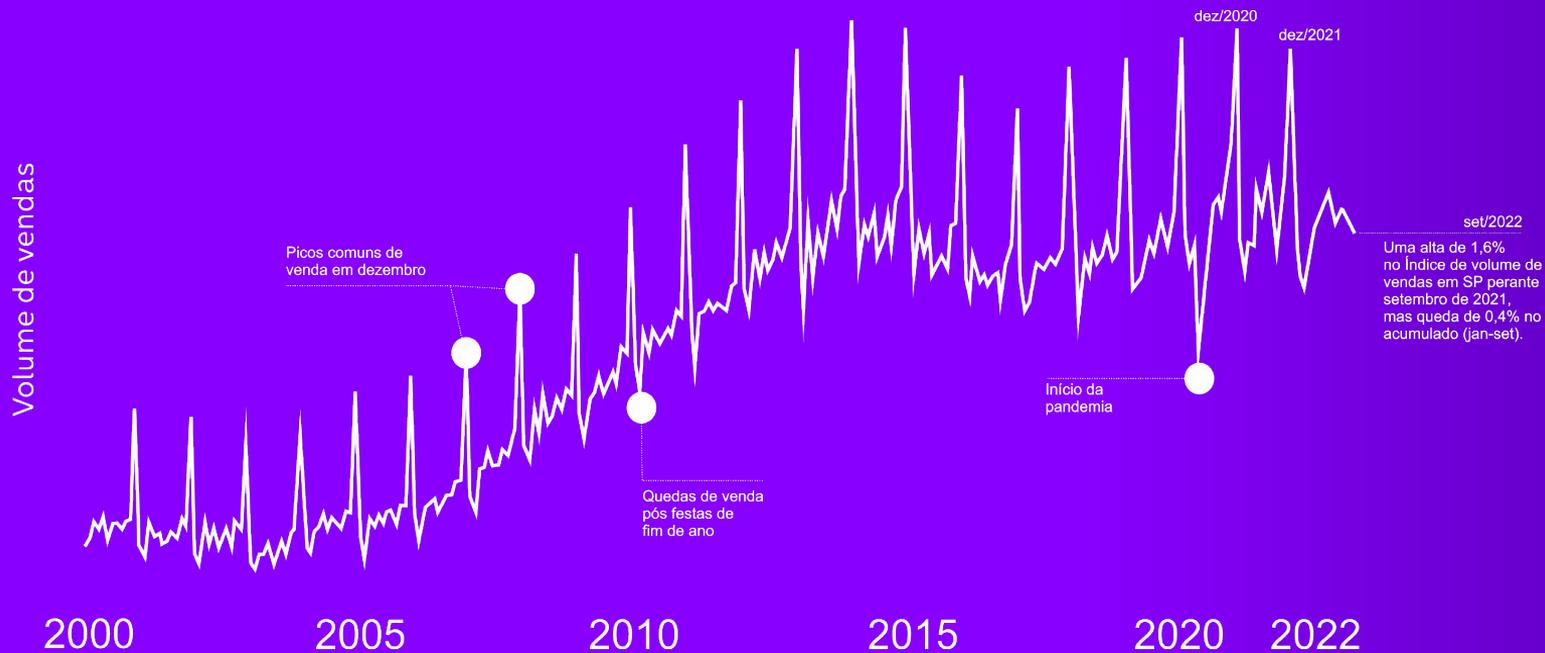


noonlabs

Projeção do varejo para o Natal



Vendas no varejo no estado de São Paulo



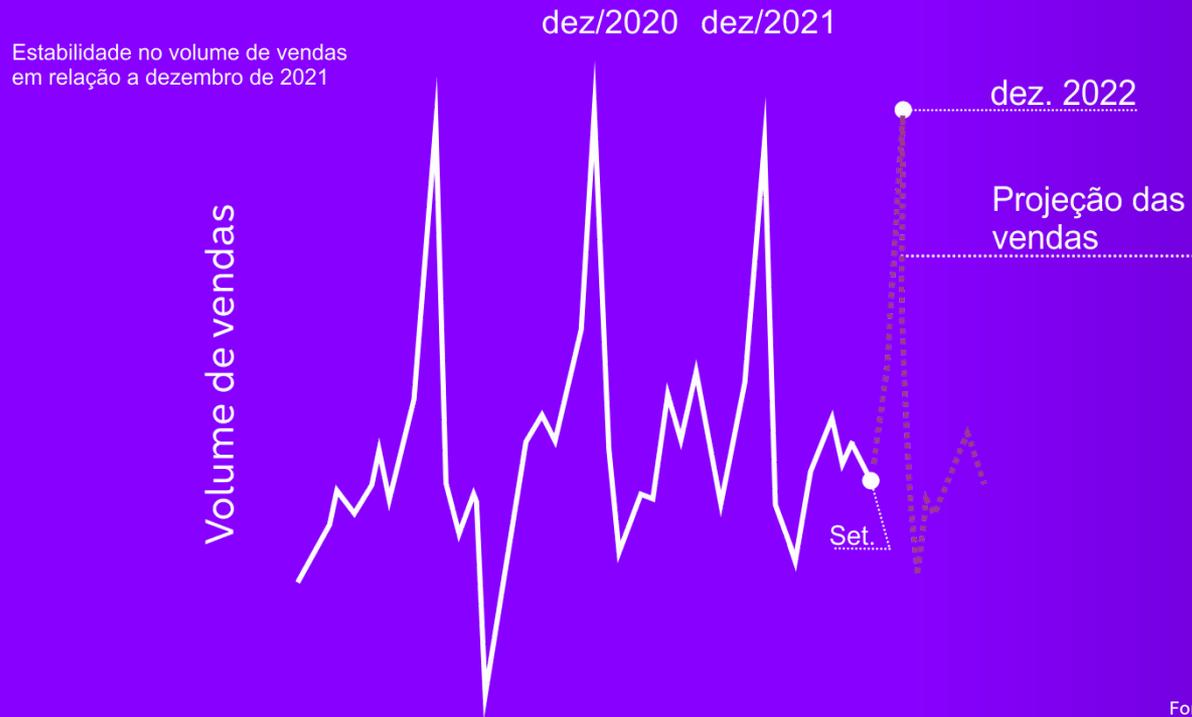
Fonte: Noonly
Dados: MCC - ENET; IBGE

A série histórica do volume de vendas no varejo é medida pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE e possui certas características. Nota-se que todo mês de dezembro há um pico de vendas no varejo devido ao período de festas de final de ano, como o natal e ano novo, e percebemos que nesse ano a data comemorativa mais importante para o comércio não será diferente. Como consequência desse período, os meses de janeiro e fevereiro apresentam uma queda no volume de vendas no varejo devido à cobrança de impostos, matrículas escolares e outros gastos de início de ano.

Como já foi ressaltado em outras pesquisas, o ano de 2022 é o primeiro ano de estabilidade do comércio quanto à pandemia após fechamentos de 2020 e 2021 causados pela COVID-19. No gráfico seguinte, podemos ver que em Dezembro de 2022 deveremos ter um volume de vendas bem semelhante ao que foi em Dezembro de 2021, o que ainda representa um aumento de cerca de 20% no volume de vendas no comparativo de Novembro de 2022 (que já tem um impulsionamento por conta da Black Friday).

Essa estabilidade demonstra que o Natal mantém a sua relevância mesmo em um período em que o cenário macroeconômico não se encontra muito favorável.

Projeção das vendas no varejo no estado de São Paulo



Fonte: Noonly
Dados: MCC - ENET; IBGE

O método de projeção do volume de vendas do varejo leva em conta toda sazonalidade dos dados observados desde 2000 pelo PMC/IBGE. O resultado da projeção pode ser vista na linha do gráfico anterior.

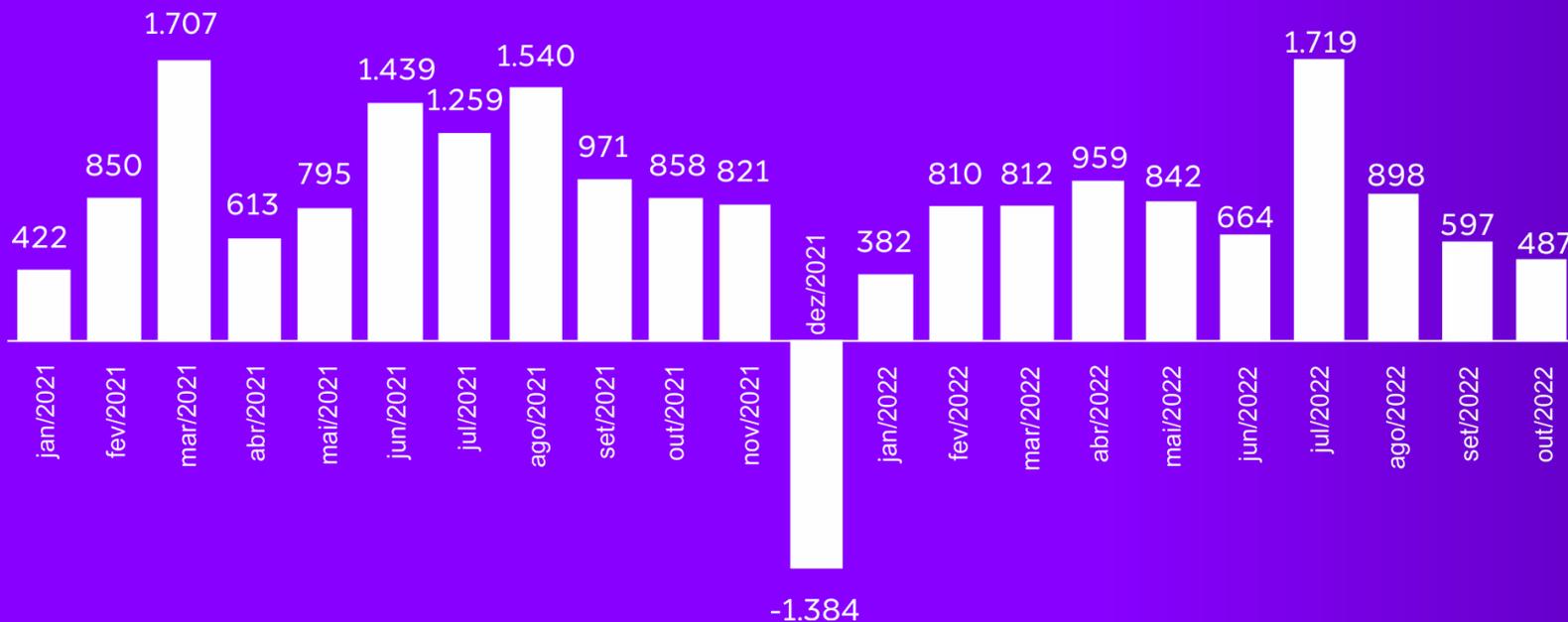
As projeções no varejo como um todo apontam para uma estabilidade no volume de vendas em relação ao Natal do ano passado.

Porém, com relação ao mês de Novembro (mês que já é impulsionado pela Black Friday) projetamos um crescimento de 20% no volume de vendas.

Além disso, a queda no e-commerce devido ao fim das restrições de funcionamento no comércio físico e os encontros causados pela Copa, que devem embalar até o Natal, fazem com que parte do público volte a consumir mais nas lojas físicas. Por conta disso,

projetamos um crescimento de 4,3% no volume de vendas em lojas físicas no comparativo do Natal desse ano com o Natal do ano passado.

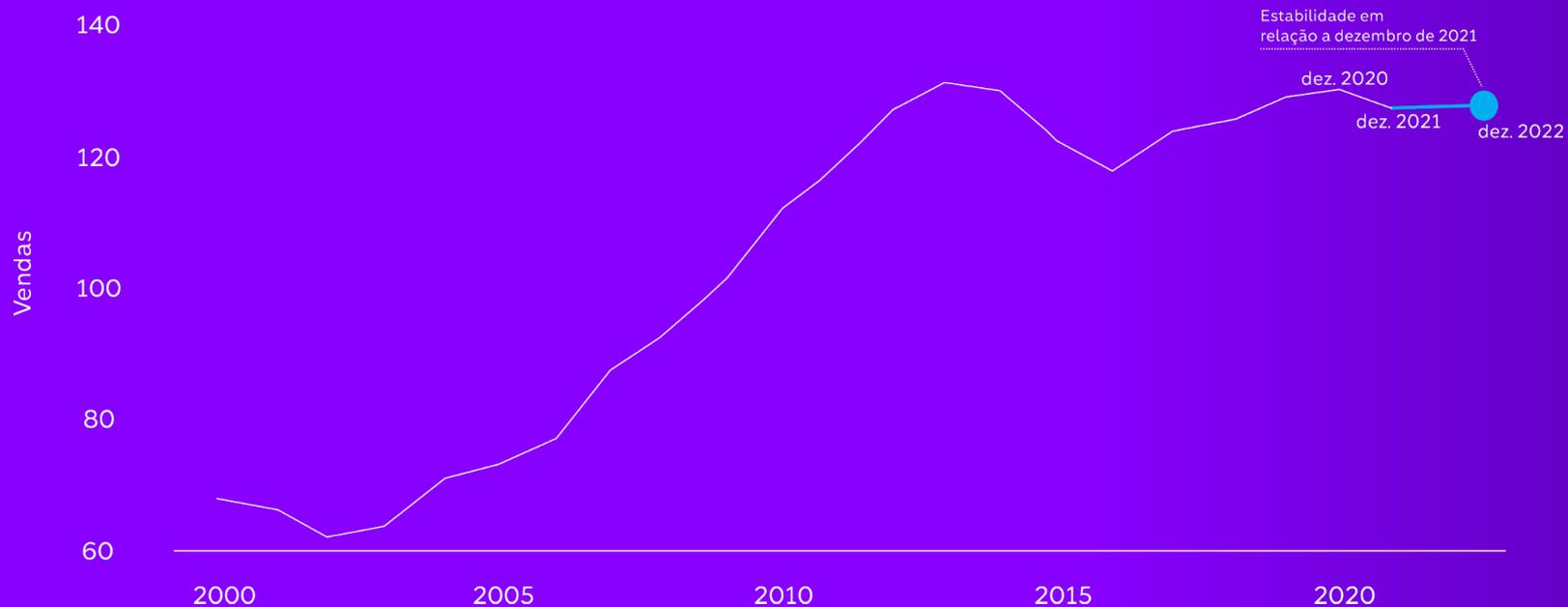
Empregos gerados em Jundiaí, SP - 2021/outubro de 2022



Os dados do CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) para o município de Jundiaí mostram que o saldo entre admissões e demissões, apesar de uma redução no ritmo das contratações, vem sendo positivo durante todo o ano de 2022 até o mês de outubro. Também vemos que em todos os meses de 2021, com exceção de dezembro, a cidade de Jundiaí teve saldo positivo na geração de empregos.

Portanto, apesar do cenário político e econômico desfavorável como um todo, que pode ser o principal motivo para essa redução no ritmo de contratações, a cidade de Jundiaí vem demonstrando uma boa recuperação nos índices de empregabilidade.

Vendas no varejo para os meses de dezembro no estado de SP



O resultado da projeção pode ser vista na linha azul. Levando em consideração os dados históricos observados, o método estatístico de projeção identificou que o volume de vendas em Dezembro de 2022 devem se manter semelhantes ao volume de vendas de 2021.

noonlabs

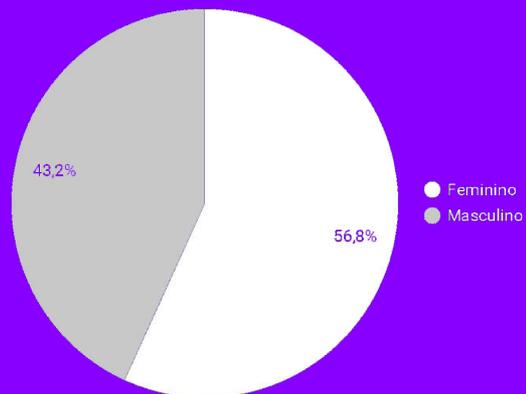
Pesquisa de campo em Jundiaí

sobre o Natal

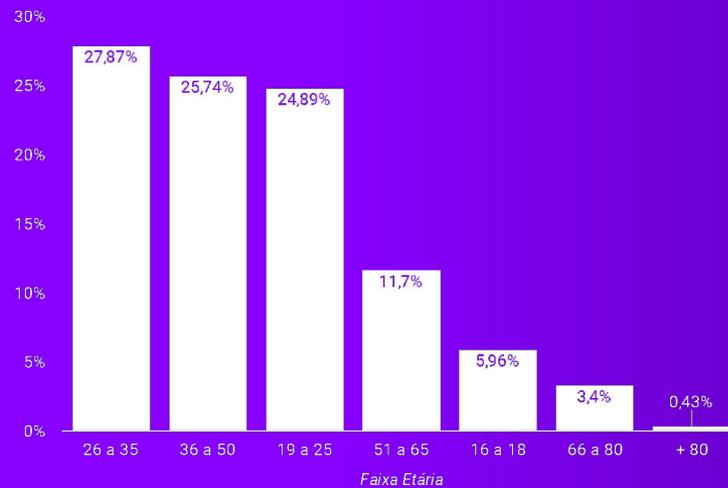
A pesquisa escutou 467 pessoas nas principais vias do Centro, ruas Barão de Jundiaí, Rangel Pestana e do Rosário. Dessas pessoas, a maior parte delas eram da cidade de Jundiaí, com algum destaque para Várzea Paulista, Campo Limpo e Itupeva.

Perfil dos entrevistados

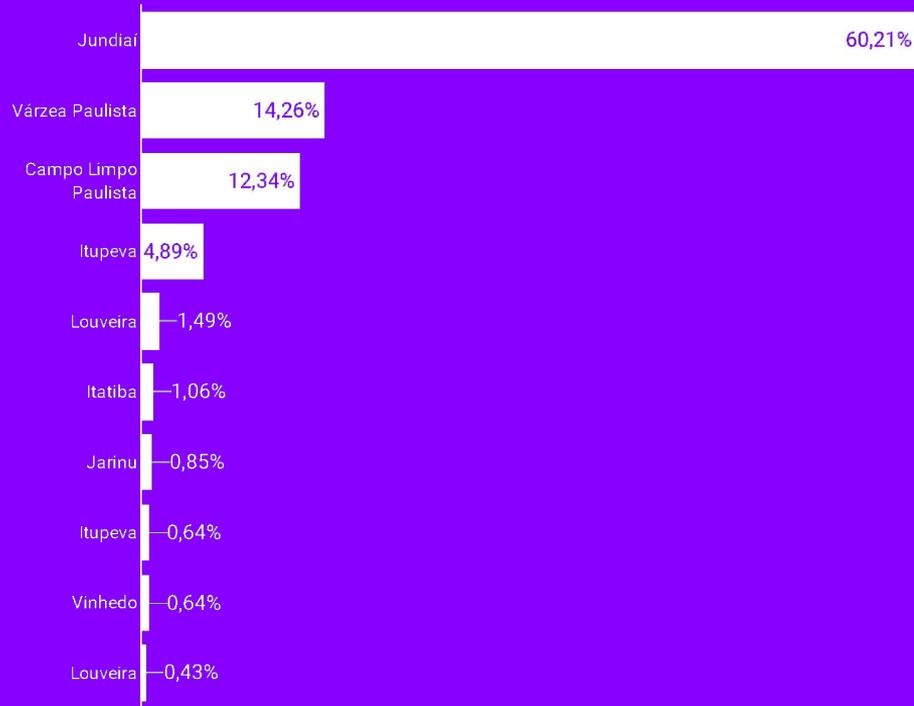
Sexo



Faixa etária

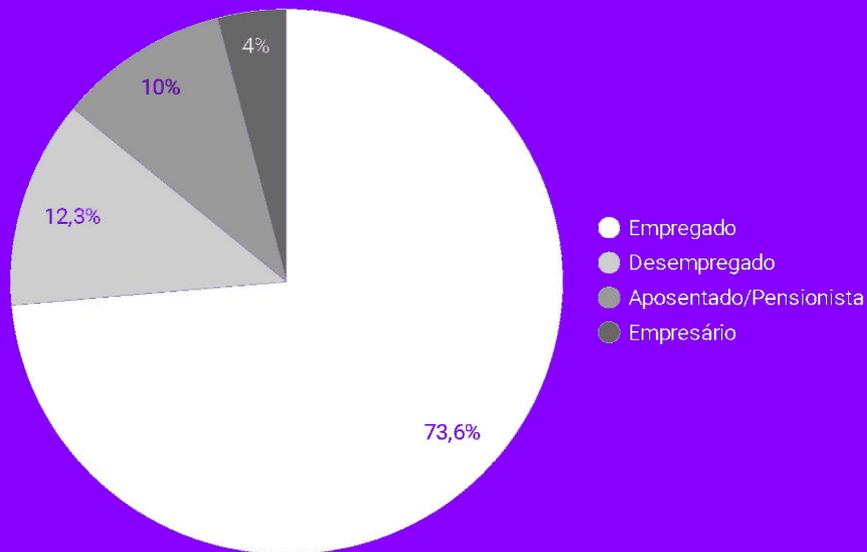


Cidade de origem dos entrevistados



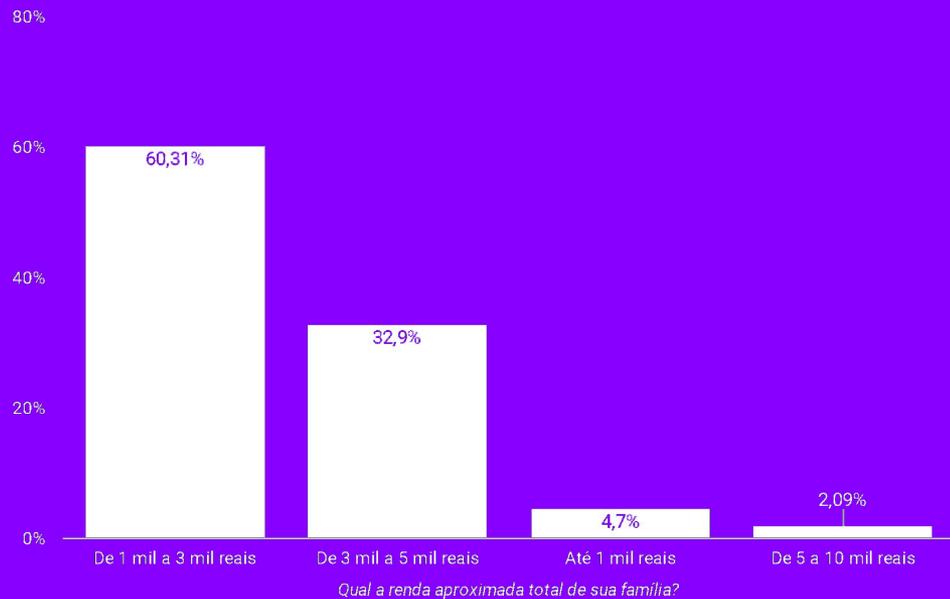
A movimentação do centro comercial de Jundiaí também atrai população de municípios próximos, principalmente Várzea Paulista, Campo Limpo e Itupeva.

Situação empregatícia atual



A maioria das pessoas escutadas declararam estar empregadas (73,6%), porcentagem maior do que na pesquisa de Natal de 2021 (67,4%). O número de pessoas que declararam estar desempregadas caiu em relação à pesquisa de Natal de 2021 (de 15,7% para 12,3%), o que é um bom sinal.

Renda Familiar



Desconsiderando as pessoas que não quiseram declarar a sua renda familiar, a maioria das pessoas escutadas são pertencentes às classes C2 e C1 (de R\$ 1.000,00 a R\$ 3.000,00) e B2 (de R\$ 3.000,00 a R\$ 5.000,00).

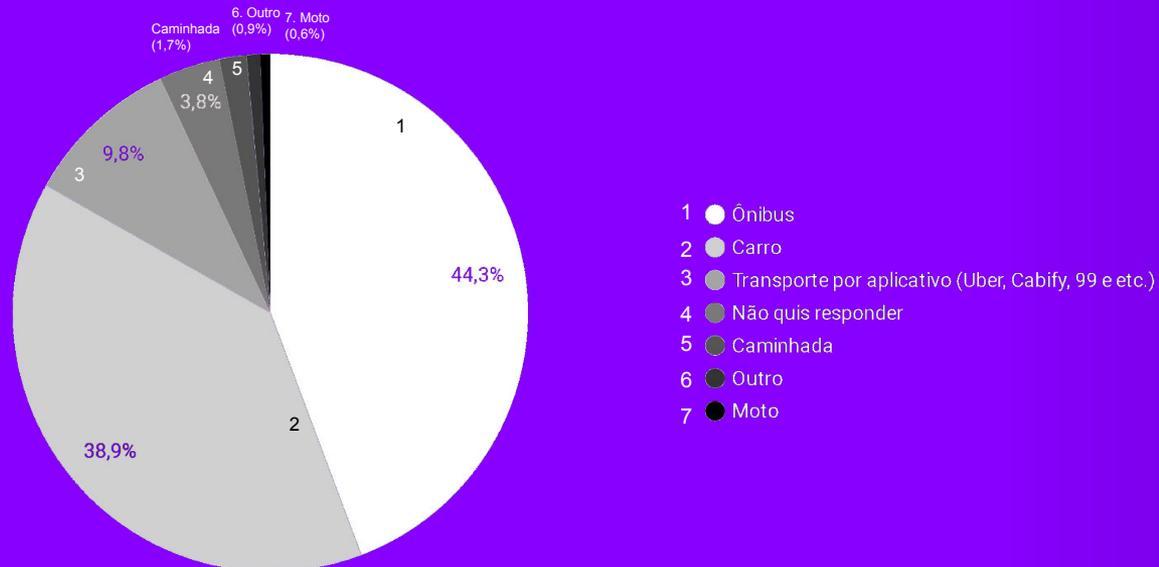
Fez compras na Black Friday?



A cada ano que passa, a Black Friday vem se tornando cada vez mais importante no calendário do comércio, porém, este ano, apenas 29,57% dos entrevistados declararam que fizeram compras nessa data, porcentagem menor do que no ano passado (34,7%).

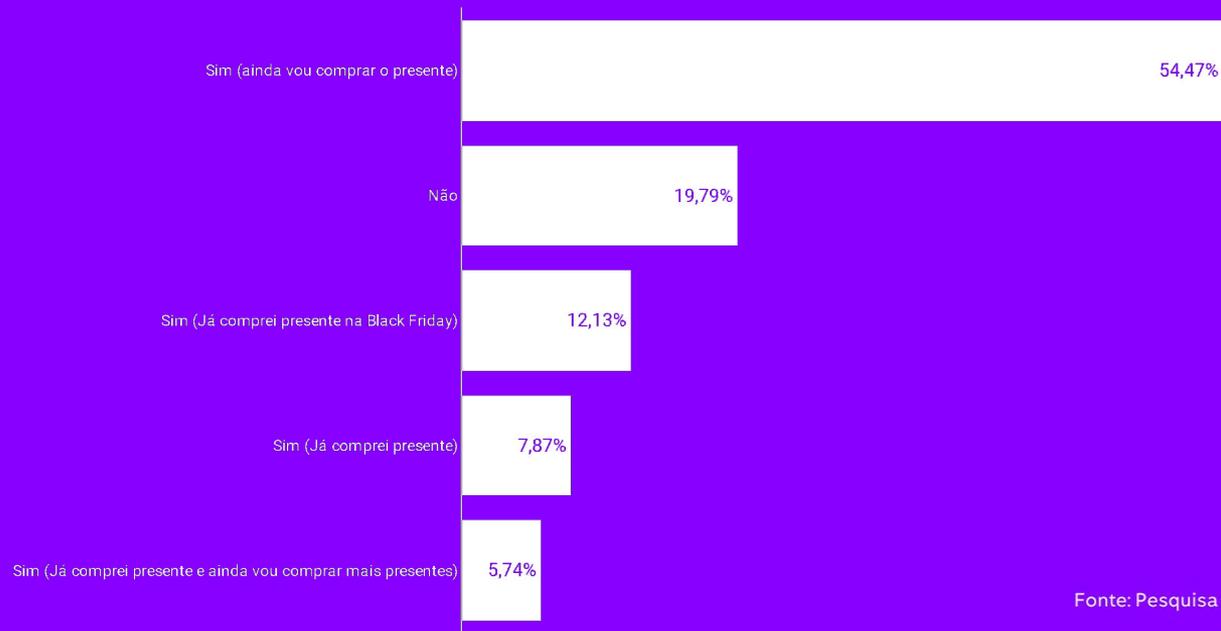
Essa redução pode ter como responsável a queda nas vendas no e-commerce que aconteceu principalmente por conta do fim das restrições de funcionamento do comércio devido à pandemia, uma vez que a Black Friday é fortemente voltada para vendas no online.

Transporte para o centro



Fonte: Pesquisa de Natal em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados Ace Jundiaí
- 30 de novembro a 3 de dezembro de 2022 | 467 entrevistas

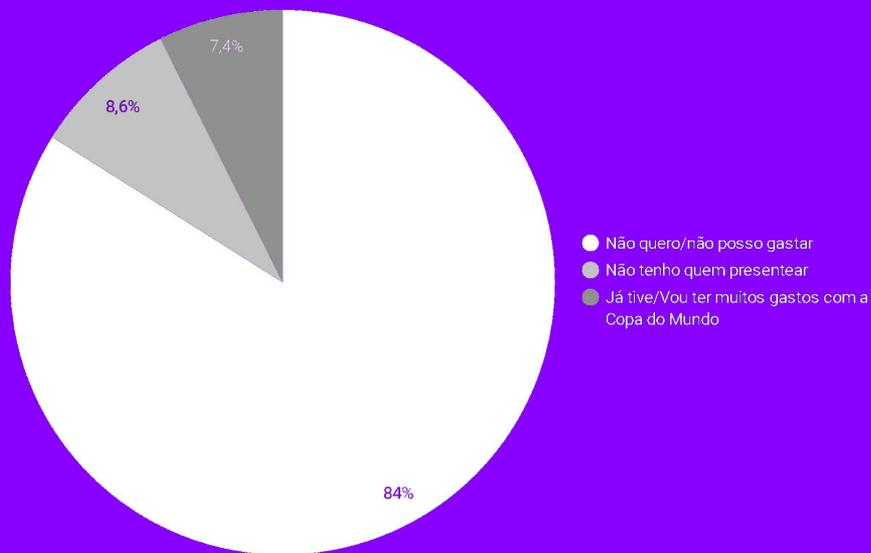
Pretende Fazer compras para o Natal?



O Natal é considerado a melhor data comemorativa para o comércio. A porcentagem de pessoas que declaram que já compraram ou ainda vão comprar presentes para alguém é a maior de todas as datas comemorativas do ano (80,21%), ou seja, 8 em cada 10 pessoas. E essa porcentagem é ainda maior do que no Natal anterior, onde 65,2% declararam intenção de presentear alguém.

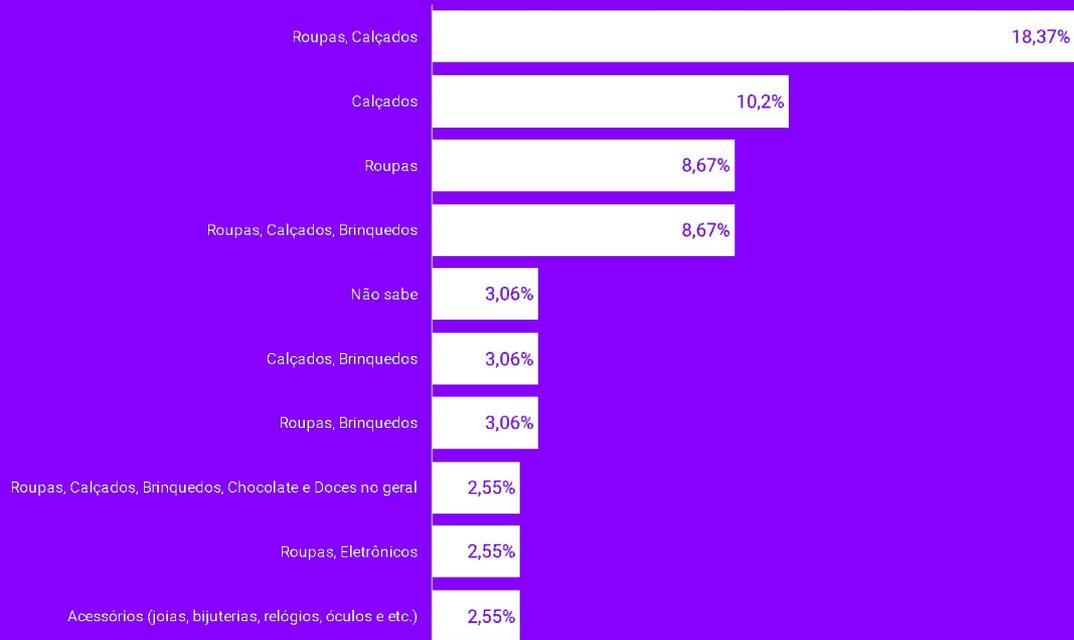
Fonte: Pesquisa de Natal em Jundiaí - Noonly e Instituto de Dados Ace Jundiaí
- 30 de novembro a 3 de dezembro de 2022 | 467 entrevistas

Motivo para não comprar



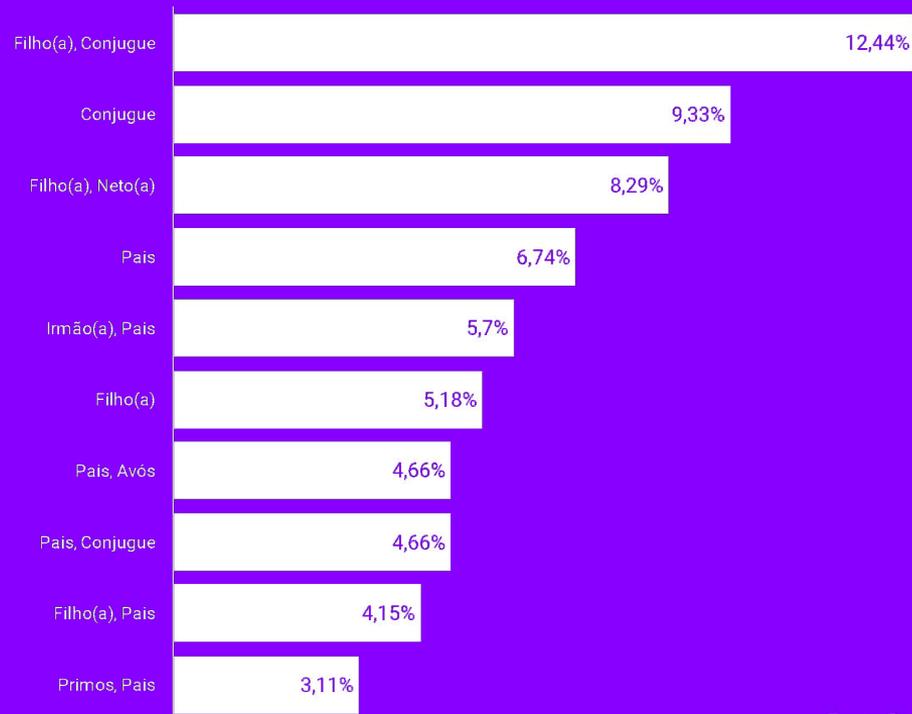
Esse ano a situação econômica apareceu novamente como o principal fator para não comprar presentes de Natal, porém, esse ano também temos o fator Copa do Mundo, que de certa forma divide um pouco atenções com o Natal.

O que pretende comprar?



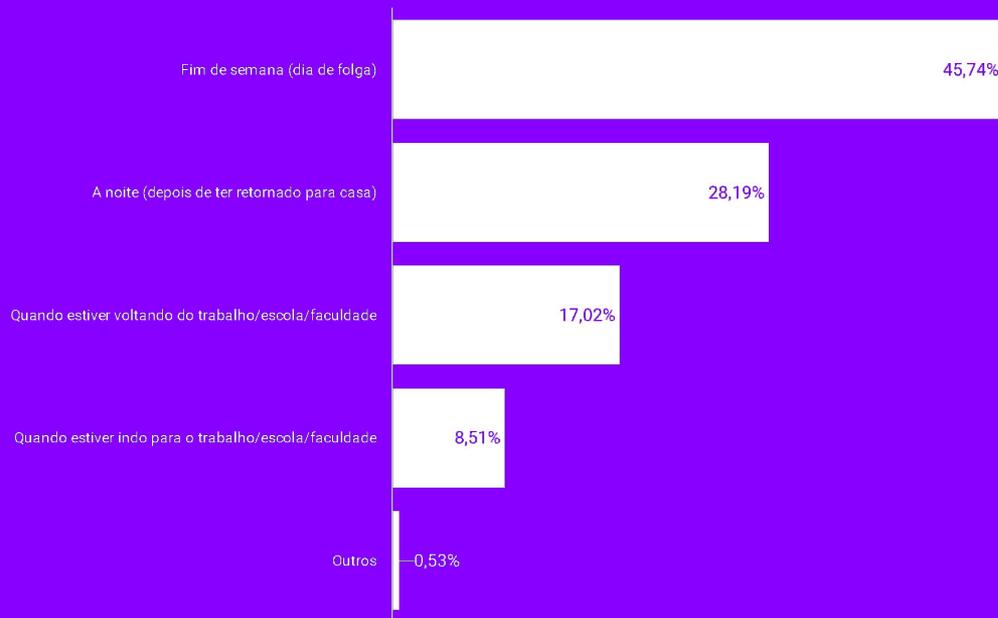
Novamente tivemos maior destaque para Roupas e Calçados, porém, nesse ano também temos um bom destaque para brinquedos. Eletrônicos, Chocolates, Doces e Acessórios também terão uma procura maior nessa data comemorativa.

Quem pretende presentear?



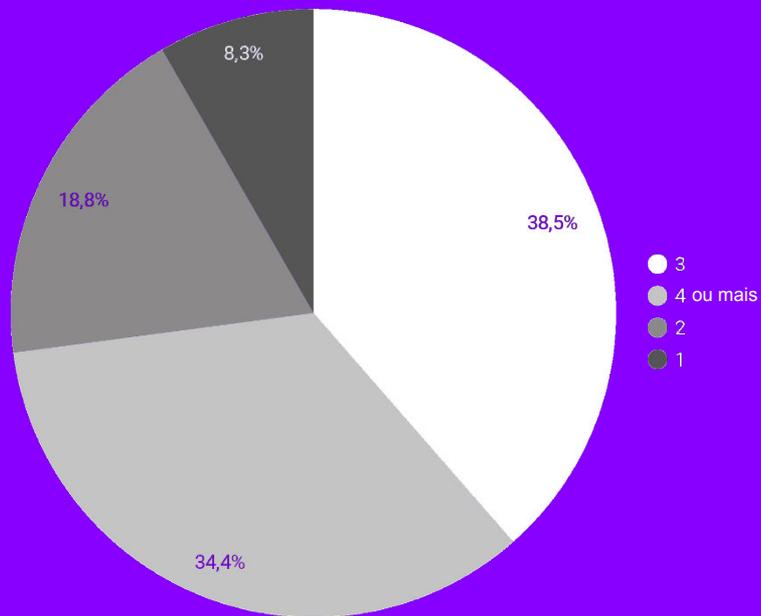
Nesse Natal também temos um maior destaque para parentes mais próximos entre os escolhidos para serem presenteados, principalmente filhos, cônjuges, netos e também com algum destaque para os pais.

Em que momento comprou ou pretende comprar o presente de Natal?



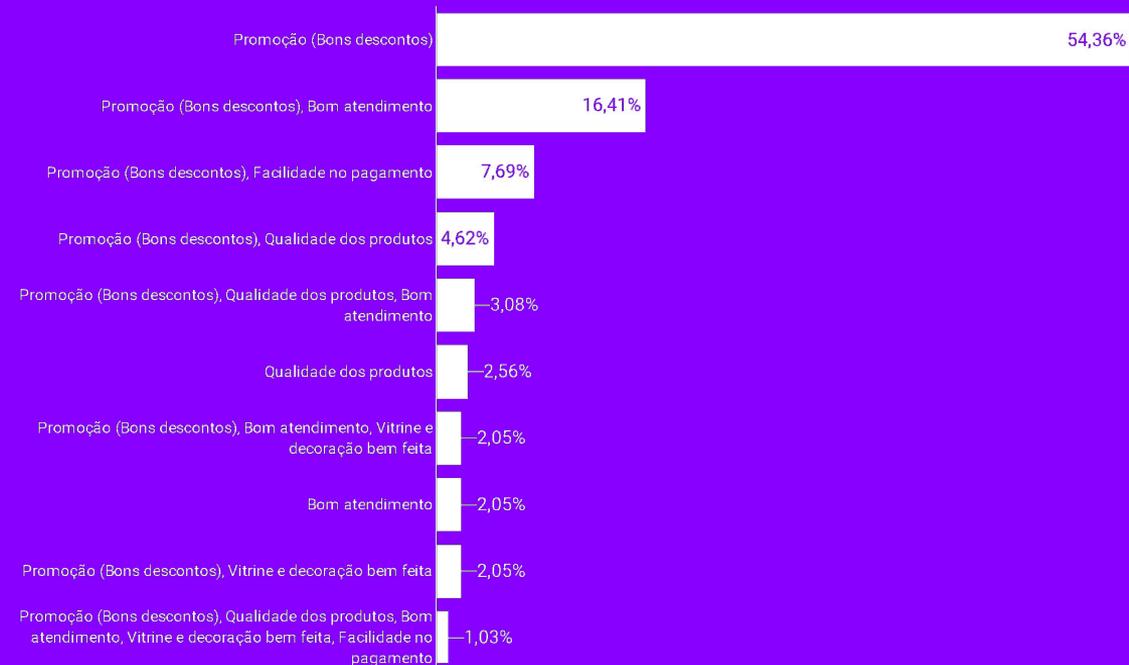
Em termos de “momento de compra”, a maioria dos entrevistados declararam que realizaram ou pretendem realizar as suas compras de Natal nos fins de semana/dia de folga. Logo atrás temos os que declararam que irão comprar depois de terem retornado para suas casas e quando estiverem saindo do trabalho/faculdade. Portanto, é importante para o comerciante que ele se prepare para aumento de movimento nos fins de semana e nos horários pós saída de trabalho, após às 16h.

Quantos presentes pretende comprar?



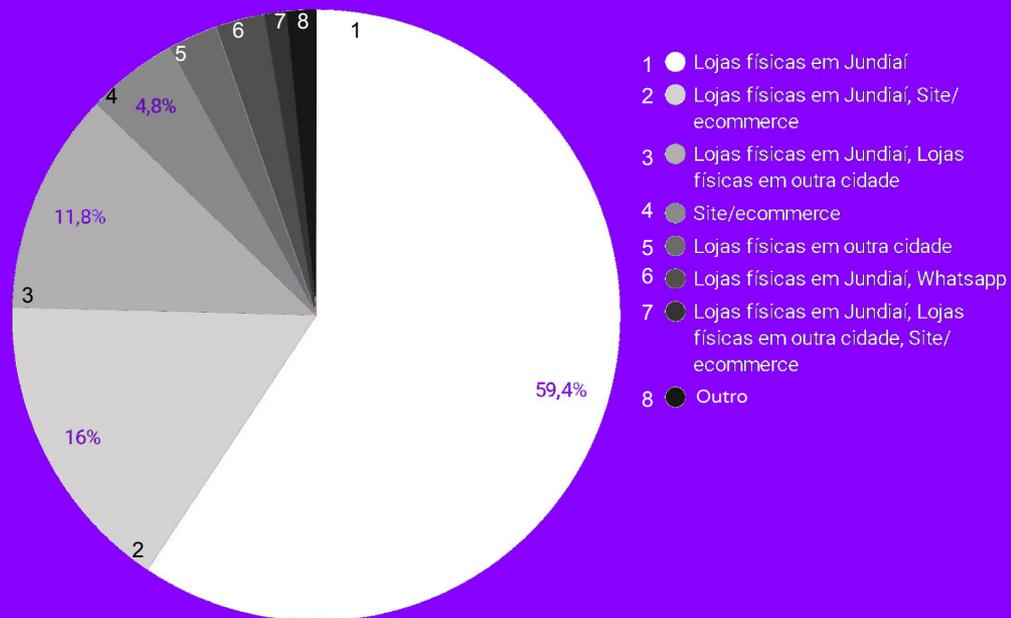
Além de ser a data comemorativa com maior intenção de compras, o Natal também é a data comemorativa onde as pessoas compram maior quantidade de presentes. 38,5% declararam que irão comprar 3 presentes, e outros 34,4% vão comprar 4 presentes ou mais. No Natal passado 52,6% pretendiam comprar 3 presentes e 17,1% pretendiam comprar 4 ou mais.

O que leva em consideração ao escolher a loja?



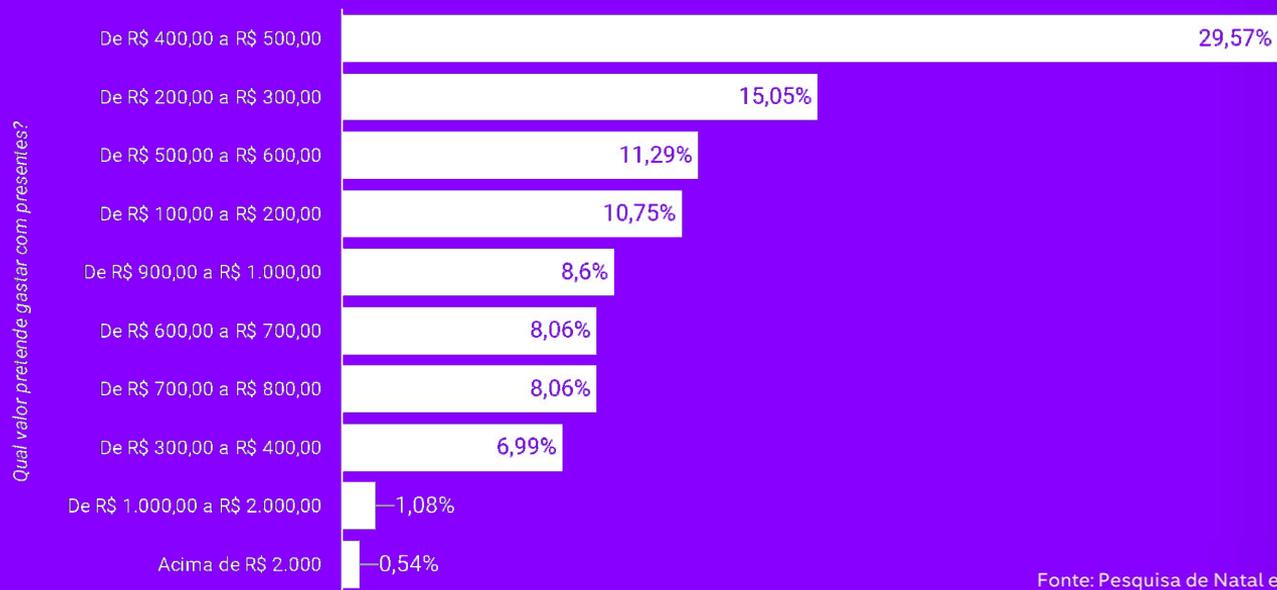
Assim como no ano passado os motivos que atraem mais o consumidor na hora da compra é o estabelecimento oferecer promoções e bons descontos, combinado com facilidades no pagamento. Fora isso, o bom atendimento e a qualidade dos produtos são um forte atrativo.

Onde pretende comprar?



Há uma tendência de que tenhamos um crescimento nas vendas das lojas físicas.

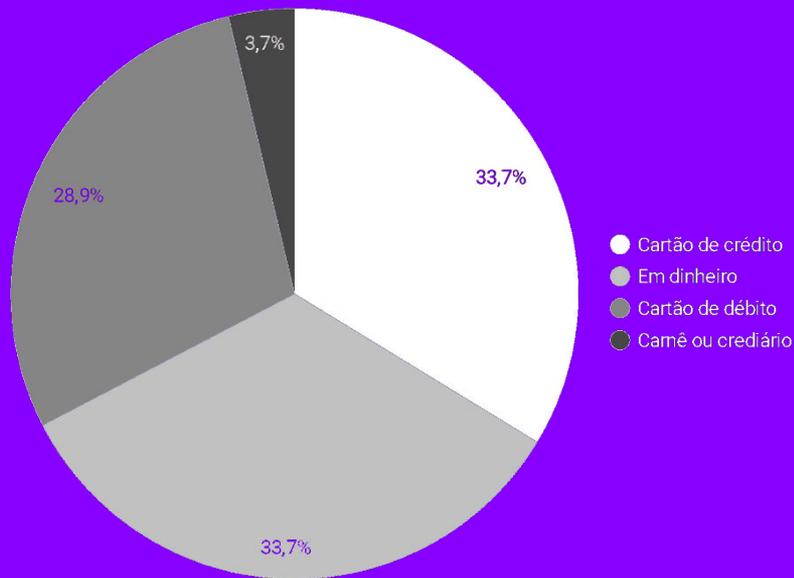
Quanto pretende gastar?



Para esse Natal podemos esperar um aumento do ticket médio, uma vez que 29,57% dos entrevistados declararam que pretendem gastar entre R\$ 400,00 e R\$ 500,00. No Natal do ano passado apenas 0,66% dos entrevistados haviam declarado que iriam gastar esse valor, além disso, em 2021, 62,42% dos entrevistados declararam que pretendiam gastar entre R\$ 100,00 e R\$ 200,00 apenas. Este ano, apenas 10,75% declararam que iriam ter gastos nesses valores.

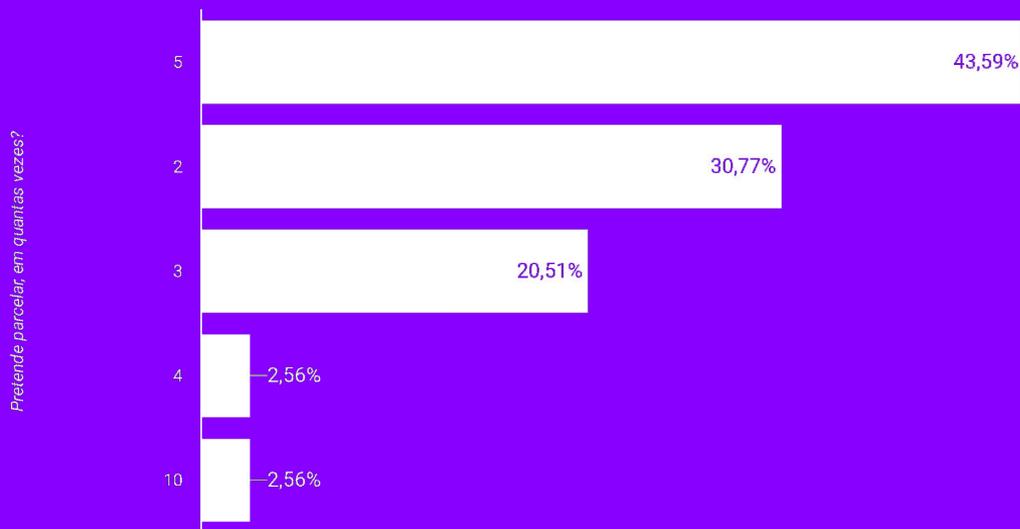
Fonte: Pesquisa de Natal em Jundiá - Noonly e Instituto de Dados Ace Jundiá
- 30 de novembro a 3 de dezembro de 2022 | 467 entrevistas

Qual a forma de pagamento?



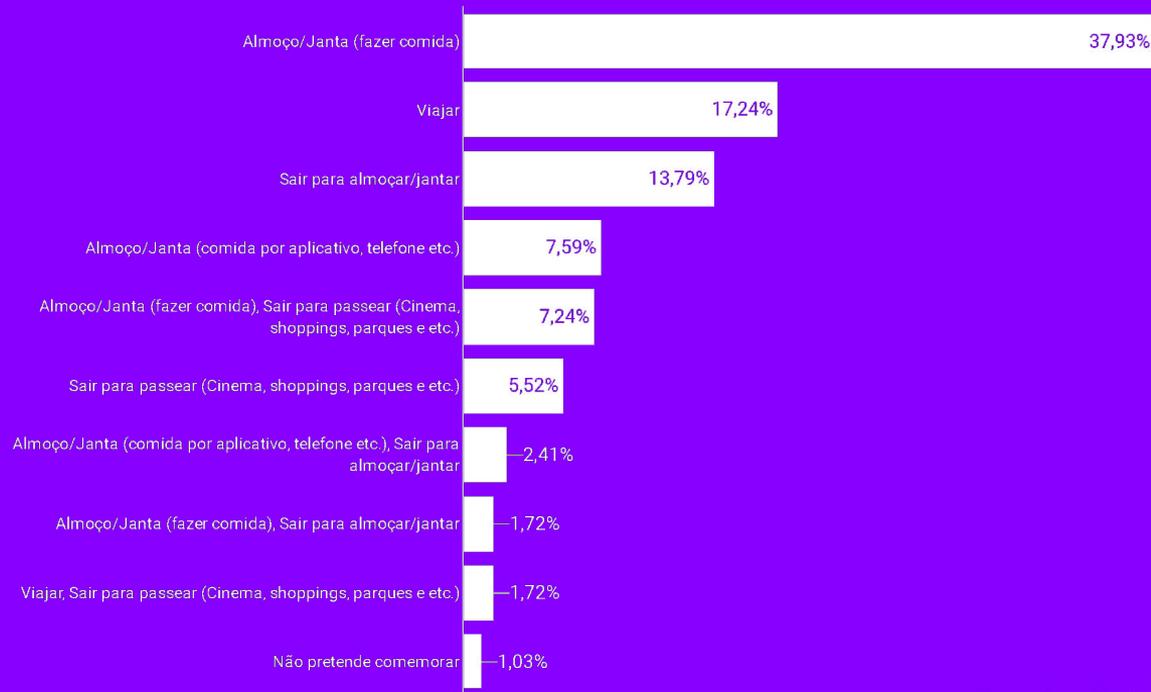
Para essa data comemorativa, cartão de crédito e dinheiro são as formas de pagamento preferidas com 33,7% cada, seguido de cartão de débito com 28,9%. Os lojistas devem estar atentos a essa demanda e estudar as melhores taxas de máquinas de cartão.

Pretende parcelar a compra em quantas vezes?



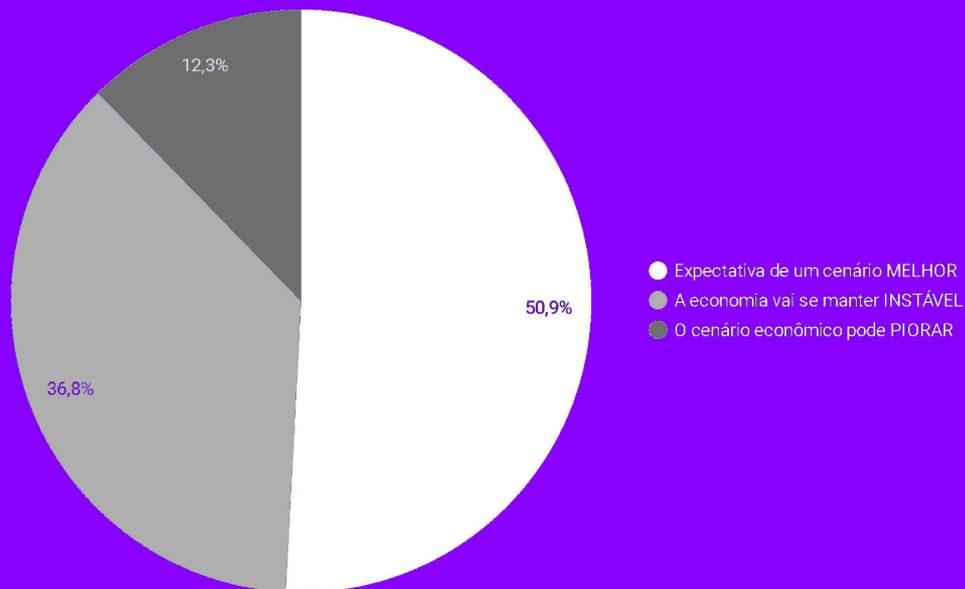
Outra característica do Natal é que as pessoas que declararam que irão parcelar as compras farão isso em mais vezes do que em outras datas comemorativas. 43,59% declararam que pretendem parcelar em 5 vezes no cartão.

Como pretende comemorar?



A tradicional ceia com familiares ainda é a forma de comemoração favorita da maioria dos entrevistados (37,93%), porém, com o fim das medidas de isolamento da pandemia, ela perdeu espaço para opções “fora de casa” como viagens (de 7,47% em 2021 para 17,24% em 2022) e sair para jantar (1,1% em 2021 para 17,24% em 2022). Portanto, na semana do Natal, espera-se uma movimentação grande nos principais supermercados da região e estabelecimentos como buffets e rotisseries que ofereçam comidas prontas para ceia. Além disso também podemos esperar um aumento de demanda por viagens e bares e restaurantes locais.

Qual a sua percepção em relação a economia para os próximos meses?



Diferentemente do Natal do ano passado, onde 61,1% dos entrevistados acreditavam que o cenário econômico permaneceria instável, 15,3% acreditavam que pioraria e apenas 23,7% declararam que melhoraria, percebemos que esse ano as pessoas estão mais otimistas, com 50,9% acreditando que o cenário econômico deve melhorar nos próximos meses e apenas 12,2% acreditando que deve piorar.

noonlabs

Fluxo de pessoas em Jundiaí

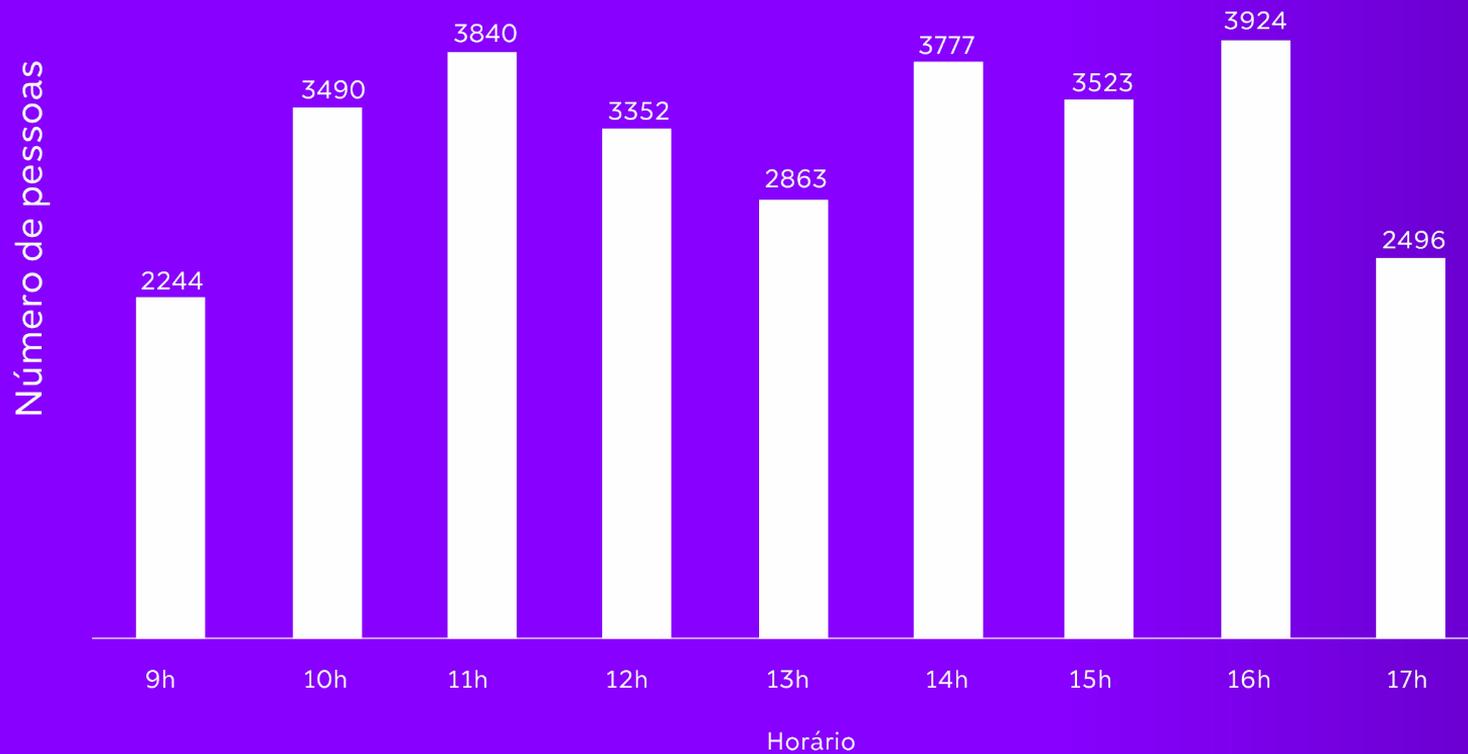
Quantas pessoas circularão
pela cidade



Para estimar a quantidade de população que irá trafegar nas principais vias do Centro de Jundiaí na semana do Natal, a Noonly aplicou uma metodologia pioneira de contagem por amostragem.

Através desta metodologia, estimamos que 29.500 pessoas passarão diariamente a pé pela rua Barão de Jundiaí e proximidades na semana anterior ao Natal, totalizando 147.500 pessoas nos 5 dias que antecedem a data comemorativa, cerca de 35% da população total da cidade.

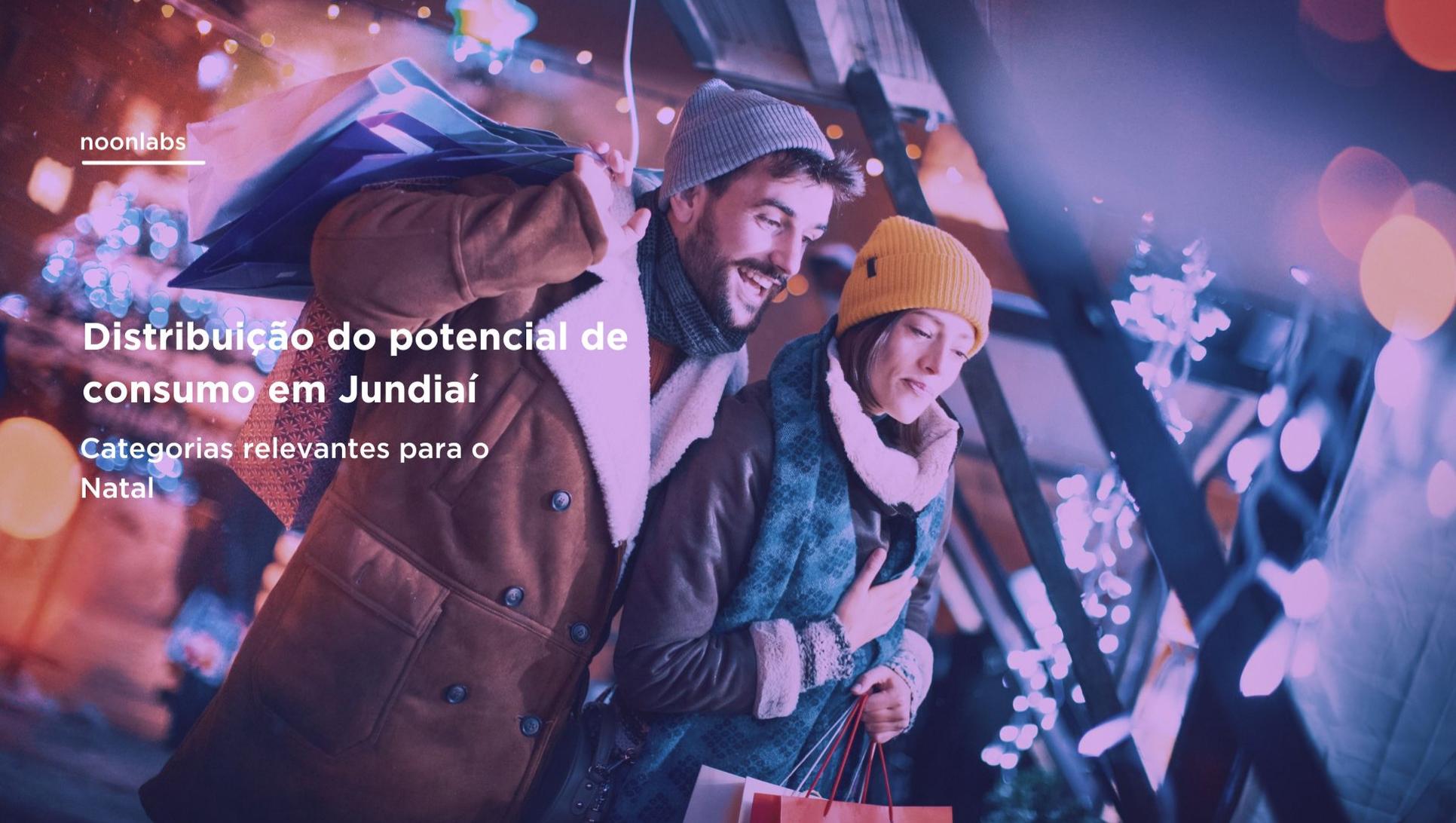
Fluxo de pessoas no centro de Jundiaí - Natal



noonlabs

Distribuição do potencial de consumo em Jundiaí

Categorias relevantes para o Natal



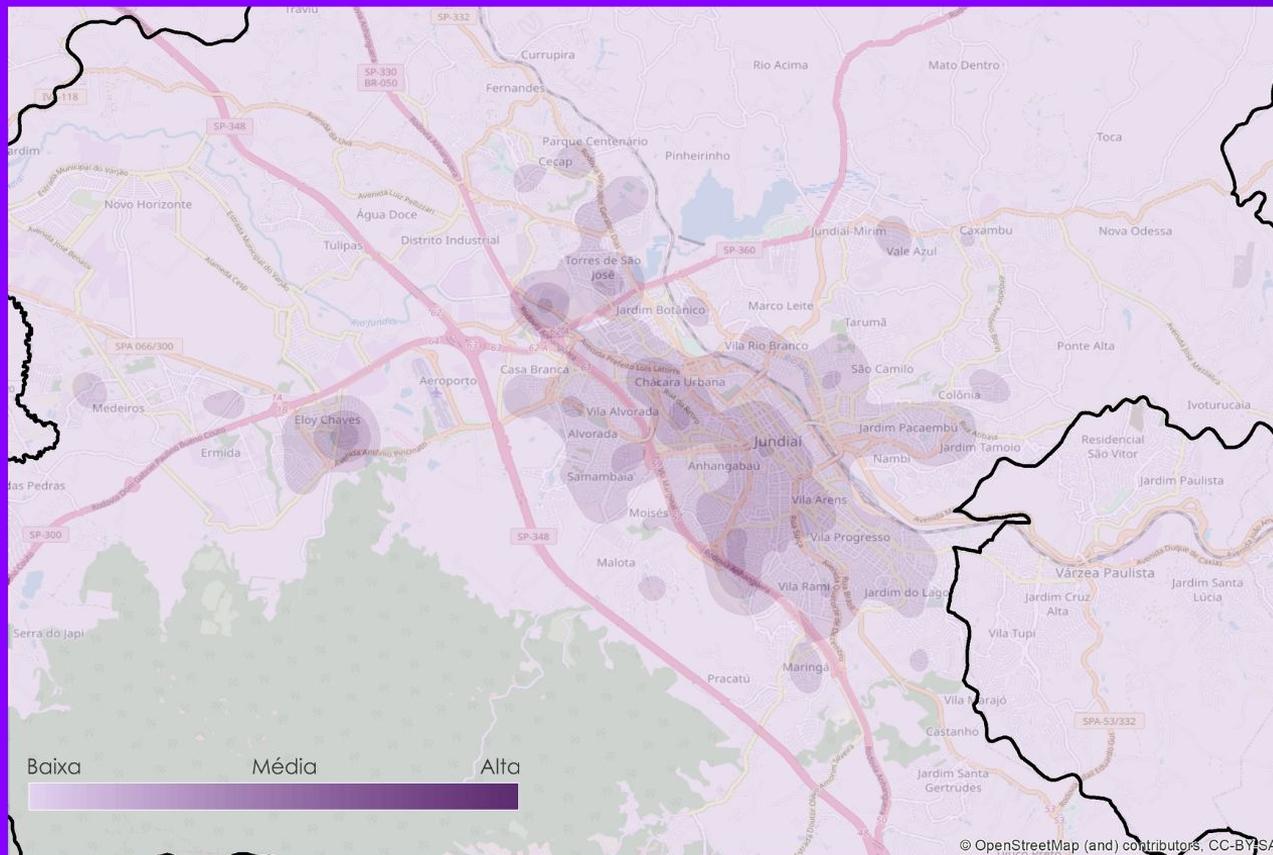


Potencial de consumo de vestuário

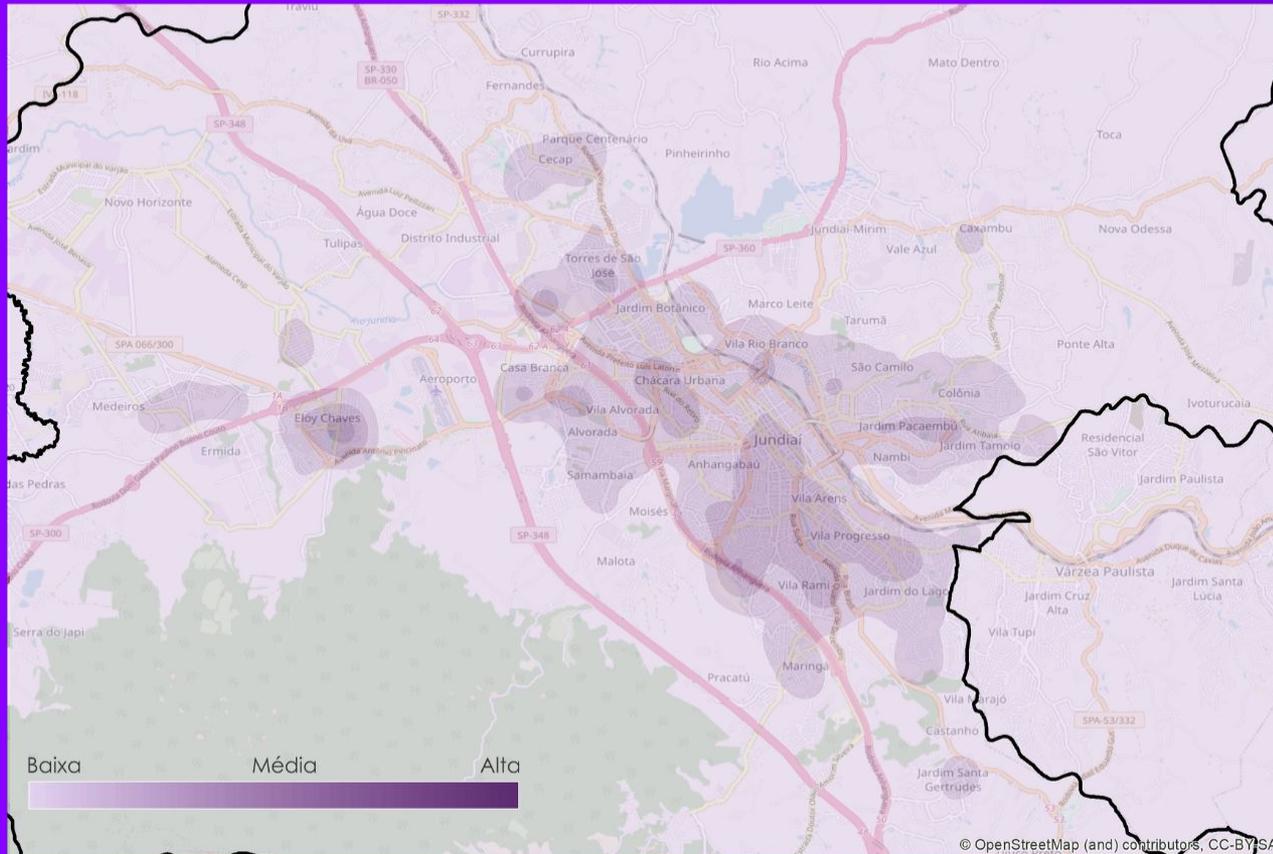
Refere-se aos gastos com roupas confeccionadas para homens, mulheres e crianças, como calças, agasalhos, saias, ternos, lingerie, shorts, camisas, camisetas, blusas, meias, pijamas, vestidos, roupas de banho.

Nos mapas de potencial de consumo de vestuário a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado. Já as regiões mais claras, possuem menor concentração.

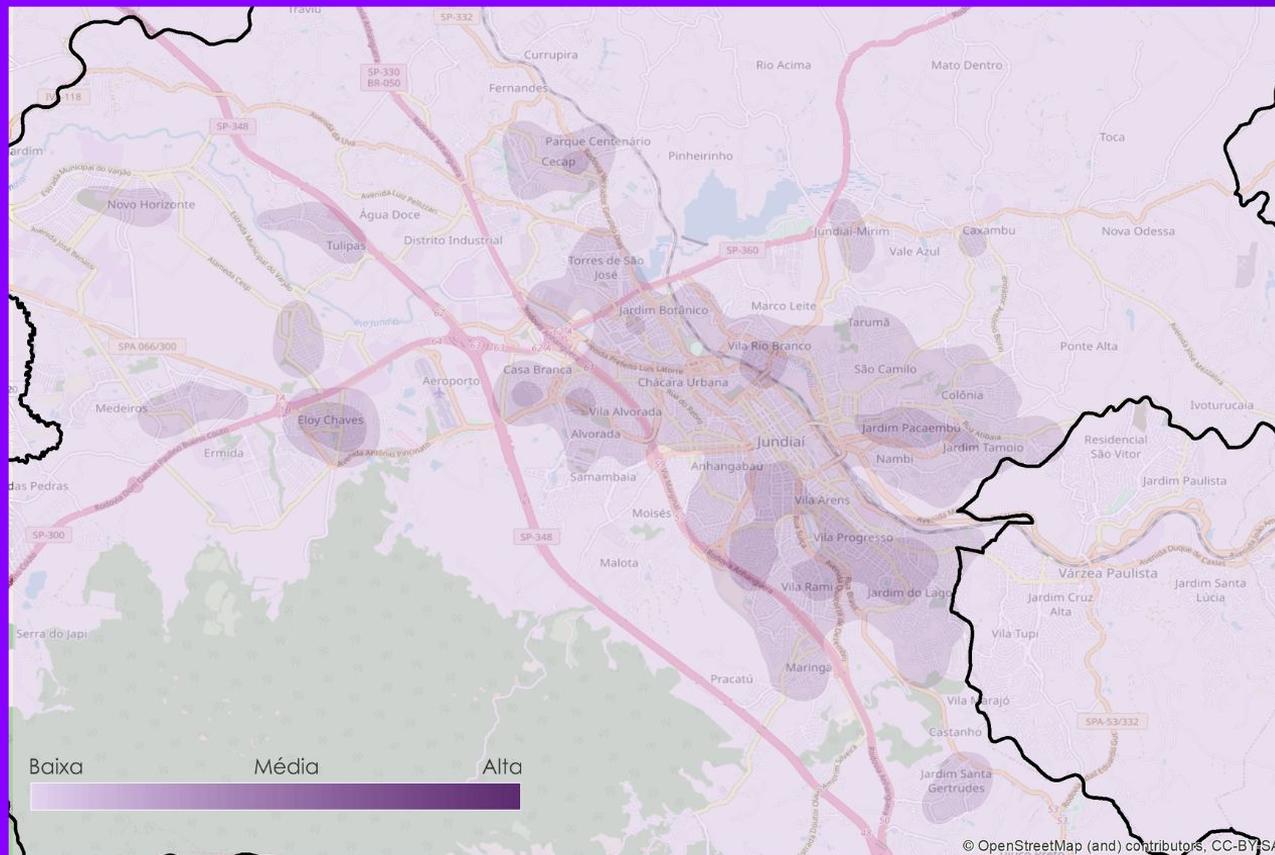
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE B1



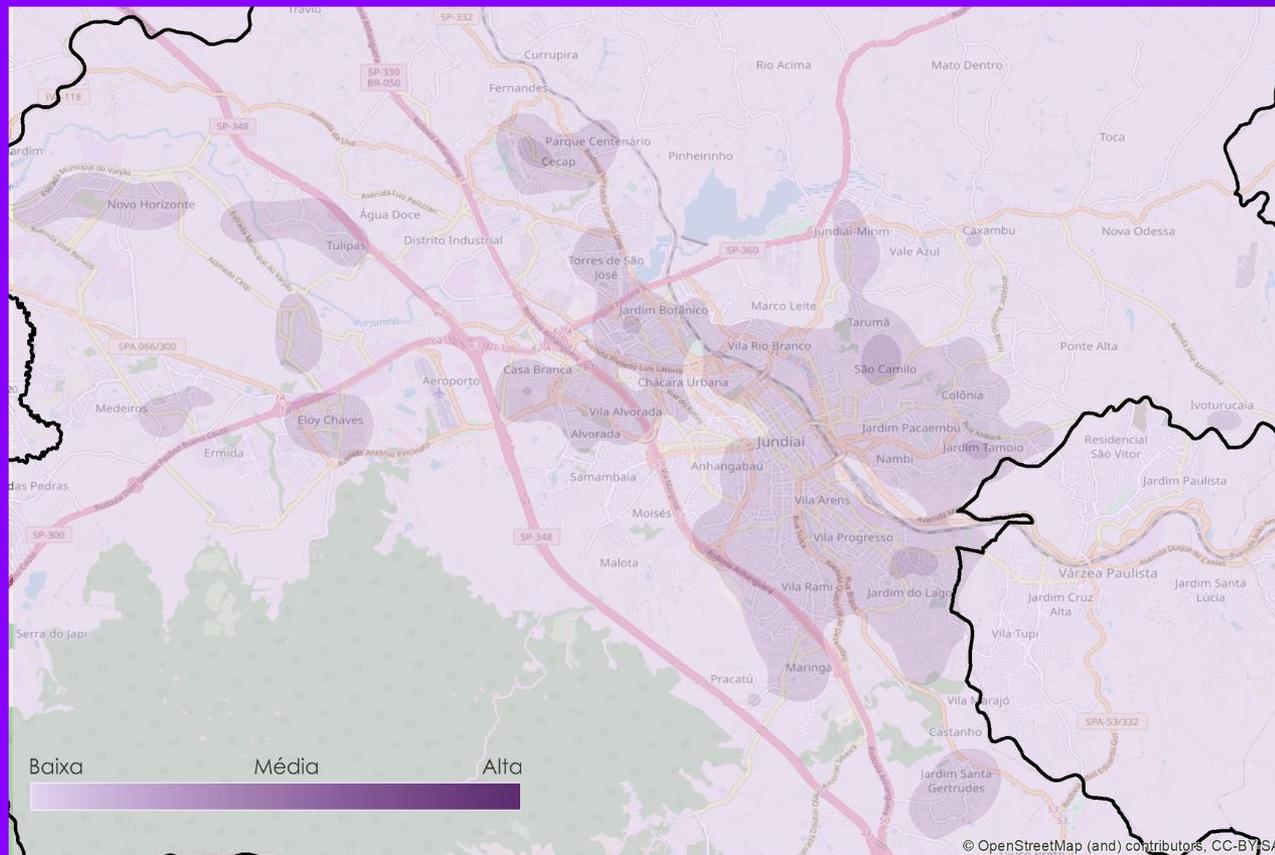
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE B2



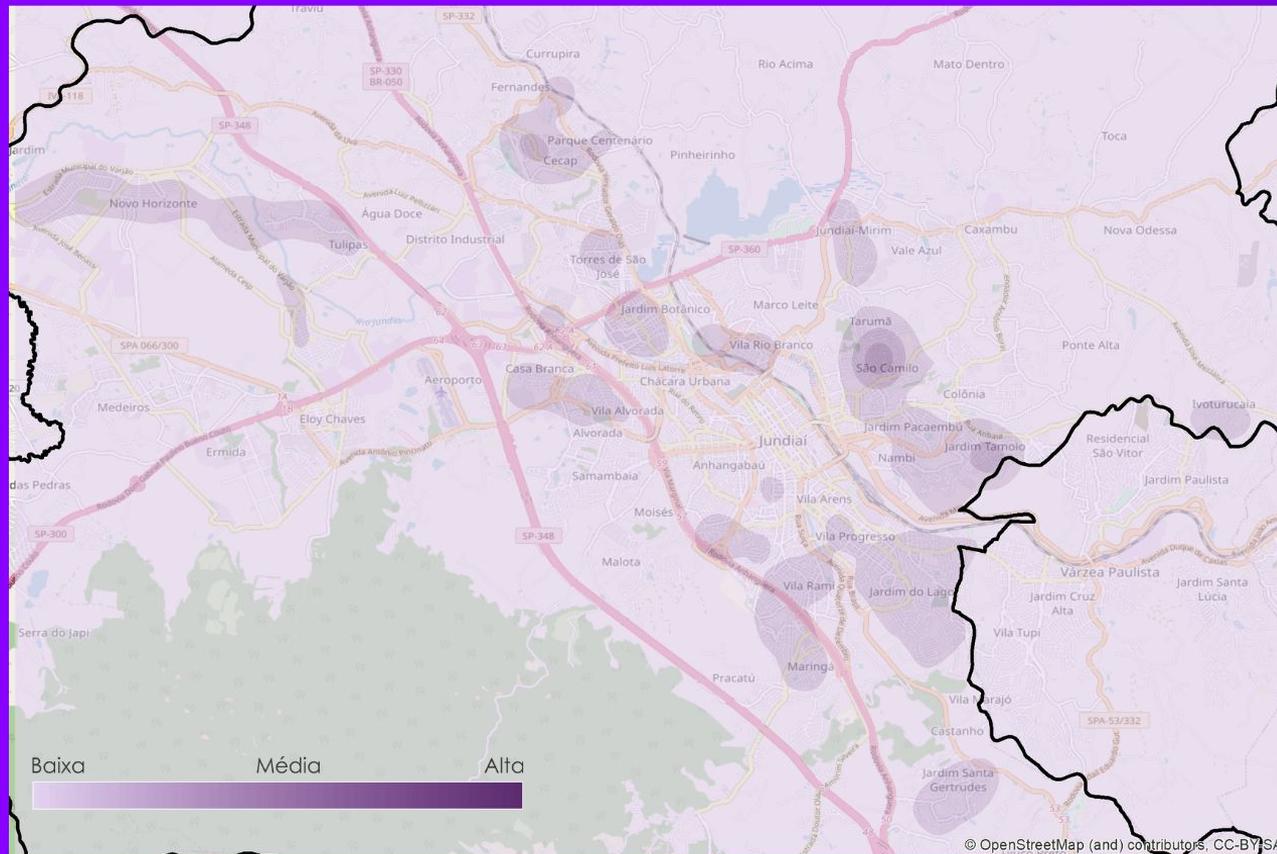
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE C1



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE C2



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE D/E



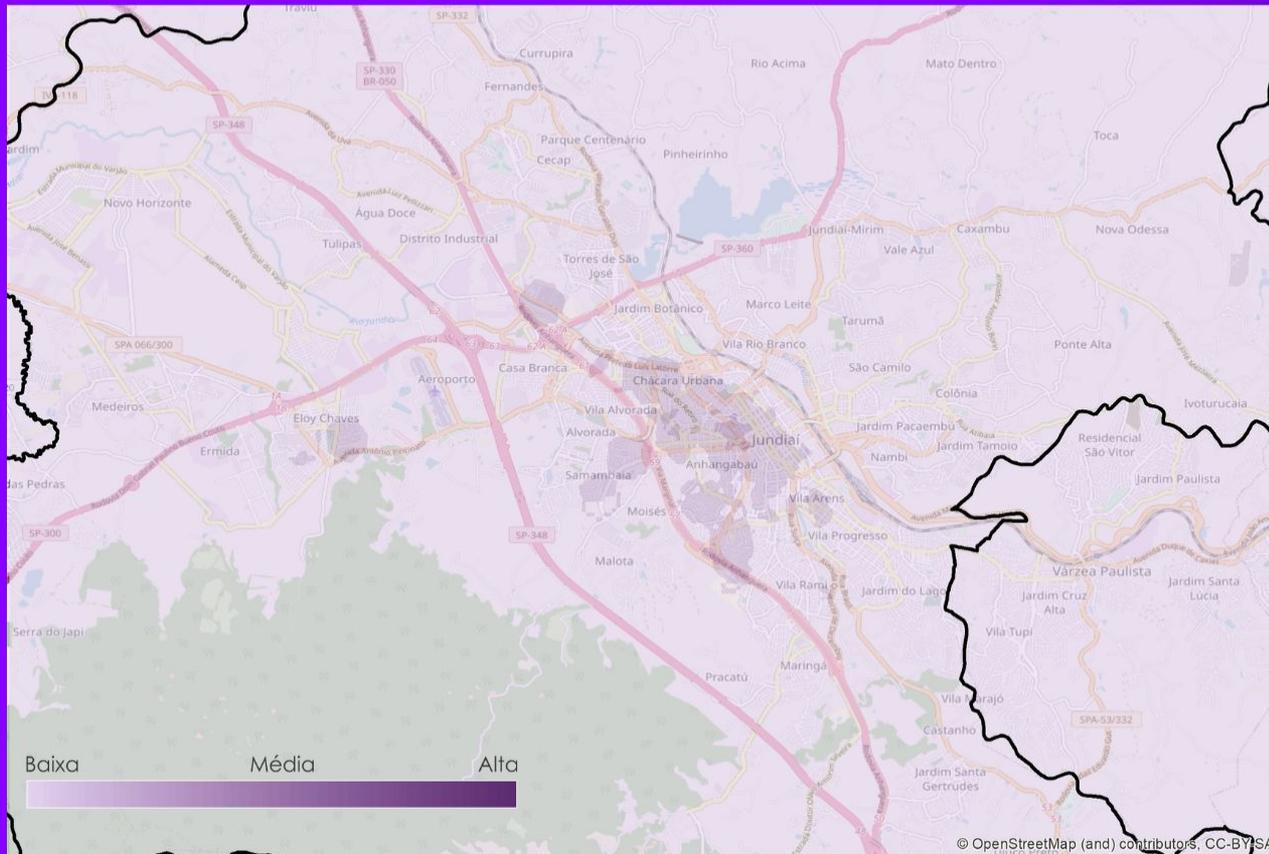


Potencial de consumo de calçados

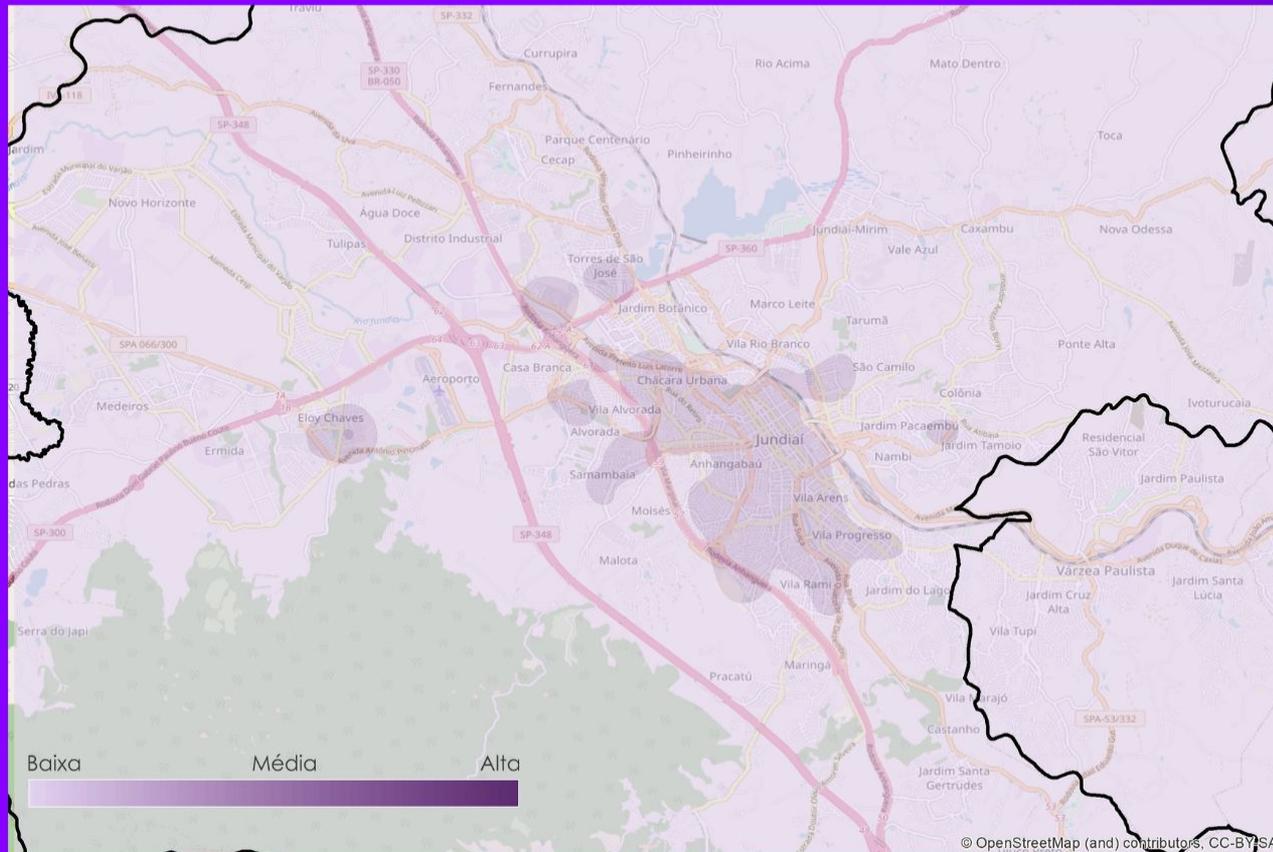
Refere-se aos gastos com sapatos, sandálias, tênis, sapatilhas, etc.

Nos mapas de potencial de consumo de calçados a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado. Já as regiões mais claras, possuem menor concentração.

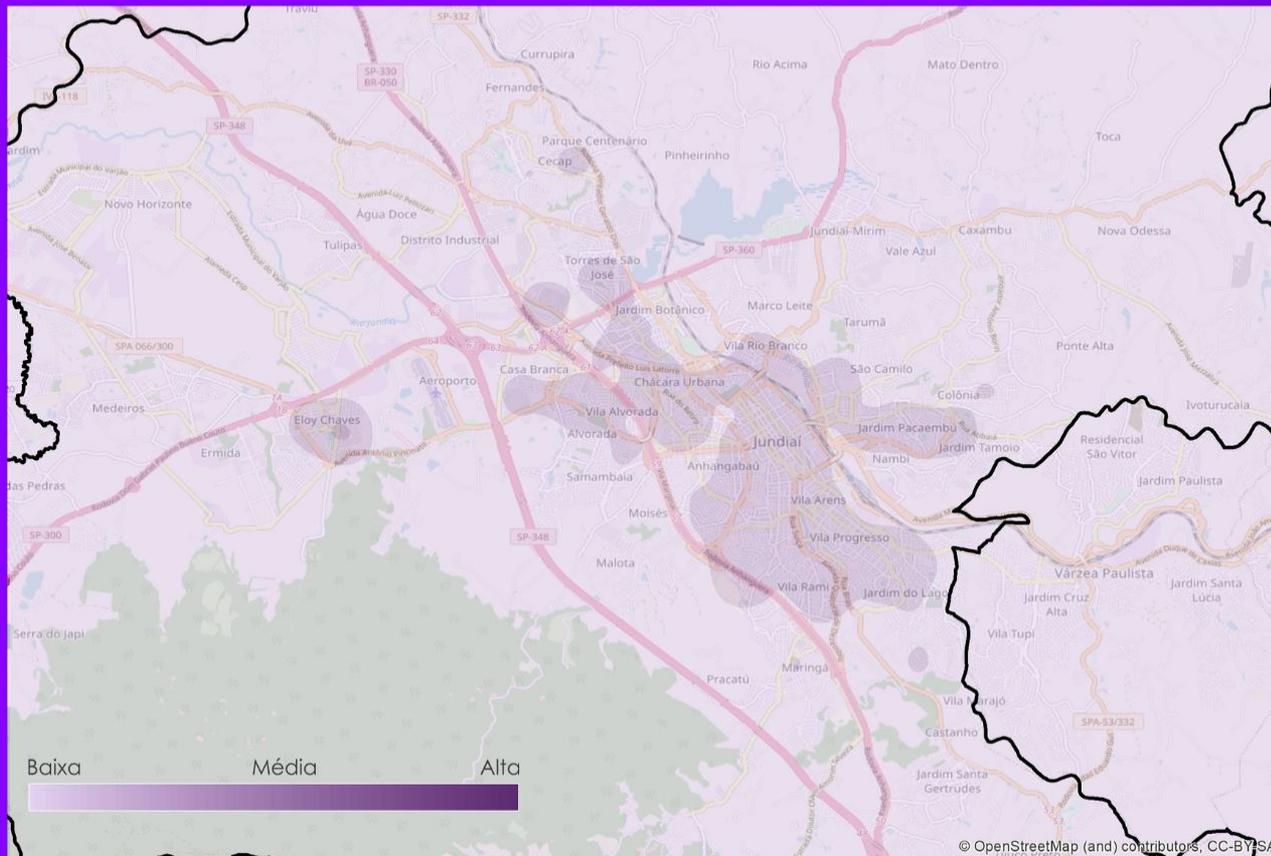
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE A



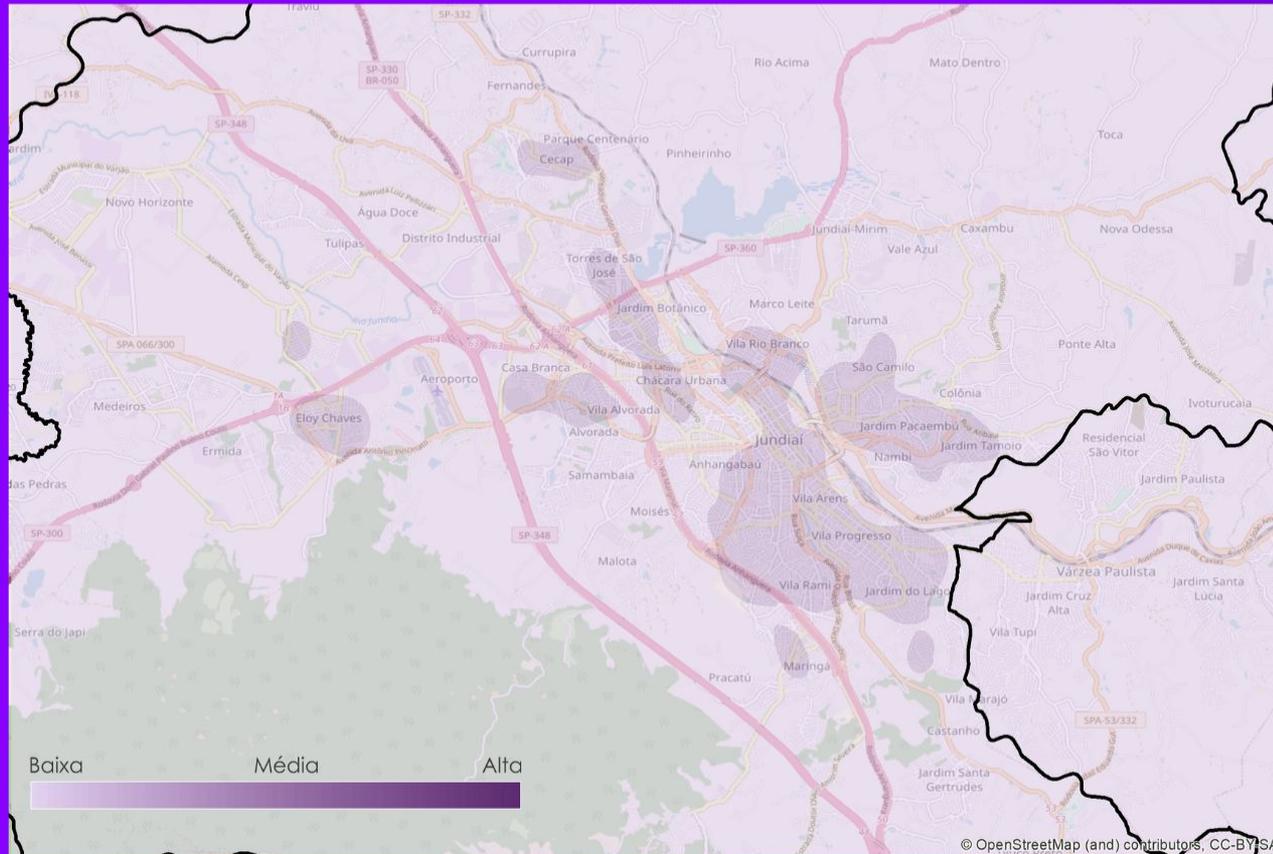
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE B1



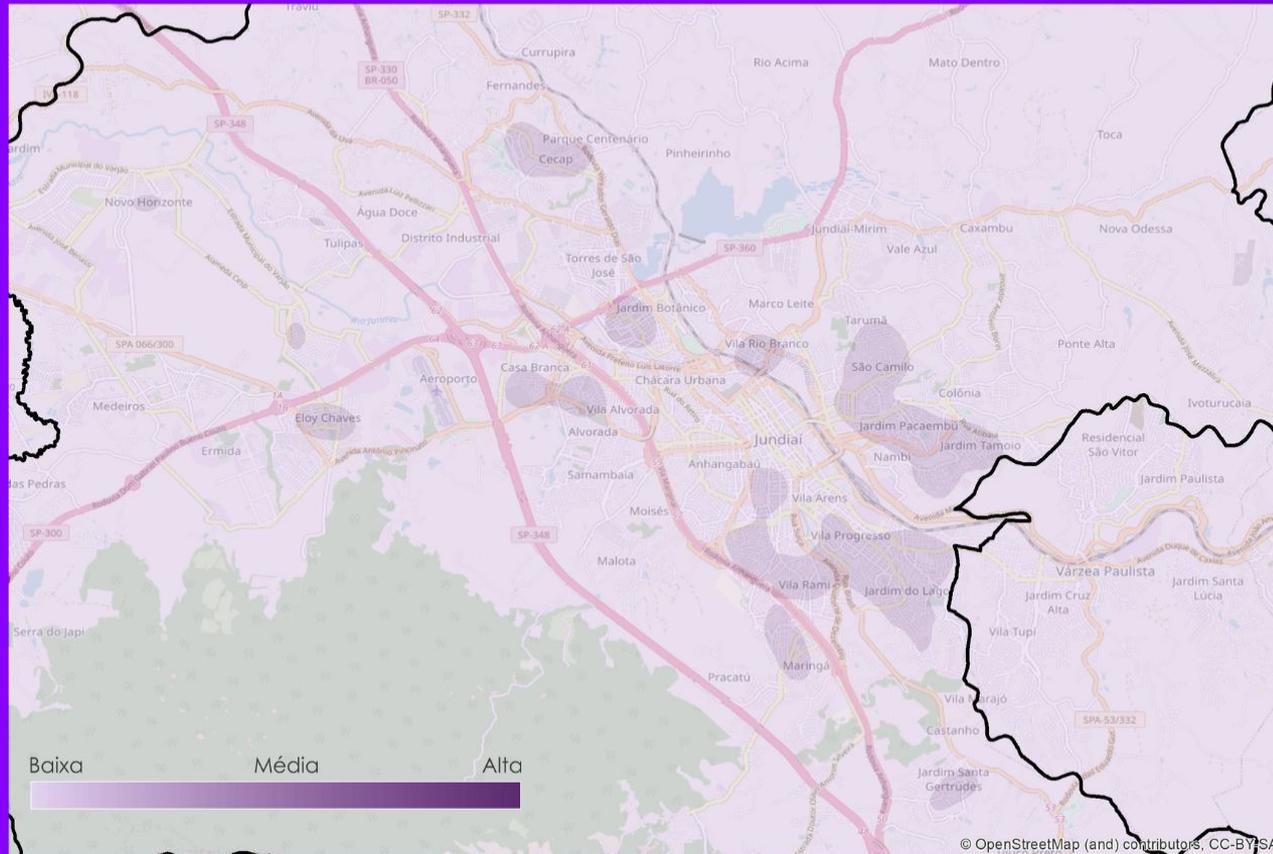
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE B2



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE C1



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE C2



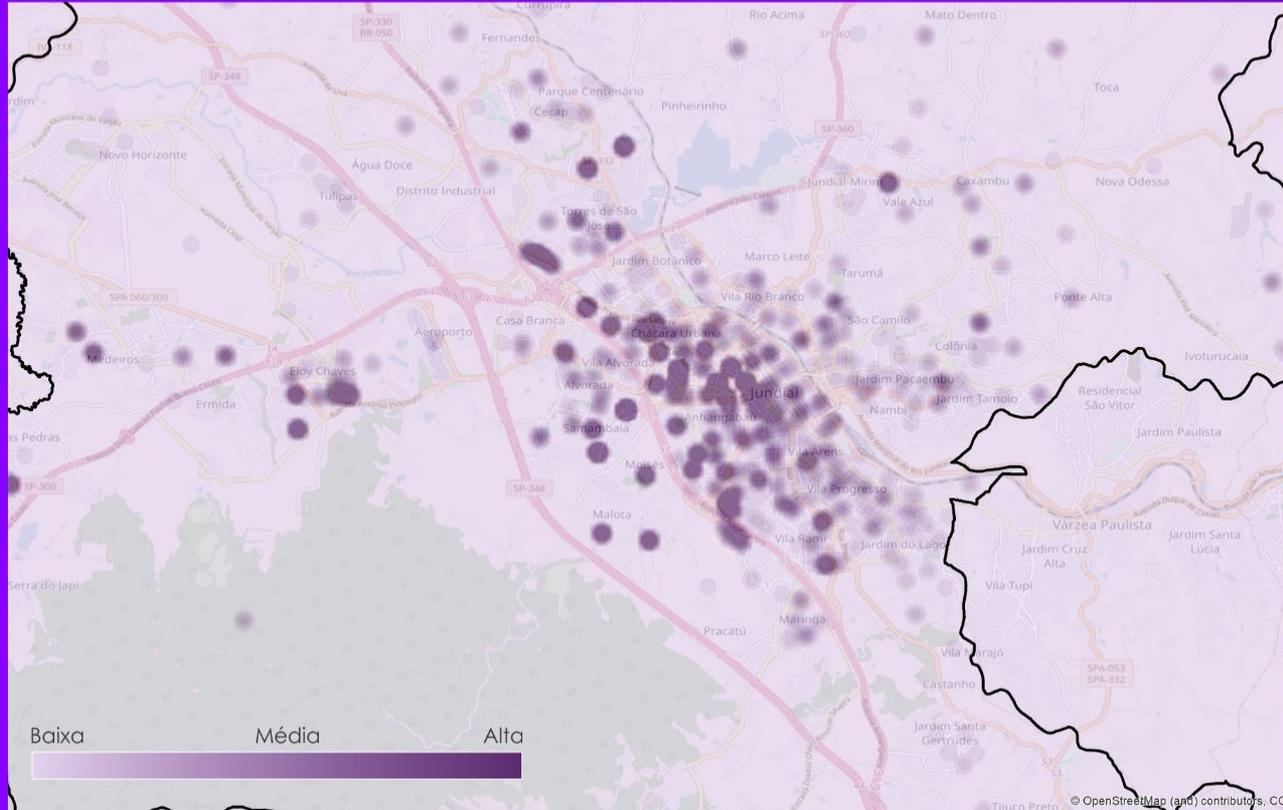


Potencial de consumo de brinquedos e jogos

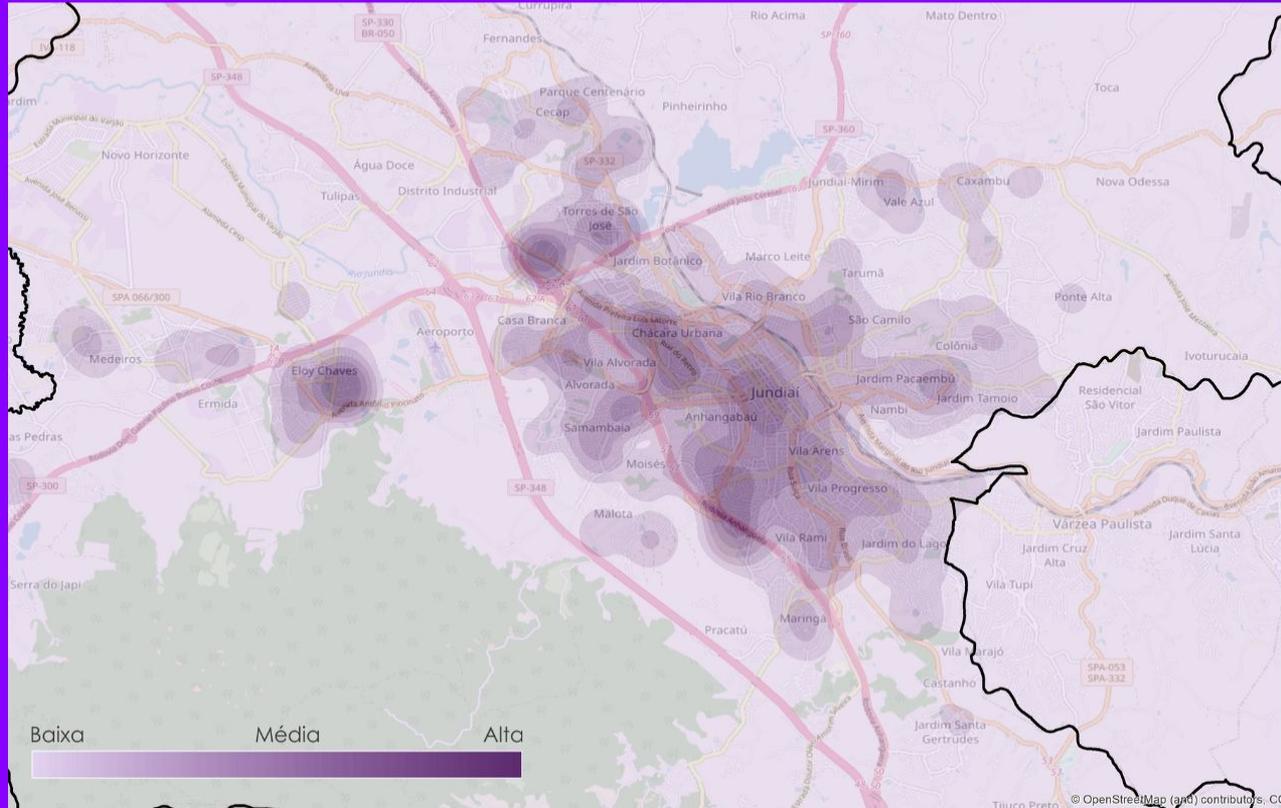
Refere-se aos gastos com brinquedos e jogos.

Nos mapas de potencial de consumo de brinquedos e jogos a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado. Já as regiões mais claras, possuem menor concentração.

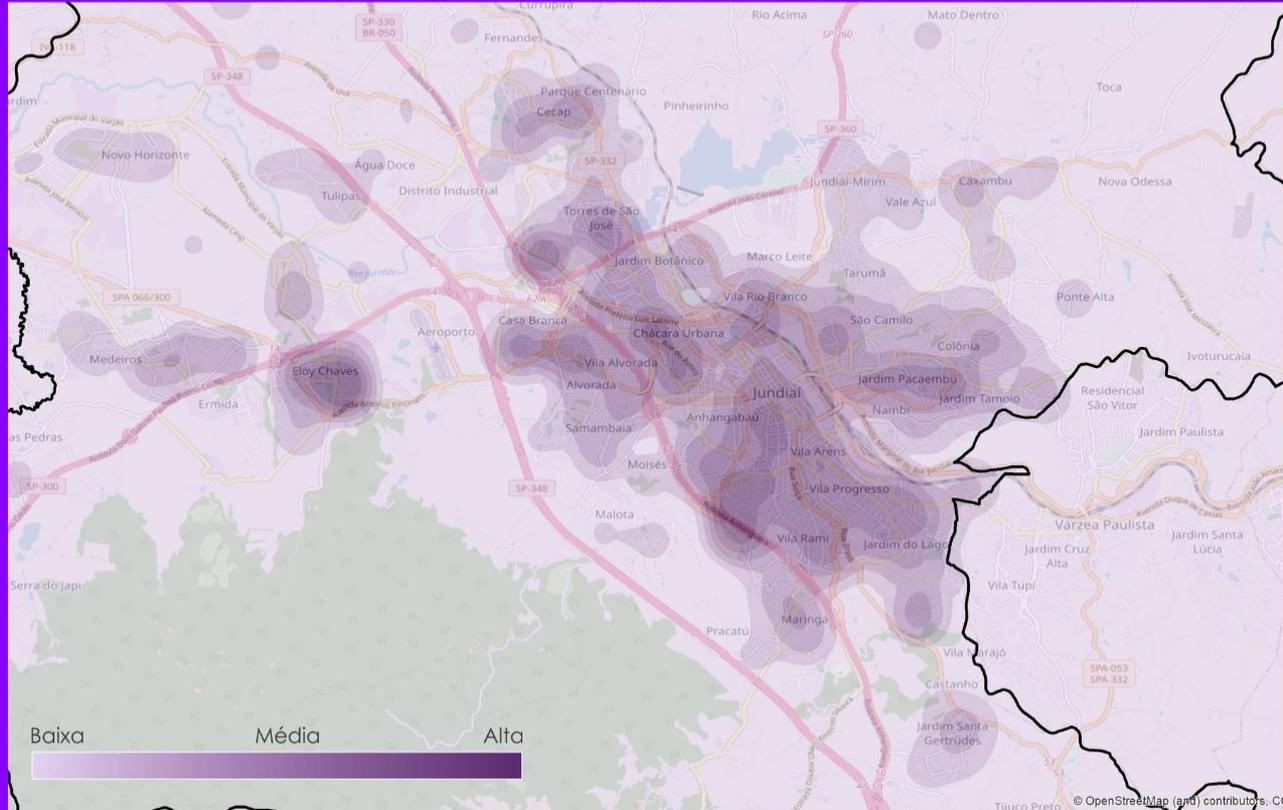
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE A



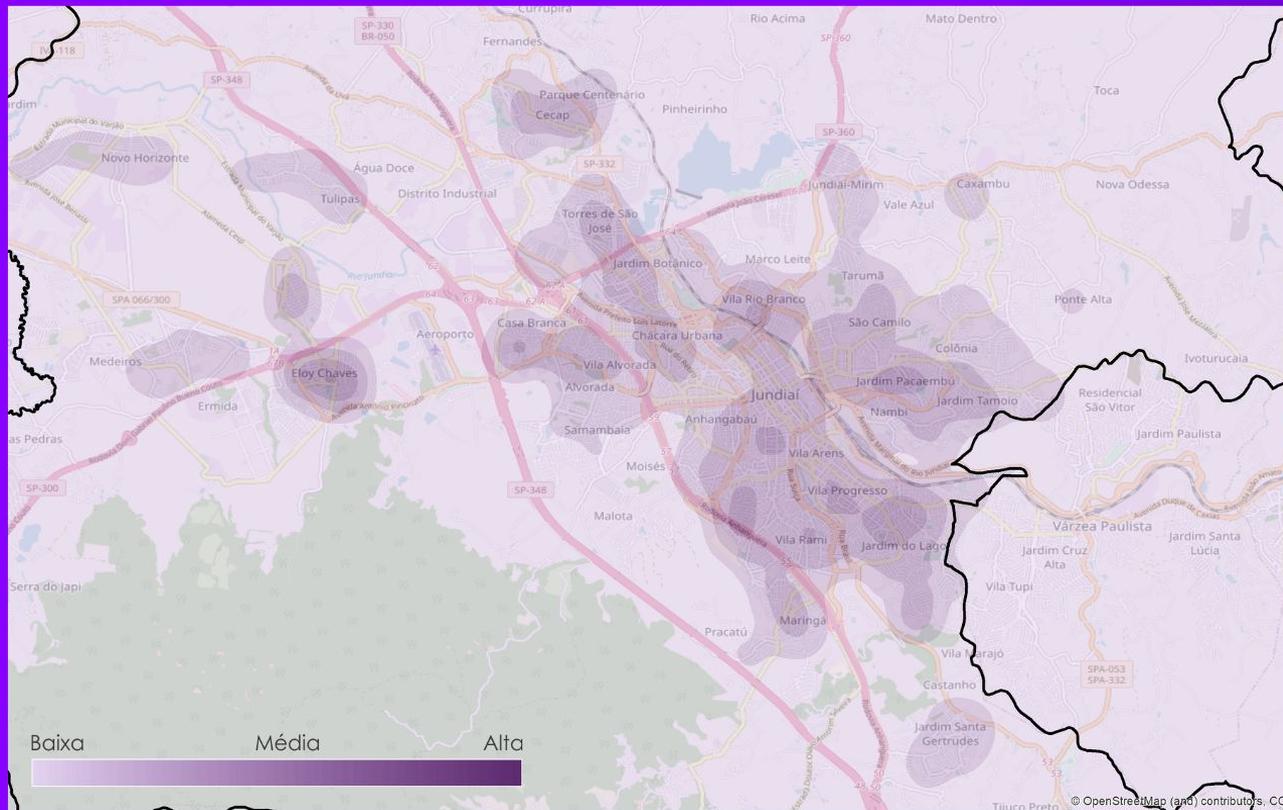
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE B1



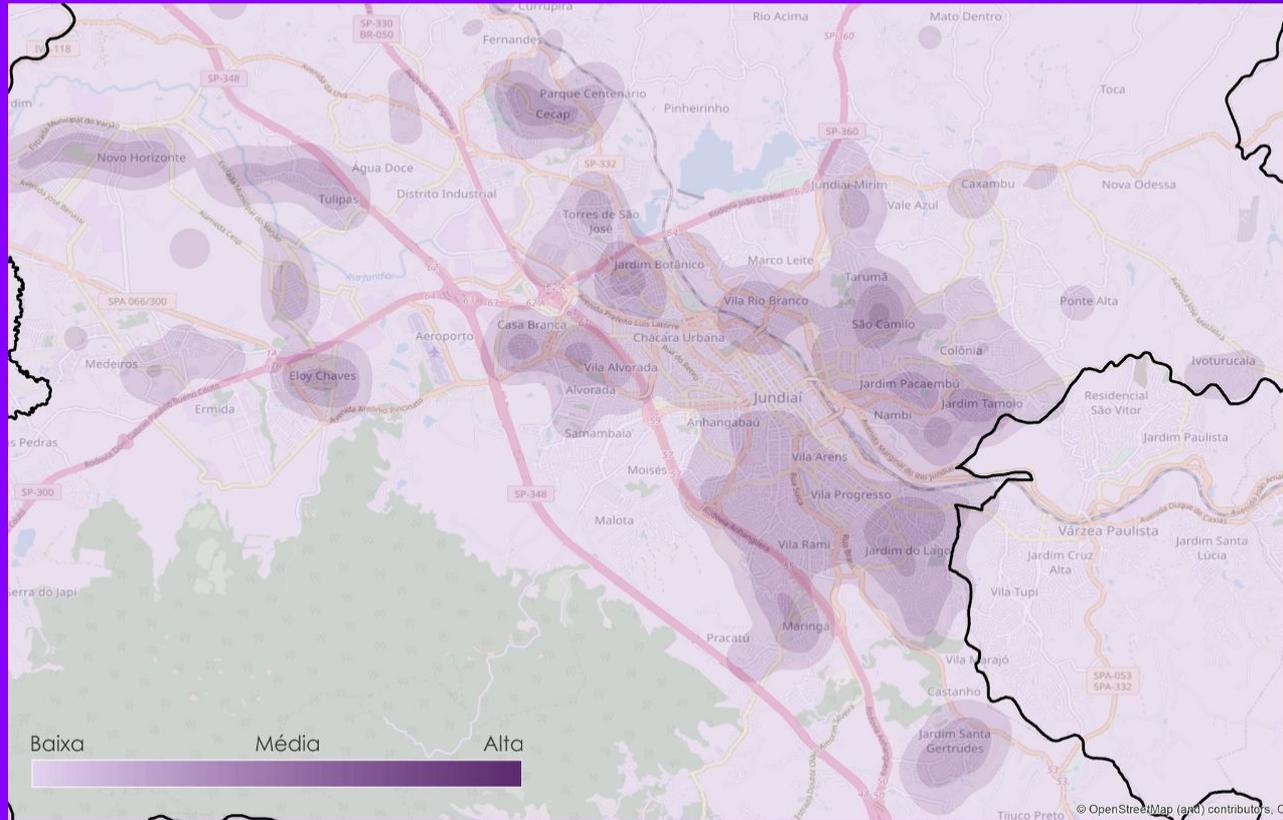
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE B2



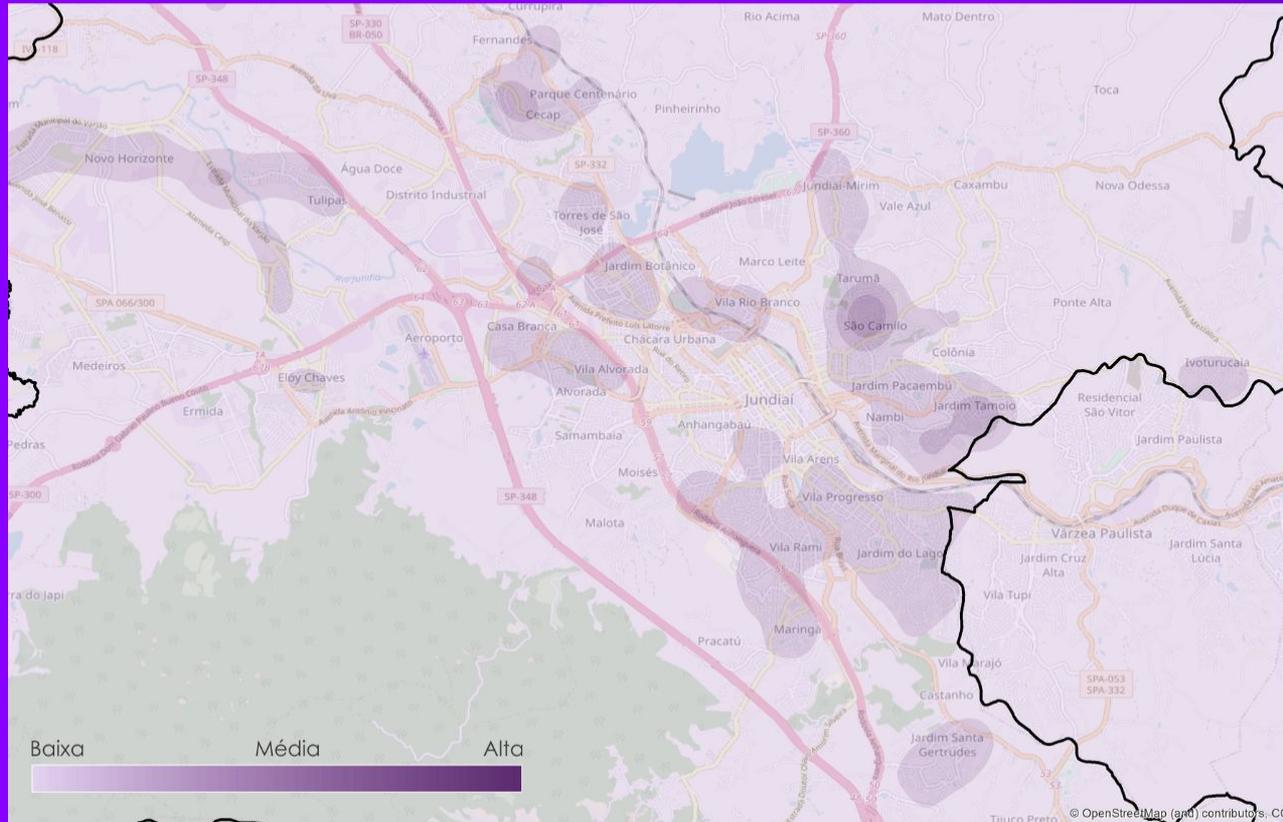
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE C1



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE C2



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE D/E



noonlabs

Dicas para os lojistas

Natal



Dicas para os lojistas

- Prepare sua equipe para receber bem os clientes que deixam para comprar os presentes de última hora. O movimento deve se intensificar bastante após o dia 18 de dezembro.
- Prepare boas promoções. O principal motivo por comprar nas lojas, segundo os entrevistados, é a busca por bons descontos. Escolha algum produto chamariz para dar desconto ou escolha colocar toda a loja com desconto, e anuncie na vitrine.
- Por falar em vitrine, decore-a com um clima natalino e destaque os produtos mais desejados. Uma vitrine que se destaca sempre atrai mais clientes.
- Facilite os meios de pagamento. Tanto oferecer diferentes formas, como também facilitar o parcelamento. 69% dos entrevistados pretendem parcelar em pelo menos 3 vezes.



Dicas para os lojistas

- Crie cestas de presentes. As cestas são ótimas aliadas para os indecisos na hora da compra.
- Tenha presença online. Além de reforçar a memorabilidade de sua marca, ajuda a reforçar as vendas. Canais como Facebook, Instagram e Whatsapp têm se tornado bons aliados.
- Dar brindes pode ser uma boa ideia: cupons de descontos para a próxima compra ajudam a fidelizar. E doces e amostras grátis podem causar uma boa impressão no atendimento.
- A extensão do horário de funcionamento pode ser necessária. 28% dos entrevistados pretendem comprar presentes à noite.



Equipe

Geografia/ Marketing

Ivan Shieh Basotti

Samuel Andrade

Especialista em varejo

Fernando Foster

Estatística

Gustavo Brusse





(11) 3308 4300
imprensa@acejundiai.com.br



Data Science e Location Intelligence

www.noonly.com.br
samuel.andrade@noonly.com.br
(19) 99306-7822