



## OS DRIVERS QUE INFLUENCIAM ONDE OS CONSUMIDORES FAZEM COMPRAS



11 DEZEMBRO 2017

Quer façam comprem online ou na loja, os consumidores querem opções quando se trata de fazer as suas compras diárias, de acordo com um relatório da Acosta.

Não só os clientes saltam de insígnia para insígnia, 76% visita mais de um retalhista por semana para fazer as suas compras, de acordo com o estudo "Trip Drivers: Top Influencers Driving Shopper Traffic".

O relatório revela que 67% dos "shoppers" visitam aproximadamente entre dois a três retalhistas semanalmente, mas não o fazem de modo aleatório. Em oposição, só optam pelas lojas que ofereçam os melhores preços, qualidade, disponibilidade e conveniência. Por exemplo, quando se trata de preço, 60% dos consumidores compraram em mais de um retalhista, porque "*alguns produtos têm preços mais baixos em determinadas lojas*".

No entanto, cada vez mais "shoppers" escolhem a loja onde comprar com no quanto gostam da insígnia (53% dos compradores versus apenas 34% em 2011).

Frescos são um fator de atração. Nas compras semanais, 37% visita várias lojas para garantir que os seus alimentos são realmente frescos. Cada grupo geracional faz múltiplas viagens ou recebe várias entregas para se abastecer dos alimentos mais frescos, desde os Millennials (65%), Geração X (47%), Baby Boomers (25%) e os

chamados Silents (22%), ou seja, aqueles que nasceram entre meados dos anos 1920 e início da década de 1940. Frutas (31%) e alimentos preparados (29%) geram a maior parte do crescimento de alimentos frescos.

As marcas podem ajudar na fidelização dos consumidores através de produtos inovadores e alinhados com a procura e fornecendo consistentemente produtos de qualidade. Por exemplo, 41% dos consumidores compram em mais de um retalhista porque "*alguns possuem produtos de melhor qualidade em certas categorias*". Paralelamente, 33% visita mais do que um retalhista devido a não encontrar todos os produtos marcas que que pretende na mesma loja.

*"Os compradores apreciam ter opções e é por isso que estamos a ver um aumento das visitas a mais do que um retalhista para as compras semanais", destaca Colin Stewart, vice-presidente sénior da Acosta. "As pessoas são motivadas não apenas por boas ofertas e produtos frescos, mas também pela fidelidade às marcas, o que pode afetar as suas decisões para continuar a voltar a uma determinada loja ou optar para outra".*