

Dia das  
**MÃES**

GhFly



Como se preparar para a data mais  
aquecida do primeiro semestre?

Apoio:



Magento Commerce

neoassist

## Agenda



1. A relevância da data
2. O potencial em vendas para o varejo
3. Em 2020, o e-commerce cresceu 117% durante o período de Dia das Mães
4. As categorias mais buscadas para presentear as mães
5. O uso do mobile no processo de busca e compra
6. Como representar as mães na publicidade?
7. Takeaways

## A relevância da data



O primeiro semestre do ano é sempre agitado, mas tem uma data que consegue movimentar o varejo a ponto de ser considerada a mais importante para o mercado brasileiro: o **Dia das Mães**.

Independente do cenário, os consumidores sempre celebram a data e presenteiam as pessoas que assumem o papel de mãe. Ano após ano, o dia traz cada vez mais resultados positivos para o comércio físico e online, o que faz com que seja fundamental a presença das marcas em meio a esse contexto para **gerar relacionamento** com seus clientes e, também, **umentar seu faturamento**.

O gráfico abaixo nos mostra os picos de busca por “Dia das Mães” nos últimos 5 anos, indicando que além de ser sazonal é uma data de alta procura, se tornando uma oportunidade para que marcas se estruturam para fazer parte deste processo de buscas desde o período que antecede o início das pesquisas. Mesmo com a pandemia e a expectativa de queda nas vendas do varejo, a data se manteve em alta.

Neste e-book, você vai conferir vários insights para se preparar para a data mais aquecida do primeiro semestre!

**busca por “dia das mães” nos últimos 5 anos**



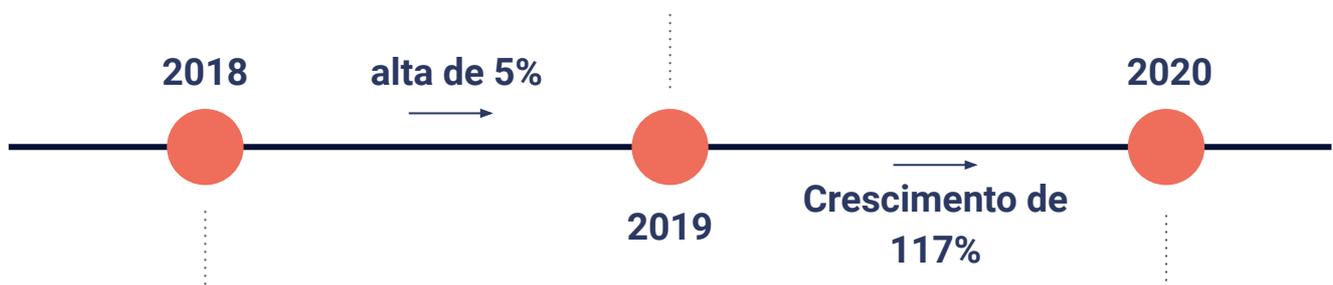
## O potencial e vendas para o varejo



Uma coisa é fato: o brasileiro adora o Dia das Mães! Podemos confirmar esse aspecto através da análise do número de pedidos durante a data. De 2018 a 2020 notamos um aumento significativo ao longo dos anos nas buscas do usuário, assim como a representatividade da data em faturamento, conforme apresentado linha do tempo abaixo!

Entre 2018 e 2019 foi apontado uma alta de 5% durante o período, já de 2019 para 2020 o crescimento foi de 117%, impulsionado pela pandemia e entrada de novos usuários no ambiente online, o que representou um faturamento de R\$5 Bilhões para o varejo digital.

5,5 milhões de pedidos foram registrados no e-commerce, resultando em um faturamento de R\$2,2 BI



4,6 milhões de pedidos foram registrados no e-commerce, resultando em um faturamento de R\$2,11 BI

14,4 milhões de compras realizadas, totalizando um faturamento de R\$5,7BI

## Em 2020, e-commerce cresceu 117% durante período de Dia das mães



2020 foi um ano que acelerou a transformação digital e alterou a forma como os usuários realizavam suas buscas e compras de produtos/serviços, impactando nos resultados das datas sazonais do mercado, incluindo Dia das Mães.

Com o crescimento do online, os consumidores começaram a priorizar os e-commerces para não deixar datas importantes passarem em branco. Em 2020, o pico de buscas pelo termo “dia das mães” foi durante a semana que antecede a data.



A procura começou a partir da 2ª quinzena de abril, principalmente devido a preocupação dos consumidores com o prazo de entrega dos produtos por conta da pandemia, fazendo com que antecipassem as compras. Segundo pesquisas, 67,9% dos usuários tinham a intenção de comprar algo para o Dia das Mães, dado que foi confirmado com os resultados da data que apresentaram crescimento de 117% do faturamento do período no e-commerce.

## As categorias mais buscadas para presentear as mães

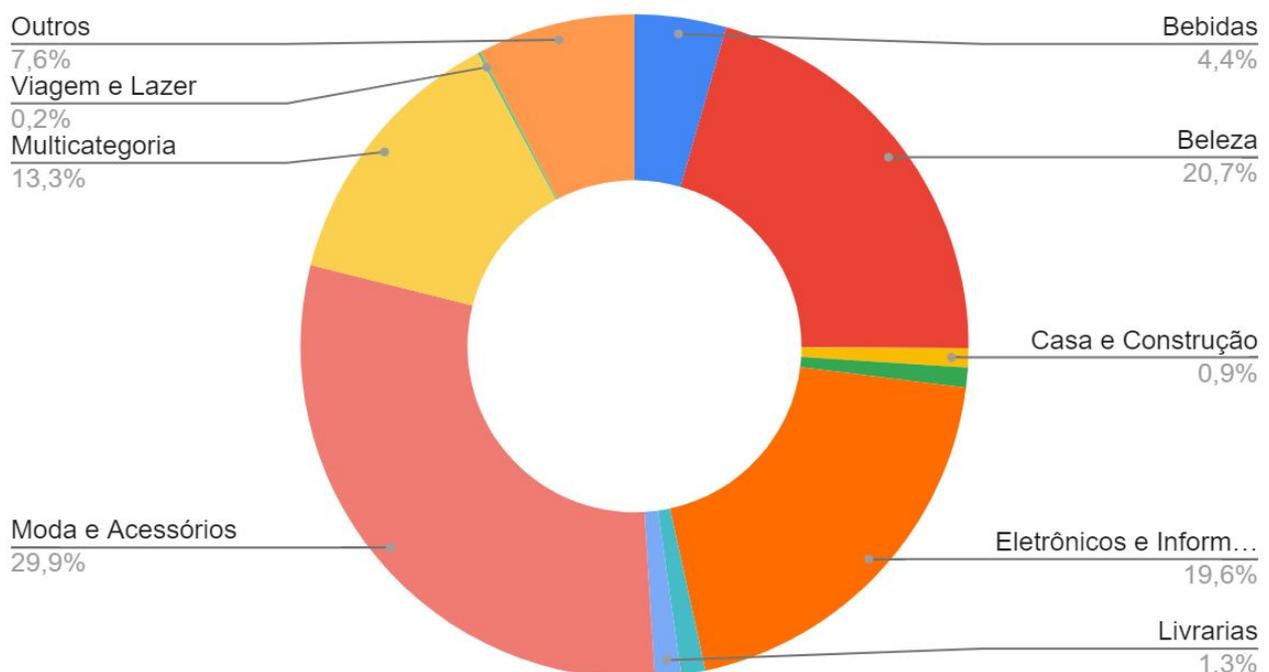


Com a alta procura pela data, podemos destacar um padrão de busca de produtos/serviços por parte dos consumidores, fator que nos ajuda a entender o comportamento do usuário e seus interesses para utilizar essas informações dentro de uma estratégia mais assertiva.

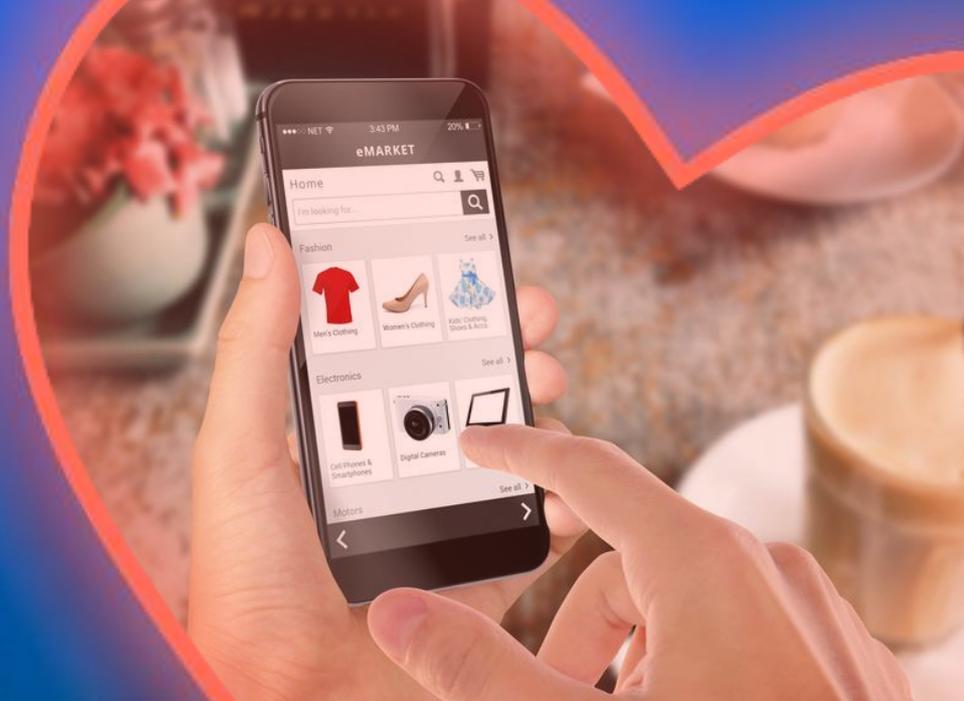
Em 2020, os segmentos que mais representaram em tráfego durante o período foram **Beleza; Moda e Acessórios; Eletrônicos e Informática; Multicategoria**, de acordo com o gráfico abaixo. Já as categorias que mais refletiram em faturamento foram **Telefonia, Eletrônicos, Eletrodomésticos, Informática e Moda & Acessórios**.

Em comparação com 2019, os segmentos de produtos buscados para a data em 2020 não sofreram uma grande variação, as mesmas categorias se mantiveram como primeiras opções de procura por parte do usuário.

**% de visitas em e-commerces por segmento em 2020**



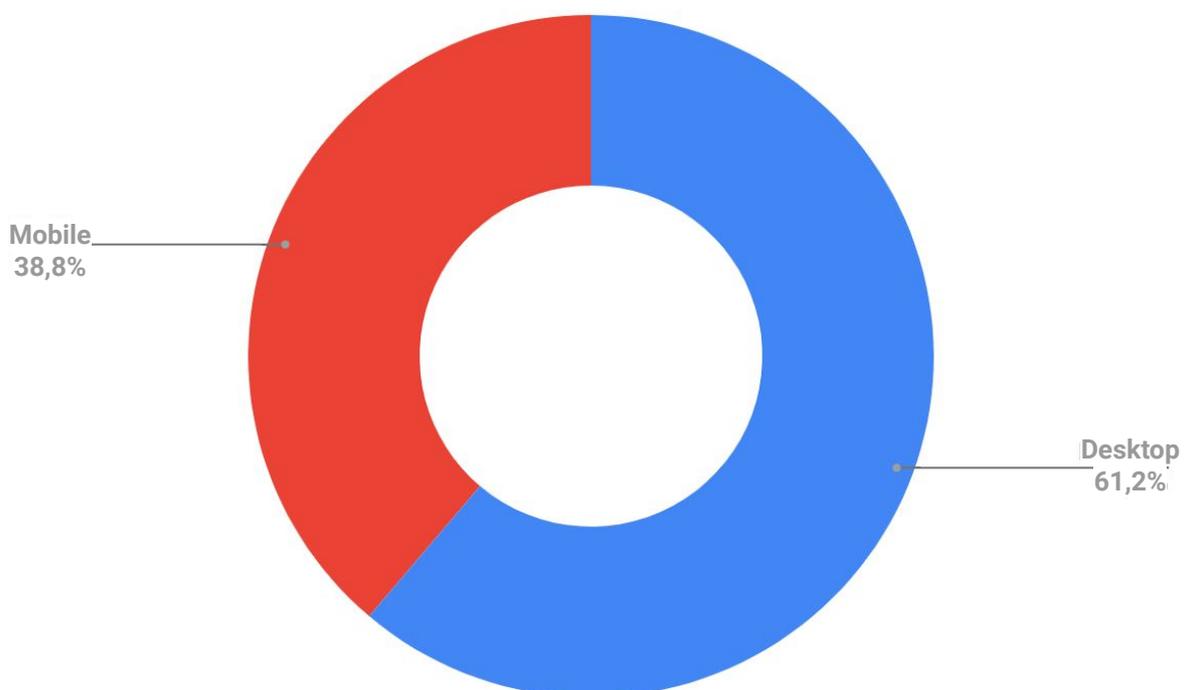
## O uso do mobile no processo de busca e compra



Em 2020, a maior quantidade de buscas aconteceu via desktop, apesar do crescimento constante do mobile. Esse comportamento pode ter sido impulsionado pelo isolamento social, que fez com que muitas pessoas adotassem o modelo home office e passassem mais tempo em casa, onde aproveitaram alguns momentos do dia para fazer as buscas de Dia das Mães no desktop. No total, foram registradas **61,2%** dos acessos no desktop, representando **65,2% em vendas** no período.

A categoria **moda e acessórios** foi a que obteve maior representatividade em faturamento através de mobile, com **51,27%** dos pedidos realizados do dispositivo. Isso indica uma tendência importante no setor, que deve estar preparado para oferecer uma experiência mobile first aos seus consumidores.

**% de visitas por dispositivo**

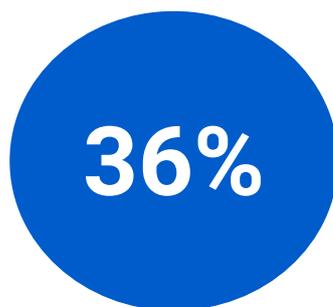


## Como representar as mães na publicidade?

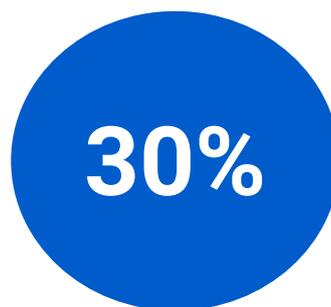


A medida que o Dia das Mães se aproxima, é possível ver as marcas e suas campanhas sendo lançadas com o objetivo de representar e gerar relacionamento com o público, entretanto, não é de hoje que se questiona a realidade por trás das histórias contadas pela publicidade. Segundo pesquisas, os varejistas possuem dificuldades em associar suas marcas ao Dia das Mães, apontando um cenário de oportunidade para estruturar uma estratégia que esteja alinhada com as expectativas do consumidor trazer resultados positivos.

### O que **não representa** as mães nas propagandas



Mãe perfeita



Mães são todas iguais

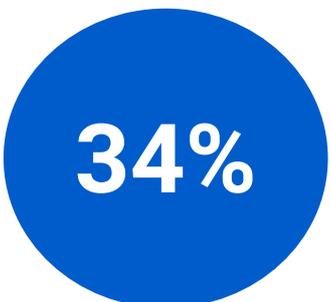


Mãe que está feliz o tempo todo

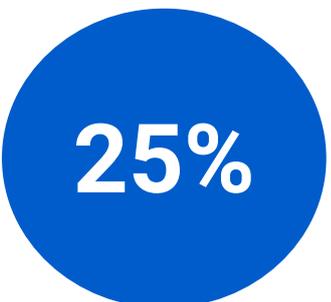
### O que as mães **gostariam de ver** nas propagandas:



Mães em um contexto mais real de maternidade



Os medos e desafios da maternidade



Famílias além do formato tradicional: mãe, pai e filhos.



## Takeaways

**Confira dicas de como aproveitar os insights desse material a favor da sua marca e aproveitar ao máximo as oportunidades da data!**

- Para aumentar as suas vendas por mobile, que tal uma ação estratégica nos comparadores de preço para dispositivos móveis?  
.....
- Coloque em promoção produtos que façam sentido com as principais categorias buscadas para a data e cruze com o potencial de buscas internas do seu site!  
.....
- As buscas dos usuários começam antes da data, então crie uma estratégia que antecipe sua campanha para fazer parte do processo desde o início e ser uma opção válida para o consumidor durante toda a jornada de buscas!  
.....
- Traga conversas reais para dentro da sua estratégia! Isso ajuda sua marca a fortalecer o vínculo com o usuário e trazer resultados mais assertivos.  
.....

**Gostou e quer saber mais? Entre em contato com um de nossos especialistas para entender as oportunidades de mercado para o seu negócio!**

# GhFly

Combinamos inovação, criatividade, tecnologia e performance para criar conexões reais com as pessoas. Somos uma das principais agências independentes de marketing digital na América Latina, com escritórios em Curitiba e São Paulo.

Converse com um especialista

APOIO:



Magento Commerce



neoassist